



**АНАЛІТИК**  
АУДИТОРСЬКА ФІРМА



# ЕКОНОМІКА ФІНАНСИ ПРАВО

ЩОМІСЯЧНИЙ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИЙ ЖУРНАЛ

№ 4/1'2020

(видається з 1994 року)

ISSN 2409-1944

[https://doi.org/10.37634/efp.2020.4\(1\)](https://doi.org/10.37634/efp.2020.4(1))

**Журнал включено до переліку наукових фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата з економічних і юридичних наук**

Наказ Міністерства освіти і науки України від 21 грудня 2015 р. № 1328 (економічні науки). Наказ Міністерства освіти і науки України від 11 липня 2016 р. № 820 (юридичні науки). Реєстраційне свідоцтво серії КВ № 21620-11520ПР від 12 жовтня 2015 р.

Рішення Аудиторської палати України від 21.12.2017 № 353/10 (фахове видання з обліку та аудиту).

Журналу присвоєно міжнародний ідентифікаційний номер ISSN 2409-1944 та включено до міжнародної наукометричної бази Index Copernicus.

Префікс doi журналу: 10.37634/efp.

## Засновники:

Аудиторська фірма "Аналітик" спільно з Національною академією внутрішніх справ України

## Статті обов'язково проходять

### відбір, внутрішнє і зовнішнє рецензування

Рекомендовано до друку та до поширення через мережу Інтернет Вченою радою Національної академії

внутрішніх справ України (Протокол № 5 від 12 березня 2020 р.). Повний або частковий передрук матеріалів журналу допускається лише за згодою редакції.

Відповідальність за добір і викладення фактів несуть автори. За зміст та достовірність реклами несе відповідальність рекламодавець.

Підписано до друку 30.04.2020

Формат 60/84/8

Наклад – 250 прим.

Адреса редакції: 01001, м. Київ, вул. Хрещатик, 44

Телефони: (050) 735-43-41, (096) 221-88-61

Факс: (044) 278-05-88

Е-mail: [efp.redaktor@gmail.com](mailto:efp.redaktor@gmail.com)

Сайт: [www.efp.in.ua](http://www.efp.in.ua)



Суб'єкт видавничої справи

© "Аналітик", 2020  
© "Економіка. Фінанси. Право",  
2020

Типографія: ТОВ "Міжнародний бізнес центр"



**АНАЛІТИК**  
АУДИТОРСЬКА ФІРМА



# ECONOMICS FINANCES LAW

MONTHLY INFORMATIONAL AND ANALYTICAL JOURNAL

**№ 4/1'2020**

*(issued from 1994)*

**ISSN 2409-1944**

[https://doi.org/10.37634/efp.2020.4\(1\)](https://doi.org/10.37634/efp.2020.4(1))

*Journal is included in the list of scientific professional editions of Ukraine, which can be published results of dissertations for the degree of doctor and candidate (PhD).*

*Order of Ministry of Education and Science of Ukraine of 21 December 2015 № 1328 (economic sciences). Order of Ministry of Education and Science of Ukraine on July 11, 2016 № 820 (legal sciences). Order of Audit Chamber of Ukraine on 21 December 2017 № 353/10 (accounting and audit).*

*Certificate of registration of a series of KV № 21620-11520PR dated October 12 2015.*

*Journal is awarded the international identification number ISSN 2409-1944 and included in the international Scientometrics base Index Copernicus.*

*Journal's doi: 10.37634/efp.*

## **Founders:**

Audit firm "Analytik" jointly with the National Academy of Internal Affairs of Ukraine

## **Articles must pass**

### **selection, internal and external review**

Recommended for publication and dissemination through the Internet by the Academic Council of the National Academy of Internal Affairs of Ukraine (Protocol № 5 dated March 12, 2020). Full or partial reprint of the

materials of the journal is allowed only with the consent of the editorial office.

The authors are responsible for the selection and presentation of the facts. The content and authenticity of the advertisement is the responsibility of the advertiser.

Signed for print 30.04.2020

Format 60/84/8

Publication – 250 copies

**Address of the editorial office:** 01001, Kyiv,

Khreshchatyk str., 44

**Phones:** (050) 735-43-41, (096) 221-88-61

**Fax:** (044) 278-05-88

**E-mail:** [efp.redaktor@gmail.com](mailto:efp.redaktor@gmail.com)

**Web:** [www.efp.in.ua](http://www.efp.in.ua)



*The subject of  
publishing*

© "Analytik", 2020  
© "Economics. Finances. Law",  
2020

Typography: LLC "International Business  
Center"

### Головний редактор

*Левченко Валентина Петрівна*, д.е.н., член Ради нагляду за аудиторською діяльністю Органу суспільного нагляду за аудиторською діяльністю, директор ВПГО «Спілка аудиторів України»

### Члени редакційної колегії з економічних наук:

*Бойко Антон Олександрович*, к.е.н., доцент кафедри економічної кібернетики, Сумський державний університет

*Величко Олена Георгіївна*, радник першого віце-прем'єра міністра України – Міністра економічного розвитку і торгівлі України

*Вережубова Тетяна Анатоліївна*, д.е.н., професор, завідувач кафедри фінансів, Білоруський державний економічний університет

*Герасимович Анатолій Михайлович*, д.е.н., професор, Ніжинський агротехнічний інститут Національного університету біоресурсів і природокористування

*Головач Тетяна Анатоліївна*, д.е.н., професор, головний науковий співробітник Наукової лабораторії з проблем кримінальної поліції (навчально-наукового інституту № 1 Національної академії внутрішніх справ, м. Київ

*Евангелос Сіскос*, д.е.н., професор, Університет Західної Македонії

*Криштопа Ірина Ігорівна*, д.е.н., професор, професор кафедри обліку і оподаткування Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана

*Манцевич Юрій Миколайович*, д.е.н., доцент, вчений секретар Державного підприємства «Науково-дослідний і проектний інститут містобудування»

*Полякова Євгенія Сергіївна*, к.е.н., доцент кафедри фінансів та банківської справи, проректор з науково-педагогічної роботи (навчальний процес) Вищого навчального закладу «Міжнародний технологічний університет «Миколаївська політехніка»

*Потишняк Олена Миколаївна*, д.е.н., доцент, професор кафедри організації виробництва, бізнесу та менеджменту Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка

*Прушківський Володимир Геннадійович*, д.е.н., професор, перший проректор Запорізького національного технічного університету

*Ткаченко Сергій Анатолійович*, д.е.н., доцент, ректор Вищого навчального закладу «Міжнародний технологічний університет «Миколаївська політехніка»

*Тринчук Віктор Вікторович*, к.е.н., доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу Національного університету харчових технологій

*Чижевська Людмила Віталіївна*, д.е.н., професор, професор кафедри обліку і аудиту Державного університету «Житомирська політехніка», академік Академії економічних наук України

### Члени редакційної колегії з правових наук:

*Балгимбекова Гульнара*, к.ю.н., завідувач кафедри конституційного та міжнародного права, Карагандинський державний університет ім. Е.А. Букетова

*Головач Володимир Володимирович*, к.ю.н., голова правління ПРАТ «Аудиторська фірма "Аналітик"», Заслужений юрист України

*Василинчук Віктор Іванович*, д.ю.н., професор, професор кафедри оперативно-розшукової діяльності Національної академії внутрішніх справ, заслужений юрист України, полковник поліції

*Глушков Валерій Олександрович*, д.ю.н., проф., заслужений юрист України, академік Міжнародної академії безпеки та конфліктології

*Константинов Сергій Федорович*, д.ю.н., професор, завідувач кафедри адміністративної діяльності НАВС

*Луць Володимир Васильович*, д.ю.н., професор, заслужений діяч науки і техніки України, академік Національної академії правових наук України

*Мусін Куат Саніязданович*, к.ю.н., старший викладач кафедри конституційного та міжнародного права, Карагандинський державний університет ім. Е.А. Букетова

*Озерський Ігор Володимирович*, д.ю.н., професор, професор кафедри цивільного та кримінального права і процесу Чорноморського національного університету імені Петра Могили, академік Національної академії наук вищої освіти України

*Фрицький Юрій Олегович*, д.ю.н., професор, завідувач кафедри конституційного, адміністративного права та соціально-гуманітарних дисциплін, Інститут права та суспільних відносин Університету "Україна". Заслужений юрист України.

*Яровий Анатолій Олександрович*, к.ю.н., доцент, професор кафедри права та адміністративного регулювання Маріупольського державного університету, суддя у відставці

**Технічний редактор:** Куцяк Олександр Анатолійович

**Випусковий редактор:** Туманян Анна Оганесівна

### Editor-in-chief

*Levchenko Valentyna Petrivna*, Dr. Economics, member of the Supervisory Board for audit activity of the Authority public oversight for audit activity, Director of the All-Ukrainian Professional Non-Governmental Organization "Union of Auditors of Ukraine"

### Members of the editorial board of Economic Sciences:

*Boiko Anton Oleksandrovysh*, PhD Economics, Associate Professor of Economic Cybernetics Department, Sumy State University

*Velychko Olena Heorhiivna*, Advisor to the First Vice Prime Minister of Ukraine - Minister of Economic Development and Trade of Ukraine

*Verezubova Tatyana Anatolevna*, Dr. Economics, Professor, Head of the Department of Finances, Belarusian State Economic University

*Evangelos Siskos*, Dr. Economics, Professor, University of Western Macedonia

*Herasymovych Anatolii Mykhailovych*, Dr. Economics, Professor, Nizhyn Agrotechnical Institute of National University of Bioresources and Nature Management

*Holovach Tetiana Anatoliivna*, Dr. Economics, Professor, Chief Scientist of the Scientific Laboratory for Criminal Police of the Educational and Scientific Institute № 1 of the National Academy of Internal Affairs, Kyiv

*Kryshchopa Iryna Ihorivna*, Dr. Economics, Professor, Professor of Accounting and Taxation Department, Kyiv National Economic University after Vadym Hetman

*Mantsevych Yurii Mykolaiovych*, Dr. Economics, Associate Professor, Scientific Secretary of the State Enterprise "Research and Design Institute of Urban Development"

*Pollakova Yevheniia Serhiivna*, PhD Economics, Associate Professor of Finances and Banking Department, vice-rector for scientific and pedagogical work, Higher Educational Institution «International Technology University "Mykolaiv Polytechnic"»

*Potyshniak Olena Mykolaivna*, Dr. Economics, Associate Professor, Professor of the Production, Business and Management Department of the Kharkiv National Technical University of Agriculture after Petro Vasylenko

*Prushkivskiy Volodymyr Hennadiiovych*, Dr. Economics, Professor, First Vice-Rector of the Zaporizhia National Technical University

*Tkachenko Serhii Anatoliiovych*, Dr. Economics, Associate Professor, Rector of the Higher Educational Institution «International Technology University "Mykolaiv Polytechnic"»

*Trynchuk Viktor Viktorovych*, PhD Economics, Associate Professor of tourism and hotel business department, National University of Food Technology

*Chyzhevska Liudmyla Vitaliivna*, Dr. Economics, Professor, Professor of the Production, Professor of Accounting and Auditing Department, State University "Zhytomyr Polytechnic", Academician of the Academy of Economic Sciences of Ukraine

### Members of the editorial board of Law Sciences:

*Balгимбекова Gulnara*, PhD Law, Head of the constitutional and international law department, Karagandy State University after E.A. Buketov.

*Holovach Volodymyr Volodymyrovych*, PhD Law, Head of the Board of the Audit Firm "Analitik", Honored Lawyer of Ukraine

*Konstantinov Serhii Fedorovych*, Dr. Law, Professor, Head of the Administrative Activity Department of the National Academy of Internal Affairs

*Vasylynychuk Viktor Ivanovych*, Dr. Law, Professor, Professor of the Operational and Investigating Department of the National Academy of Internal Affairs, Honored Lawyer of Ukraine, Colonel of the Police

*Hlushkov Valerii Oleksandrovysh*, Dr. Law, Professor, Honored Lawyer of Ukraine, Academician of the International Security and Conflict Academy

*Luts Volodymyr Vasylovych*, Dr. Law, Professor, Honored Worker of Science and Technology of Ukraine, Academician of National Academy of Law Sciences of Ukraine

*Musin Kuat Saniazdanyovych*, PhD Law, Senior Lecturer of the constitutional and international law department, Karagandy State University after E.A. Buketov.

*Ozerskyi Ihor Volodymyrovych*, Dr. Law, Professor, Professor of the Civil and Criminal Law and Process Department of Black Sea National University after Petro Mohyla, Academician of the National Academy of Sciences of Higher Education of Ukraine

*Frytskiy Yurii Olehovych*, Dr. Law, Professor, Head of the Constitutional, Administrative Law and Social and Humanitarian disciplines Department, Law and Public Relations Institute of the "Ukraine" University, Honored Lawyer of Ukraine

*Yaroyvi Anatolii Oleksandrovysh*, PhD Law, Professor of Law and Administrative Regulation Department, Mariupol State University, retired judge

**Technical editor:** Kutsiak Oleksandr Anatoliiovych

**Issue Editor:** Tumanian Anna Ohanesivna

## ЗМІСТ

<i>А.О. ГУСЄВ.</i> Проблема структурного безробіття на сучасному етапі розвитку ринку праці в Україні .....	6
<i>В.І. БОРИЦЬ, В. КЛИМЕНКО.</i> Управління брендом сучасної організації як чинник її конкурентоспроможності ...	10
<i>О.М. БОНДАРЕНКО, Т.С. ЧАЙКОВСЬКА.</i> Аудит необоротних активів на авіаційному підприємстві .....	14
<i>А.Б. КОВАЛЕНКО, О.М. КОВАЛЕНКО, О.В. СТАНІСЛАВИК.</i> Особливості управління ризиками посередницького підприємства .....	17
<i>О.В. ЛЯХОВСЬКА.</i> Виробництво молока та молочних продуктів в Україні: тенденції та перспективи .....	20
<i>І.В. ЛУЦЕНКО, С.Л. ЯКОВЕНКО.</i> Страхування підприємницьких ризиків .....	24
<i>О.В. ПОЛЩУК.</i> Поняття витрат, їх економічний зміст, фактори впливу на витрати .....	27
<i>Т.В. БЕЛІКОВА, М.С. ПУШКІНА.</i> Методи аналізу якості кредитного портфеля банку .....	35

## CONTENTS

<i>A.O. HUSIEV</i> . The problem of structural unemployment at the present stage of labour market development in Ukraine .....	6
<i>V.I. BORSHCH, V. KLIMENKO</i> . Brand management of a modern organization as a factor of competitiveness ...	10
<i>O.M. BONDARENKO, T.S. CHAIKOVSKA</i> . Audit of non-current assets in aviation enterprise .....	14
<i>A.B. KOVALENKO, O.M. KOVALENKO, O.V. STANISLAVYK</i> . Features of risk management of intermediate enterprise .....	17
<i>O.V. LIAKHOVSKA</i> . Production of milk and dairy products in Ukraine: trends and prospects .....	20
<i>I.V. LUTSENKO, S.L. YAKOVENKO</i> . Insurance of business' risks .....	24
<i>O.V. POLISHCHUK</i> . Concepts of costs, their economic content, factors of the effect on costs .....	27
<i>T.V. BELIKOVA, M.S. PUSHKINA</i> . Methods for analyzing the quality of a banks loan portfolio .....	35

ГУСЄВ

Артем Олександрович  
onuepfartemhusiev@ukr.net

УДК 331.56

студент, Одеський  
національний університет  
імені І.І. МечниковаПРОБЛЕМА СТРУКТУРНОГО БЕЗРОБІТТЯ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ  
РОЗВИТКУ РИНКУ ПРАЦІ В УКРАЇНІTHE PROBLEM OF STRUCTURAL UNEMPLOYMENT AT THE PRESENT  
STAGE OF LABOUR MARKET DEVELOPMENT IN UKRAINEDOI: [https://doi.org/10.37634/efp.2020.4\(1\).1](https://doi.org/10.37634/efp.2020.4(1).1)**HUSIEV Artem Oleksandrovykh** – student, Odesa National University after I.I. Mechnykov

*У статті досліджено теоретичні і методологічні засади проблеми структурного безробіття. Визначено економічну сутність даного явища, а також основні причини його виникнення в умовах глобалізації. Наведено основні різновиди структурного безробіття: технологічне, територіально-галузеве. Виявлено взаємозв'язок діджиталізації бізнес-процесів внаслідок науково-технічного прогресу та підвищення рівня структурного безробіття у країні. Проаналізовано проблему структурного безробіття в Україні на сучасному етапі. Запропоновано концепцію державної політики відносно структурного безробіття.*

\* \* \*

*В статье исследованы теоретические и методологические основы проблемы структурной безработицы. Определена экономическая сущность данного явления, а также основные причины его возникновения в условиях глобализации. Приведены основные разновидности структурной безработицы: технологическая, территориально-отраслевая. Выявлена взаимосвязь диджитализации бизнес-процессов вследствие научно-технического прогресса и повышения уровня структурной безработицы в стране. Проанализирована проблема структурной безработицы в Украине на современном этапе. Предложена концепция государственной политики относительно структурной безработицы.*

\* \* \*

*The article explores the theoretical and methodological basis of the problem of structural unemployment. The economic essence of the phenomenon has been identified, as well as the main reasons for its emergence in the context of globalization. The main types of structural unemployment are given: technological, territorial-industry. The relationship between the digitalization of business processes due to scientific and technological progress and the increase in the level of structural unemployment in the country has been revealed. The problem of structural unemployment in Ukraine at the present stage has been analyzed. The concept of public policy on structural unemployment has been proposed.*

*Structural unemployment is a kind of unemployment, which arises as a result of structural changes in the economy of the country, exists under any economic system, its complete elimination is impossible. Depending on the reason for the emergence of structural unemployment is technological and geographically-sectorial unemployment.*

*Technological unemployment is typical for highly developed countries with a high level of digitalization economy and is a consequence of automation of workplaces. Technological unemployment leads to transformations in the structure of demand for labor: withering some professions and the emergence of others. Such unemployment is a positive thing for the country's economy as a whole, so the main measures are to remove negative consequences of this unemployment for individual workers. In Ukraine, due to the relatively low rate of scientific and technological progress, the problem of technological unemployment, compared to developed countries, is less urgent.*

*Geographically, the branch unemployment is caused by disproportions between supply and demand of manpower in certain areas or regions. In Ukraine and other countries with a transitive economy, this type of structural unemployment is more widespread. Balancing the demand and supply on the labor market at the mesoeconomic level is the main direction of the State policy on reducing the level of territorial and industry unemployment in Ukraine.*

**Ключові слова:** структурне безробіття, ринок праці, глобалізація, науково-технічний прогрес, діджиталізація бізнес-процесів

**Ключевые слова:** структурная безработица, рынок труда, глобализация, научно-технический прогресс, диджитализация бизнес-процессов

**Keywords:** structural unemployment, labor market, globalization, scientific and technological progress, digitalization of business processes

## ВСТУП

Досліджувана тема є актуальною, оскільки структурне безробіття в умовах сучасної ринкової економіки під впливом науково-технічного прогресу та діджиталізації має тенденцію до підвищення, що обумовлено структурними змінами економіки.

Дослідженню проблеми безробіття та їх видів в Україні та світі присвячені наукові праці таких вітчизняних і зарубіжних вчених: С.В. Попова [1]; В.В. Близняк, Л.Д. Яценко [2]; К.І. Курсон [3]; А.Г. Стадник [4]; Т.В. Дудки, Ващишиної Ю.О., Голика О.М. [5], С.О. Торшина [6], Дж. Акерлофа, П. Даймонда, Л. Грогана та інших. Відсутність дослідження явища структурного безробіття як наслідку структурних трансформацій в сучасній економіці України є основною не вирішеною проблемою науковців.

**МЕТА** роботи – дослідження причин і наслідків структурного безробіття на сучасному етапі розвитку ринку праці в Україні, а також пошук оптимізації державного регулювання даного явища.

## МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

У статті використано такі загальнонаукові та специфічні методи дослідження: аналіз, синтез, індукція, дедукція, узагальнення, порівняльний метод, абстрагування, діалектичний метод, економічне моделювання.

## РЕЗУЛЬТАТИ

Структурне безробіття – різновид безробіття, що характеризується, насамперед, структурними зрушеннями в економіці країни. Таке безробіття є економічно виправданим, повне його усунення неможливе.

Економічна сутність явища структурного безробіття полягає у таких його властивостях:

- виникає внаслідок зміни попиту на працю, що призводить до зникнення одних професій і появи інших;

- основним джерелом виникнення є науково-технічний прогрес та автоматизація праці;

- існує за будь-якої економічної системи, проте найбільш чітко проявляється в умовах ринкової економіки, оскільки за адміністративно-командної (планової) системи економічне зростання відбувається переважно екстенсивним шляхом без активного впровадження інноваційних технологій, що суттєво обмежує структурне безробіття;

- у деяких випадках є наслідком структурної розбалансованості попиту і пропозиції на ринку праці на мезоекономічному рівні – у певних галузях та регіонах (територіально-галузеве безробіття).

Структурне безробіття буває двох типів:

- 1) технологічне безробіття;

- 2) територіально-галузеве безробіття.

Технологічне безробіття виникає безпосередньо через високі темпи науково-технічного прогресу, автоматизації і діджиталізації бізнес-процесів. Технологічне безробіття – основний тип структурного безробіття та є характерним, головним чином, для розвинених країн світу.

Слід зазначити, що ця форма безробіття активно досліджувалася ще з часів промислового перевороту

та індустріалізації провідних економік світу (XIX ст.). За цей час в економічній науці було запропоновано низку шляхів усунення негативних наслідків технологічного безробіття:

- відмова чи сповільнення темпів інноваційного розвитку (сьогодні такий захід вважається економічно необґрунтованим, оскільки позитивний ефект внаслідок впровадження інновацій для економіки країни в цілому є більшим за негативні наслідки технологічного безробіття);

- соціальні виплати, у т.ч. безумовний базовий дохід (концепція, що передбачає регулярні виплати визначеної суми коштів незалежно від зайнятості та рівня доходу);

- перекваліфікація працівників (заходи уряду, спрямовані на підвищення зайнятості працівників у галузях нової економіки);

- гарантоване працевлаштування у державному секторі (безробітні, що були звільнені внаслідок автоматизації робочого місця, отримуватимуть гарантоване державою працевлаштування);

- скорочення тривалості робочого часу (спрямоване на збільшення кількості робочих місць за рахунок зменшення робочого часу. Істотним недоліком впровадження такого заходу є поява прихованого безробіття) тощо.

На сьогодні під впливом інформаційної революції та переходом до постіндустріального суспільства, що спричинило діджиталізацію бізнес-процесів, природний рівень безробіття для більшості розвинених країн світу має тенденцію до підвищення, здебільшого за рахунок підвищення рівня технологічного безробіття.

В Україні сьогодні проблема технологічного безробіття є менш актуальною, ніж у розвинених країнах, через нижчі темпи автоматизації і комп'ютеризації робочих місць.

Територіально-галузеве безробіття виникає внаслідок закриття окремих галузей виробництва на певній території, що обумовлено структурними трансформаціями економіки країни. Проблема територіально-галузевого безробіття є найбільш актуальною для країн, що розвиваються, із перехідною економікою. На сьогоднішній день для національної економіки України більш гострою є проблема саме цього типу безробіття.

Територіально-галузеве безробіття умовно можна поділити на територіальне (безробіття за територіальною ознакою, пов'язано зі скороченням попиту на роботу силу у певній місцевості) та галузеве (викликане диспропорціями між попитом і пропозицією робочої сили за окремими видами економічної діяльності).

В Україні на сьогодні не здійснюється ведення офіційної статистики Державною службою статистики України чи Державною службою зайнятості України стосовно безробіття, викликане безпосередньо структурно-територіальними чинниками трансформації національної економіки. Однак за даними авторських досліджень, в Україні за період 2014–2018 рр. спостерігалось щорічне зростання питомої ваги територіального безробіття у структурі загального безробіття в Україні (рис. 1).

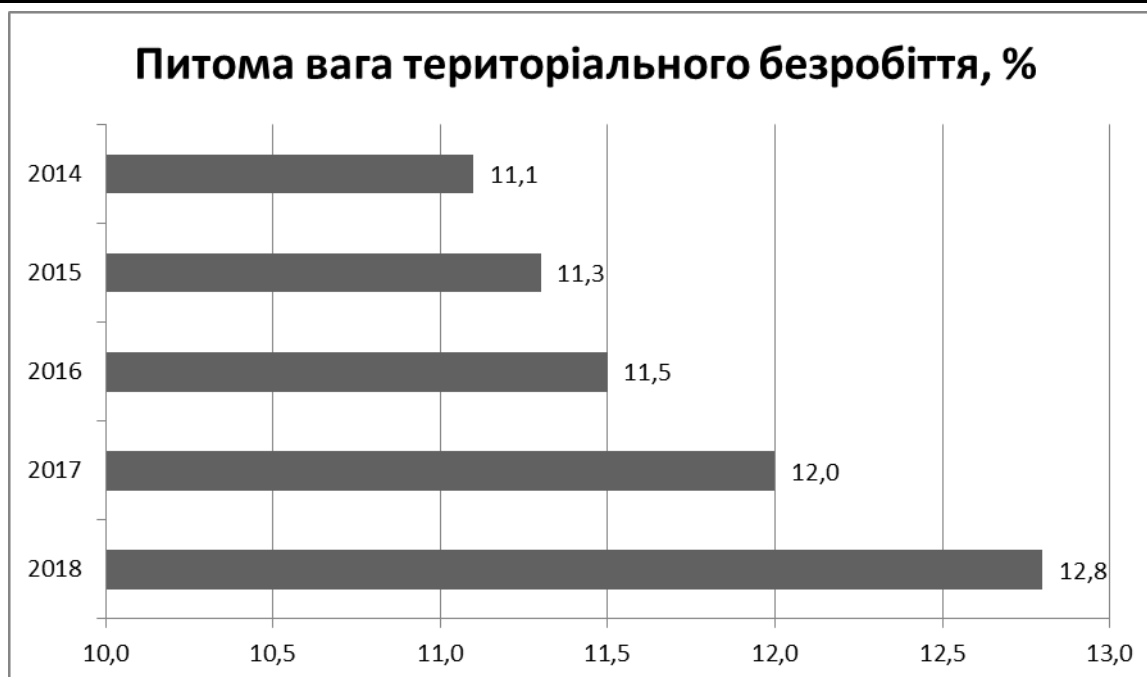


Рис. 1. Динаміка структурного територіального безробіття в Україні, % до офіційно зареєстрованих безробітних [складено автором на основі даних [2, с. 21]]

Найбільш актуальною проблемою структурного безробіття в Україні є галузеве безробіття. Специфічними рисами України, які зумовлюють поширення галузевого безробіття в країні є:

- галузеві диспропорції в оплаті праці;
- розвиток системи освіти в Україні без врахування поточних потреб економіки країни [2, с. 21];
- т.з. «аграризація» економіки України після 2014 р., яка призвела до стрімкого зниження обсягів промислового виробництва та, як наслідок, зниження попиту на робочу силу у виробничій сфері та інші.

Характерною особливістю сучасного стану ринку праці в Україні є т.з. «подвійна диспропорція» залежно від галузі:

- дефіцит висококваліфікованої робочої сили первинного ринку праці (головним способом через масову трудову еміграцію з України, що призвело до скорочення пропозиції висококваліфікованої робочої сили). На галузевому рівні такий стан є характерним здебільшого для галузей економіки з високим рівнем доданої вартості;
- надлишок низькокваліфікованої робочої сили вторинного ринку праці (зумовлено насамперед низьким рівнем загального рівня попиту на робочу силу). Явище галузевого безробіття в Україні є найбільш характерним для галузей з низьким рівнем доданої вартості.

Аналізуючи дані Державної служби зайнятості України, слід зазначити, що станом на 01.03.2020 р. середнє навантаження на одне робоче місце складає 4,924 (в середньому 4924 безробітних на 1000 вакансій). Водночас дефіцит вакансій є характерним для більшості галузей [7]. Такі дані свідчать про наявність проблеми галузевого безробіття в Україні.

Оскільки в Україні серед проблем структурного безробіття найбільш гострою є проблема територіально-галузевого безробіття, державна політика регулювання структурного безробіття повинна включати, найперше,

заходи для усунення територіальних і галузевих диспропорцій на ринку праці:

- створення системи перепідготовки кадрів відповідно до структурних зрушень національної економіки;
- сприяння територіальній та професійній мобільності робочої сили;
- забезпечення інформаційної прозорості ринку праці [2, с. 21];
- реформування системи освіти і стимулювання розвитку професій у галузях, у яких спостерігається дефіцит кадрів (попит перевищує пропозицію);
- усунення галузевих диспропорцій в оплаті праці з метою регулювання пропозиції робочої сили відповідно до потреб економіки країни загалом;
- диверсифікація національної економіки України, спрямована на регулювання попиту на робочу силу, зокрема шляхом розвитку тих галузей національного господарства, в яких спостерігається надлишок робочої сили тощо.

## ВИСНОВКИ

Структурне безробіття – вид безробіття, який виникає внаслідок структурних змін в економіці країни, існує за будь-якої економічної системи, повне його усунення неможливе.

Залежно від причини виникнення структурне безробіття буває технологічним і територіально-галузевим.

Технологічне безробіття є характерним для високорозвинених країн з високим рівнем діджиталізації економіки та є наслідком автоматизації робочих місць. Технологічне безробіття призводить до трансформацій у структурі попиту на робочу силу: відмирання одних професій та появи інших. Таке безробіття є позитивним явищем для економіки країни загалом, тому основними заходами є усунення негативних наслідків цього безробіття для окремих працівників.

Територіально-галузеве безробіття спричинене диспропорціями між попитом і пропозицією робочої сили в окремих галузях чи регіонах. В Україні та інших краї-



нах із транзитивною економікою більш розповсюдженим є цей тип структурного безробіття. Збалансування попиту і пропозиції на ринку праці на мезоекономічному рівні є основним напрямом проведення державної політики стосовно зниження рівня територіально-галузевого безробіття в Україні.

#### **Список використаних джерел**

1. Попов С.В. Види безробіття та критерії їх класифікації. *Форум права*. 2006. № 3. С. 106-110.
2. Близнюк В.В., Яценко Л.Д. Безробіття в Україні: соціально-економічні аспекти. *Україна: аспекти праці*. 2019. № 4. С. 19-26.
3. Курсон К.І. Безробіття в Україні: проблеми, сучасний стан та шляхи його подолання. *Економіка та держава*, № 2. 2013. С. 131-133.
4. Стадник А.Г. Безробіття як соціальна проблема. *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики*, № 58. 2013. С. 183-187.
5. Дудка Т.В., Ващишина Ю.О., Голік О.М. Безробіття як одна з основних соціально-економічних проблем України. *Вісник Національного транспортного університету. Економічні науки*. 2016. № 3 (36). С. 66-74.
6. Торшин Є.О. Регіональний аспект безробіття в Україні. *Ефективна економіка: електрон. наук. фахове вид.* 2014. № 8. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3241>
7. Державна служба зайнятості. URL: <https://www.dcz.gov.ua>

#### **References**

1. Popov S.V. Types of unemployment and criteria for their classification. *Forum of Law*. 2006. № 3. pp. 106-110. (in Ukrainian)
2. Blyzniuk V.V., Yatsenko L.D. Unemployment in Ukraine: socio-economic aspects. *Ukraine: Aspects of Labor*. 2019. № 4. pp. 19-26. (in Ukrainian)
3. Kurson K.I. Unemployment in Ukraine: problems, current state and ways of its overcoming. *Economy and State*. 2013. № 2. pp. 131-133. (in Ukrainian)
4. Stadnyk A.H. Unemployment as a social problem. *Social Technologies: Actual problems of theory and practice*, № 58. 2013. pp. 183-187. (in Ukrainian)
5. Dudka T.V., Vashchyshyna Yu.O., Holik O.M. Unemployment as one of the main socio-economic problems in Ukraine. *Bulletin of the National Transport University. Economic Sciences*, № 3 (36). 2016. pp. 66-74. (in Ukrainian)
6. Torshyn Ye.O. The regional aspect of unemployment in Ukraine. *Effective Economy: Electronic Scientific Specialized edition*. 2014. № 8. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3241> (in Ukrainian)
7. State Employment Service. URL: <https://www.dcz.gov.ua> (in Ukrainian)

БОРЩ

Вікторія Ігорівна  
vikoriyaborshch@gmail.com

УДК 339.13

УПРАВЛІННЯ БРЕНДОМ СУЧАСНОЇ  
ОРГАНІЗАЦІЇ ЯК ЧИННИК ЇЇ  
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

КЛИМЕНКО

Вікторія  
vikaklmnk9@gmail.comBRAND MANAGEMENT OF A MODERN  
ORGANIZATION AS A FACTOR OF  
COMPETITIVENESSк.е.н., доцент, Одеський  
національний університет  
імені І.І. Мечниковастудент, Одеський національний  
університет імені І.І. МечниковаDOI: [https://doi.org/10.37634/efp.2020.4\(1\).2](https://doi.org/10.37634/efp.2020.4(1).2)*BORSHCH Viktoriia Ihorivna – PhD in Economics, Associate Professor, Odesa National University after I.I. Mechnykov**KLIMENKO Viktoriia – student, Odesa National University after I.I. Mechnykov*

У статті доведена важливість ролі брендингу задля успішного функціонування підприємства, а також його вплив на конкурентоспроможність підприємства. Досліджено передумови розвитку концепції бренд-менеджменту. Авторами розкрито зміст поняття «бренд» та досліджено сутність та рівні управління брендом організації. Актуалізовано процес управління активами бренду, що представляє управління відносинами між клієнтами організації і її брендом, управління мірою потягу споживача до того чи іншого бренду, управління популярністю бренду, а отже, в результаті – фінансовою вартістю бренду. Було досліджено такий інструмент бренд-менеджменту як «брендбук» та детально проаналізовані його складові частини. Доведено зв'язок брендбуку із бізнес-процесами та вплив на всі рівні ієрархії та структурно-функціональні підрозділи організації.

\* \* \*

В статті доведена важливість ролі брендингу для успішного функціонування підприємства, а також його вплив на конкурентоспроможність підприємства. Досліджено передумови розвитку концепції бренд-менеджменту. Авторами було розкрито содержание понятия «бренд» и исследована сущность и уровни управления брендом организации. Актуализирован процесс управления активами бренда, который представляет управление отношениями между клиентами организации и ее брендом, управление степенью влечения потребителя к тому или иному бренду, управление популярностью бренда, а значит, в итоге – финансовой стоимостью бренда. Исследован такой инструмент бренд-менеджмента как «брендбук» и детально проанализированы его составные части. Доказана связь брендбука с бизнес-процессами и влияние на все уровни иерархии и структурно-функциональные подразделения организации.

\* \* \*

Authors have revealed and analyzed the importance of the role of branding for the company's successful functioning and its influence on the company's competitiveness. The purpose of the paper is to formulate the theoretical foundations of branding and brand management, as well as to determine the role of investment in the brand of the organization.

In the paper prerequisites for the development of the concept of brand management are investigated and this topic's relevance of the study is proved. Modern business actively uses the benefits of branding worldwide and in Ukraine. The content of the term "brand" is revealed as well as the essence and management levels of the company's brand. The study proves that the management of brand assets is one of the most important processes. Brand management consist of administrating the relationships between the company's clients and its brand, management of the extent of consumer attraction to a particular brand, management of the brand's popularity, and, consequently, the brand's financial value. This study proves the connection of branding with all business processes and its impact on all hierarchical levels and organizational units at the organization. Brand management tool such as a "brandbook" is explored and its components are analyzed in details. The study provides opportunities of effective brand management in the modern conditions. Also, it is described, how a brand book affects the organization using the brand's ideology, target audience, logbook, guideline, business documentation, company's presentations, polygraph, souvenir and image production, outdoor advertising and soon. The presence of brandbook proves that it keeps managers from making poorly qualified decisions, reduces the cost, time to develop and manufacture advertising tools, which makes their relevance much higher.

Branding in modern conditions is a necessary decision for the company's development in the conditions of goods and services markets' oversaturation. Its creation is not only a task of the marketing department, but is an important element of managing the modern organization for gaining the loyalty of the company's clients, suppliers and employees. The study proves that brand management in the long run should stimulate brand development, which in the future will provide reliable and stable added value of the product and will increase the company's market value.

**Ключові слова:** бренд, брендинг, управління, лояльність, брендбук**Ключевые слова:** бренд, брендинг, управление, лояльность, брендбук**Keywords:** brand, branding, management, loyalty, brand book

## ВСТУП

Сучасний бізнес в Україні активно використовує переваги брендингу. Історія торгових марок національних підприємств перетинає рубіж у 10-15 років. На основі досвіду українських та закордонних компаній

можна прослідкувати ефективність застосування методів брендингу.

Комунікація з клієнтом, самопрезентація та виділення товарів на фоні конкурентів є важливою задачею сучасної організації. Закордонні організації витрачають до 70 % коштів на створення іміджу за для

ідентифікації товару та отримання довіри клієнта. Споживачу потрібен унікальний продукт та унікальний бренд, оскільки унікальний продукт може бути легко підроблений компанією-конкурентом.

Значна доля управлінців вважають, що брендинг – це завдання маркетингового відділу, яке не впливає на операційні процеси організації. Проте актуальність застосування цього інструменту визначається насамперед тим, що в ринкових умовах бренд компанії стає стратегічним активом компанії. Саме це зумовлює актуальність дослідження теоретичних основ та практичних інструментів бренд-менеджменту.

Брендинг та бренд-менеджмент почали досліджувати американські маркетологи Е. Райс, Дж. Траут, П. Дойль, Л. Чернатоні, М. МакДональд, Г. Чармессон, А. Еллвуд, К.Л. Келлер, професор Сінгапурської Академії корпоративного менеджменту Лао Чен Донг. Серед вітчизняних науковців можна виділити наукові праці Л.Ф. Данченко, А.Г. Іванова, С.А. Старова.

**МЕТА** роботи полягає у формуванні теоретичних засад брендингу та бренд-менеджменту, а також визначенні ролі інвестицій у бренд організації.

Для досягнення цієї мети, було визначено наступні завдання: (1) дослідити взаємозв'язок процесу управління брендом із стратегією та бізнес-системами організації, та (2) ознайомитись із таким інструментом брендингу, як «брендбук».

#### МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

У межах цього дослідження використано методи формальної логіки: теоретичного узагальнення, аналізу та синтезу. У якості інформаційної бази було використано наукові праці вітчизняних та зарубіжних науковців в сфері маркетингу, а також інформацію з Інтернет-ресурсів.

#### РЕЗУЛЬТАТИ

Прийнято вважати, що концепція бренд-менеджменту народилася у 1972 р., коли в спеціалізованому виданні *Advertising Age* Ел Райс і Джек Траут опублікували серію статей під загальним заголовком «Ера позиціонування». Основна ідея Райса і Траута полягала в тому, що в умовах насиченого ринку і значної маркетингової активності конкуруючих компаній споживачу доводиться постійно обробляти величезний потік рекламних повідомлень, тому постачальнику необхідно знайти і зайняти унікальну нішу в свідомості потенційних покупців [7].

Споживач поширює свої очікування, маркетологи називають це «Ефектом Apple». Отримавши чудові враження від брендів в одних категоріях, люди починають використовувати цей досвід в якості стандарту й у всіх інших категоріях. Вони чекають на ті ж самі відчуття і вкрай нетерпимі у разі, якщо у реальності цього не відбувається. Водночас вони не вважають за необхідне доплачувати за це. Жодна з категорій не захищена від подібних очікувань. Жодна з характеристик бренду не залишиться без уваги, в т.ч. й те, як він представлений у звичайних і віртуальних магазинах; як бренд спілкується зі споживачами; як відгукуються про бренд користувачі у соціальних мережах. Цей феномен можна назвати «ефект Apple»: відтоді, як корпорація Apple створила еталон дизайну, функціональ-

ності і сервісу, пропонованого як в офлайн, так і в онлайн-магазинах, для всіх брендів, включаючи й саму «яблучну» компанію, у цьому сегменті це стало викликом й імпульсом до розвитку.

Брендинг (*branding*) – це формування у товару, послуги або організації особливих характеристик (матеріальних і нематеріальних), які дозволяють диференціюватися їх від конкурентів і бути унікальним [2].

Існує прями зв'язок процесу управління брендом зі стратегією і бізнес-системою організації. Якщо позиціонування і управління брендом не пов'язані зі стратегією і бізнес-системою компанії, то шанси на успіх незначні [4].

Згідно із дослідженнями компанії «*McKinsey & Company*», успішна стратегія бренду включає в себе чотири елементи, які пов'язані як з традиційними питаннями стратегії організації, так і з бізнес-системою і ключовими важелями управління брендом [8]. Зокрема, можна виділити наступні елементи:

– Перший – це унікальне та актуальне позиціонування бренду, яке тісно пов'язане із стандартною стратегією організації;

– Другий – планування кроків з метою побудови унікальної та актуальної позиції бренду для досягнення максимальної ефективності. Реалізація цього плану представляє собою управління брендом;

– Третій – наявність операційних і організаційних умов для успішного виходу на ринок: організація дистрибуції, сертифікації, логістики та інше. Цей елемент стратегії бренду пов'язаний з ефективністю бізнес-систем організації;

– Четвертий – концепція довгострокового бачення бренду, що пов'язаний із конкурентною політикою організації. Тут необхідним є планування розвитку бренду на кожній стадії життєвого циклу товару, запланована реакція на зміни конкурентної ситуації на ринку і на зрушення в перевагах покупців.

Управління брендом (*Brand Management*, або управління маркою) – складова частина брендингу, разом із процесом створення і вдосконалення бренду [9].

Ми можемо впевнено стверджувати, що управління брендом – це комплексний регулярний менеджмент на всіх етапах його розвитку з метою максимізації обсягу продажів під іменем бренду.

Брендинг може включати створення, посилення, репозиціонування, оновлення й зміну стадії розвитку бренду, його розширення і поглиблення, а управління брендом полягає у управлінні цими процесами [9].

Перед менеджментом організації стоїть питання чи буде вона інвестувати кошти в свій бренд, або буде виробляти «безмарочний» продукт (дженерик). Головним завданням товарів-дженериків є реалізація базової потреби клієнтів. Ці товари не мають фірмового логотипу, під час їх виробництва використовуються компоненти низької якості, відсутні опції, які покращують користування товаром чи послугою. Це дає змогу знизити витрати на виробництво, оскільки такі товари конкурують на ринку лише за рахунок цінової конкуренції.

Брендинг передбачає додаткові витрати, пов'язані із маркуванням та просуванням продукту, що забезпечує його диференціацію у рамках даної товарної категорії з-поміж «безликих» товарів-дженериків. Ін-

вестиції організації в брендинг, безумовно, збільшують вартість продукту, але, з іншого боку, забезпечують йому кращу пізнаваність та більшу популярність серед інших, надають можливість завдяки додатковій цінності та емоційній прихильності споживача до продукту встановлювати преміальні ціни [6].

Лояльність – це ключовий аспект брендингу. Наявність групи лояльних споживачів робить із розрекламованої марки бренд. Наявність якісної реклами впливає на емоціональний фактор через залучення уваги споживача. Акцент на емоційні чинники дійсно дає передумови для первинного досвіду споживання. Однак, якщо досвід виявляється негативним, то споживач переключиться на інший бренд. Як відомо з маркетингу, вартість старого, вже існуючого, споживача із негативним досвідом користування товаром коштує втричі більше, ніж залучення нового. Проблема в тому, що нові споживачі дуже швидко закінчуються. Саме тому бренди приділяють величезну увагу роботі з постійними споживачами. До того ж головне завдання багатьох брендів полягає навіть не в тому, щоб утримати старих клієнтів, але змусити їх споживати більше [1].

Наприклад, багато хто мріє про автомобіль Porsche. Цей бренд має певну емоційну цінність для певної цільової аудиторії. Ви відчуваєте себе заможною людиною, таким собі мачо, якщо у вас така машина. Але у Porsche є також і раціональні характеристики: час розгону до 100 км / год, максимальна швидкість, ефективність гальм тощо. У рекламі, як правило, акцентуються обидва аспекти – і раціональний, і емоційний.

Як приклад невдалого брендингу можна привести деякі недорогі азіатські марки автомобілів. Купуючи ці машини, споживач не отримує ніякої раціональної чи емоційної вигоди. Йому просто пропонують недорого альтернативу відомим брендам. Як результат, ніхто не мріє про цей автомобіль та не згоден платити велику маржу за цей товар.

Успішний бренд, за визначенням П. Дойля, – це єдність високої якості товару, що сприймається (P – *good product*), чітких відмінностей (D – *distinctive identity*) та доданої вартості (AV – *added value*) [3]. Головною метою «бренд-будівництва» є сильний бренд, що володіє певною цінністю або марочним капіталом.

Д. Аакер визначає марочний капітал або капітал бренду (*brand equity*) як набір активів, таких як популярність марки, лояльні покупці, якість і асоціації, які пов'язані з брендом, а також інші складові (патенти, товарні знаки і відносини в каналах руху товару), що додають (або скорочують) цінність продукту, що пропонується [2].

Управління брендом включає:

- 1) створення бренду;
- 2) створення і управління комунікацією бренду із оточенням;
- 3) репозиціонування бренду;
- 4) адаптація до мінливих умов;
- 5) просування бренду в маркетинговому каналі;
- 6) просування бренду і його закріплення у свідомості споживачів;
- 7) антикризове управління брендом;
- 8) управління активами бренду [9].

Так, важливим процесом є управління активами

бренду, що представляє управління відносинами між клієнтами організації і її брендом, управління мірою потягу споживача до того чи іншого бренду, управління популярністю бренду, а отже, у результаті – фінансовою вартістю бренду.

У бренд-менеджменті використовуються різні інструменти брендингу. Їх поєднання та ступінь інтеграції впливає на визнання бренду споживачами. Для ефективного управління на підприємстві створюють брендбук.

Брендбук (*Brandbook*) описує платформу торгової марки, у т.ч. місію і філософію марки, її цінності, ключові ідентифікатори, правила та стиль комунікації із зовнішнім середовищем та співробітниками організації, правила використання фірмового стилю. Як правило, він являє собою закритий документ, в якому сформульовані конкретні переваги продукту і особливості бізнес-процесів всередині організації. Цей документ є комерційною таємницею [5].

У ньому описуються місія, бачення та стратегія бренду із зазначенням чітких інструкцій застосування стилістичних рішень, що і є основним завданням брендбуку. Він покликаний відтворити єдиний образ організації, вплинути на формування лояльності клієнтів і репутації бренду.

Цю тезу проілюструємо на наступному прикладі. Якщо б у компанії ІКЕА не було прописано чітких правил – під час відкриття нового магазину фірмовий колір ІКЕА – синій змінився на фіолетовий, та й логотип був би іншого шрифту та розміру. Як результат це виглядало б не як нова філія світової мережі, а як копія відомого магазину.

Структура брендбука може змінюватися, залежно від мети діяльності організації та її масштабу, але перелік стандартних елементів завжди однаковий, а саме:

1. Ідеологія бренду – опис історії організації, сфери її діяльності, організаційної структури, місії, цінностей та концепції розвитку.

2. Цільова аудиторія – містить всю інформацію про клієнта та стиль взаємодії з ним.

3. Логобук – інструкції з використання логотипу: розміри, кольори, рекомендації стосовно розміщення, варіанти фонових зображень, неприпустимі формати.

1. Гайдлайн – максимально докладний опис кольорних рішень у різних варіаціях і їх коди, назви та характеристика шрифтів і їх і розміри.

2. Ділова документація – макети фірмових бланків, заяв, договорів, візитних карток та інших ділових паперів відповідно до вимог.

3. Фірмова презентація – шаблони презентацій Powerpoint: титульний аркуш, слайд з текстовою інформацією, зразки використання схем, графіків, таблиць.

4. Поліграфія – шаблони, розміри і рекомендації з оформлення і наповнення рекламних буклетів, постерів, плакатів, календарів, каталогів тощо.

5. Сувенірна продукція – варіанти фірмових кулькових ручок, блокнотів, щоденників, магнітів, кухлів, пакетів та іншої продукції в різних варіаціях.

6. Іміджева продукція – шаблони бейджів, флаєрів, одягу, прапорів та інших елементів, необхідних для проведення іміджевих заходів.

7. Зовнішня реклама – прототипи вивісок, банерів, вуличних показників, кабінетних табличок, реклам-

них стійок, тобто будь-яких рекламних конструкцій.

8. Спецодяг – опис допустимого зовнішнього вигляду співробітника залежно від займаної посади: стиль, кольори, довжина спідниць, а також ескізи елементів.

9. Інтер'єр – детальна інструкція та елементи дизайну-проектів офісів, приміщень, рекомендації щодо будівельних матеріалів і кольорових рішень.

10. Корпоративний транспорт – принципи застосування фірмових рішень на легковому, вантажному, громадському транспорті, у корпоративних і рекламних цілях.

Для кожного бізнесу структура брендбуку відрізнятиметься, залежно від цілей і завдань брендбуку або від співробітників, які будуть його використовувати.

Брендбук є ефективним управлінським інструментом, оскільки:

1. Він є умовним «коридором» для формування плану розвитку організації, яка не суперечить концепції, позиції та меті організації через прописану місію, філософію та цінності організації.

2. Допомогає споживачу візуально ідентифікувати марку серед марок-конкурентів.

3. Формує єдиний образ організації в очах цільової аудиторії, що допомагає маркетологам у розробці маркетингових кампаній.

4. Зберігає час на створення дизайну реклами, комунікації та форми продукції через чітко встановлений перелік фірмового лого та шрифтів організації.

5. Встановлює перелік чітких правил для відділу продаж для комунікації з клієнтами та містить інформацію про історію та філософію бренду.

6. Формує образ організації-роботодавця через грамотне позиціонування та демонстрацію цінностей організації, що допомагає на етапі рекрутингу персоналу та знижує плинність персоналу, тобто формується hr-бренд.

7. Захищає авторські права власника бренду у разі виникнення спірних ситуацій та судових процесів.

8. Робить відносини із партнерами міцнішими через популярність бренду та створенням образу організації як надійного партнера.

Тобто брендбук невід'ємно пов'язаний із бізнес-процесами та впливає на всі рівні ієрархії та структурно-функціональні підрозділи організації. Саме тому кожен працівник повинен бути ознайомлений із цим документом, розділяти цінності та працювати згідно із законами організації для злагодженої роботи всіх механізмів.

## ВИСНОВКИ

Бренд – це мистецтво створення унікальних продуктів і брендів, що робить людей щасливішими. Це емоція та маржа яку готовий заплатити споживач за неї.

Брендинг у сучасних умовах є необхідним рішенням для розвитку організації в умовах перенасичення ринків товарами та послугами. Його створення не є лише завданням відділу маркетингу, а є важливим елементом менеджменту сучасної організації для завоювання лояльності клієнтів, постачальників та співробітників організації.

Управління брендом це комплексний регулярний управлінський процес, який включає створення бренду, створення і управління комунікацією бренду із оточе-

нням, репозиціонування бренду, адаптацію до мінливих умов, просування бренду в маркетинговому каналі, просування бренду і його закріплення у свідомості споживачів, антикризове управління брендом, управління активами бренду. Це все пов'язане із класичним управлінням організації.

Головним інструментом в управлінні брендом є брендбук, наявність якого вберегає від прийняття недостатньо кваліфікованих рішень менеджерами, скорочує вартість, час на розробку та виготовлення рекламних засобів, що робить їх актуальність значно вищою. Розроблення брендбуку організації полегшує ідентифікацію організації клієнтами і партнерами і в кінцевому підсумку – направлено на формування її конкурентоспроможності на висококонкурентному ринку.

Управління брендом у довгостроковій перспективі повинно стимулювати розвиток бренду, що в майбутньому забезпечить надійну та стабільну додаткову вартість товару та зробить вищою вартість організації. Якщо бренд організації міцний та є великий запас маржі – бренд перенесе кризові періоди, які будуть згубні для інших організацій.

## Список використаних джерел

1. Актуальные аспекты бренд-менеджмента. URL: <https://singapore-academy.org/index.php/ru/obrazovanie/issledovaniya-i-konsalting/library/item/642-branding-management>.
2. Маркетинг: учебное пособие / Л.А. Данченко и др. Москва: ЕАОИ, 2008. 249 с.
3. Дойль П. Маркетинг орієнтований на вартість. Санкт-Петербург: Питер, 2007. 544 с.
4. Карпова С.В., Захаренко И.К. Бренддинг: учебник. Москва: Юрайт, 2017. 439 с.
5. Словник бізнес термінів. URL: <http://dic.academic.ru>.
6. Старов С.А. Бренд: понятие, сущность, эволюция. Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 8: Менеджмент. 2008. № 2. С. 3-39.
7. Траут Д., Райс Э. Позиционирование: битва за умы. Санкт-Петербург: Питер, 2007. 272 с.
8. Управление брендом. Рекомендации McKinsey & Company. Центр гуманитарных технологий. Гуманитарные технологии и развитие человека. Экспертно-аналитический портал. URL: [gtmarket.ru](http://gtmarket.ru).
9. Управління брендом. URL: <https://discovered.com.ua>

## References

1. Topical Aspects of Brand Management. URL: <https://singapore-academy.org/index.php/ru/obrazovanie/issledovaniya-i-konsalting/library/item/642-branding-management> (in Russian).
2. Marketing / L.A. Danchenok et al. Moscow: EAOI, 2008. 249 p. (in Russian).
3. Doyle P. Value-based marketing. Saint Petersburg: Piter, 2007. 544 p. (in Russian).
4. Karpova S.V., Zaharenko I.K. Branding. Moscow: YuRAYT, 2017. 439 p. (in Russian).
5. Dictionary of business terms. URL: <http://dic.academic.ru> (in Russian).
6. Starov S.A. Brand: concept, essence, evolution. Bulletin of Saint Petersburg University. 2008. № 2. pp. 3-39. (in Russian).
7. Traut D., Raies E. Positioning: the battle for minds. Saint Petersburg: Piter, 2007. 272 p. (in Russian).
8. Humanitarian Technology Center. Humanitarian technologies and human development. Expert-analytical portal. URL: [gtmarket.ru](http://gtmarket.ru). (in Russian).
9. Brand management. URL: <https://discovered.com.ua> (in Ukrainian).

БОНДАРЕНКО

Ольга Михайлівна

bondarenko\_olga\_@ukr.net

УДК 33.053.22:658.152(045)

АУДИТ НЕОБОРОТНИХ АКТИВІВ НА  
АВІАЦІЙНОМУ ПІДПРИЄМСТВІAUDIT OF NON-CURRENT ASSETS IN  
AVIATION ENTERPRISEк.е.н., доцент, Національний  
авіаційний університетDOI: [https://doi.org/10.37634/efp.2020.4\(1\).3](https://doi.org/10.37634/efp.2020.4(1).3)

ЧАЙКОВСЬКА

Тетяна Сергіївна

tania.chayka1997@gmail.com

студентка, Національний  
авіаційний університет**BONDARENKO Olha Mykhailivna** – PhD in Economics, Associate Professor, National Aviation University**CHAIKOVSKA Tetiana Serhiivna** – student, National Aviation University

Значимість необоротних активів на підприємствах різних галузей має високий рівень, що зумовлено їх безпосереднім впливом на фінансові показники господарювання. Необоротні активи становлять міць підприємства та забезпечують його безперебійну діяльність, що викликає необхідність проведення регулярного контролю над операціями з ними та відповідністю їх відображення в обліку, законодавчим вимогам. Проведення аудиту необоротних активів є одним із найважливіших етапів аудиту підприємства загалом, що дає можливість одержання об'єктивних, достовірних та незалежних аудиторських висновків, на основі яких приймаються відповідні управлінські рішення. У статті розглянуто особливості проведення аудиту необоротних активів на авіаційному підприємстві.

\* \* \*

Значимость внеоборотных активов на предприятиях различных отраслей имеет высокий уровень, что обусловлено их непосредственным влиянием на финансовые показатели предприятия. Внеоборотные активы составляют мощь предприятия и обеспечивают его бесперебойную деятельность, что вызывает необходимость проведения регулярного контроля за операциями с ними и соответствием их отражения в учете, законодательным требованиям. Проведение аудита внеоборотных активов является одним из важнейших этапов аудита предприятия в целом, он дает возможность получить объективные, достоверные и независимые аудиторские выводы, на основе которых принимаются управленческие решения. В статье рассмотрены особенности проведения аудита внеоборотных активов на авиационном предприятии.

\* \* \*

**Introduction.** The structure of a modern enterprise is mainly characterized by the presence of a large number of fixed assets. The aviation industry is no exception, which is why most businesses in this area build their operations using a significant amount of non-current assets. Drawing on the experience of domestic and foreign companies, it should be noted that an internal and external audit is one of the most important stages of managing non-current assets. Therefore, it should be noted that the proper work of the auditor, namely the effective methodology used to carry out the procedure, the use of the optimal plan and the necessary steps, is the key to expressing an objective audit opinion, on the basis of which the company will be able to make sound management decisions

**The purpose of the paper** is to investigate the peculiarities of construction of the process of audit of fixed assets at aviation enterprises.

**Results.** The audit may be carried out on the initiative of the enterprise and in cases provided for by law. Three groups of auditors should be distinguished: state, internal, independent. The audit process, in order to increase its effectiveness, should be clearly planned and take into account the specific nature of the enterprise. The objectives of the audit of fixed assets are: checking the existence of assets at a certain date, checking the accuracy of registration of their receipt, use and disposal, as well as ownership of them. Checking the valuation of fixed assets. When designing the audit process, the auditor should be aware that most aviation industry entities have a large number of leased property in their non-current assets, accompanied by accounting features and nuances.

**Conclusion.** In the course of the research it was found that audit of fixed assets of an enterprise is one of the most important processes in carrying out an activity regardless of its direction. Audit of non-current assets in the aviation industry has its own peculiarities, but properly planned and methodically constructed process of verification will eventually lead to the expression of objective audit opinion, which will become the basis for management decisions.

**Ключові слова:** аудит, активи, необоротні активи, основні засоби, нематеріальні активи, методологія аудиту, авіаційне підприємство

**Ключевые слова:** аудит, активы, внеоборотные активы, основные средства, нематериальные активы, методология аудита, активы, авиационное предприятие

**Keywords:** audit, assets, non-current assets, fixed assets, intangible assets, audit methodology, aviation enterprise

## ВСТУП

Структура сучасного підприємства здебільшого характеризується наявністю значної кількості необоротних активів, подекуди їх частка становить до 50 % від загальної кількості. Зі свого боку це сприяє підвищенню стійкості підприємства та зростанню виробничої спрямованості.

Необоротні активи за своєю економічною сутністю відносяться до господарських засобів, котрі під впливом виробничих процесів змінюються і в господарському обороті відіграють роль ресурсу, що у подальшому переносить частину своєї вартості на виготовлену продукцію у вигляді амортизаційних відрахувань.

Спираючись на досвід вітчизняних та зарубіжних підприємств слід зазначити, що одним із найважли-

віших етапів управління необоротними активами є проведення внутрішнього та зовнішнього аудиту, що сприяє підвищенню фінансово-економічного контролю над раціональністю їх використання. Тож слід зауважити, що правильно побудована робота аудитора, а саме застосована ефективна методика проведення процедури, використання оптимального плану та необхідних етапів, розробка робочих документів та використання для аналізу повного обсягу інформаційних джерел, є запорукою висловлення об'єктивної аудиторської думки, на основі якої підприємство матиме змогу прийняти раціональні управлінські рішення [3].

Авіаційна галузь не є винятком, тому більшість підприємств даного напрямку будують свою діяльність, використовуючи значну кількість необоротних активів, що зумовлює актуальність дослідження даної теми.

Науковим дослідженням процесу організації та методики проведення аудиту займалися такі відомі науковці як: М.В. Мельник, Г.М. Давидов, В.О. Шевчук, М.В. Кужельний, В.Я. Савченко, М.Т. Білуха, М.І. Бондар та багато інших. У своїх працях вони розглядали побудову процесу його етапи, особливості проведення, залежно від специфіки діяльності підприємств, недоліки процедур та робочих документів, а також висловлювали свої пропозиції та бачення стосовно поліпшення даного напрямку діяльності.

Проте, не дивлячись на низку проведених наукових досліджень питання аудиту необоротних активів на авіаційних підприємствах є мало досліджуваним і потребує більш детального розгляду.

**МЕТОЮ** даної роботи є дослідження особливостей побудови процесу аудиторської перевірки необоротних активів на підприємствах авіаційної галузі.

### МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічною основою для проведення дослідження виступили загальнонаукові методи а саме систематизація, групування та узагальнення отриманої інформації, метод порівняння, абстрактно-логічний метод та причинно-наслідкових зв'язків.

### РЕЗУЛЬТАТИ

Практично кожне підприємство у своїй господарській діяльності має бути забезпеченим необоротними активами, зокрема засобами праці та всіма матеріальними умовами, що забезпечують безперебійну роботу суб'єкта господарювання. Необоротні активи це потужності підприємства, що визначають його міць та становлять значну частину майна підприємства. Залежно від їх складу, структури та кількості формується і напрям діяльності суб'єкта.

Авіаційна галузь є однією із основних, стратегічно важливих напрямів національної економіки, що зумовлює її розвиток у сфері машинобудування дає змогу зростати обсягам розробки та виробництва авіаційної техніки. Авіаційні перевезення є одним із напрямів даної галузі, що дають можливість налагоджувати та розвивати зв'язки з іншими державами. Забезпеченість авіаційних підприємств необоротними активами, не є винятком і становить одну із найважливіших складових побудови ефективної діяльності, адже від раціонального їх використання залежать фінансові показники економічної діяльності у т.ч. і прибутковість

підприємства [4].

Враховуючи специфіку галузі, кожне підприємство повинно мати чітко сформовану облікову політику для регламентування діяльності у т.ч. і ведення бухгалтерського обліку, адже його достовірність та відповідність законодавчим вимогам є важливою умовою провадження господарських процесів.

Високий рівень значимості необоротних активів на підприємстві підвищує і рівень необхідності здійснення контролю над операціями з ними, а також побудовою управлінської політики. Її ефективність ґрунтується на достовірності висновків та їх об'єктивності, що можливо лише за здійснення регулярних перевірок, зокрема проведення аудиту.

Аудит необоротних активів на авіаційному підприємстві становить собою перевірку відповідності методологічним засадам та законодавчим вимогам процесу побудови бухгалтерського обліку, здійснення операцій з необоротними активами та відображення даної інформації у фінансовій звітності підприємства.

Аудиторська перевірка може бути здійснена за ініціативи підприємства та у випадках, що передбачаються законодавством. Зі свого боку суб'єктами аудиту виступають незалежні особи – це можуть бути як аудиторські фірми, так і уповноважені особи. Слід виокремити три групи аудиторів: державні, внутрішні, незалежні.

Процес аудиту для підвищення його ефективності має бути чітко спланованим і враховувати специфіку діяльності підприємства.

Завданнями аудиторської перевірки необоротних активів є:

1. Перевірка існування активів на певну дату.
2. Перевірка достовірності оформлення їх надходження, використання та вибуття, а також права власності на них.
3. Перевірка відображення інформації стосовно необоротних активів у бухгалтерському обліку, а також правильності ведення їх аналітичного та синтетичного обліку.
4. Перевірка правильності оцінки необоротних активів.
5. Перевірка правильності нарахування амортизації.
6. Перевірка достовірності розкриття інформації про необоротні активи у фінансовій та податковій звітностях.

Під час побудови процесу аудиту аудиторію слід звернути увагу, що більшість підприємств авіаційної галузі у своїй структурі необоротних активів мають велику кількість або ж орендованого або ж взятого у лізинг майна, що супроводжується особливостями та нюансами ведення обліку.

На першому етапі аудиту слід виокремити перевірку відповідності організації і методики ведення бухгалтерського обліку, наказу про облікову політику підприємства.

Для перевірки наявності та стану основних засобів відбувається звірення інвентарних списків (ф. № ОЗ-9) з інвентарними описами (Інвентаризаційний опис основних засобів (ф. № інв-1), а також перевірка фактичного їх знаходження на місцях експлуатації. Під час перевірки якості та частоти проведення інвентаризацій слід пам'ятати, що відповідно до Положення про інвентаризацію активів та зобов'язань № 879 від 30.10.2014 р., інвентаризація необоротних активів

здійснюється до дати балансу в період трьох місяців. Що стосується будівель, споруд, земельних ділянок, та інших нерухомих об'єктів, їх інвентаризація може здійснюватися раз на три роки [2].

Як вище зазначалося, на авіаційних підприємствах існує досить велика кількість орендованого майна – це можуть бути літаки, будівлі у вигляді терміналів, адміністративні приміщення тощо. У випадку, якщо основні засоби чи інші необоротні матеріальні активи прийняті на умовах фінансової оренди аудитор повинен дослідити правильність укладання договору оренди та відповідність всім вимогам експлуатації, що передбачаються, оцінити ефективність використання об'єктів оренди. Орендна плата сплачується орендарем згідно з договором, проте слід зауважити, що її загальна вартість не повинна бути вищою за справедливую вартість об'єкта, за якою і здійснюється відображення у бухгалтерському обліку, або ж за сумою мінімальних орендних платежів. Якщо між такою сумою та вартістю об'єкта, що переданий у фінансову оренду буде виявлена різниця, вона має бути віднесена до фінансових витрат орендаря та являється витратами звітного періоду. Водночас виникає певна умова, що об'єкт в обліку має відображатися за його вартістю [5].

У тому випадку, якщо орендарем було здійснено покращення об'єкта фінансової оренди, його модернізація, дообладнання, модифікація тощо, аудитор повинен перевірити чи було відображено витрати як капітальні інвестиції, водночас вони мають бути включені до вартості об'єкта.

У разі, якщо відбувається зменшення корисності об'єкта фінансової оренди, понесені витрати відносяться до витрат звітного періоду, водночас збільшується сума зносу основних засобів у балансі. У такому разі об'єкт повинен відображатися в обліку орендаря за переоціненою вартістю [6].

Під час перевірки правильності нарахування амортизації, аудитор повинен звернути увагу на метод за яким вона нараховується. Його регламентування здійснюється П(С)БО 7 «Основні засоби» та П(С)БО 8 «Нематеріальні активи». Під час фінансової оренди, нарахування амортизації здійснюється протягом очікуваного терміну експлуатації, – це може бути або ж термін корисного використання або ж період оренди.

У випадку, якщо об'єкт було передано на умовах операційної оренди, аудиторська перевірка має починатися із ідентифікації об'єкта на позабалансовому рахунку орендаря. Слід зауважити, що вартість за якою буде здійснено відображення в обліку, визначається умовами угоди про оренду. Покращення об'єктів оренди, мають бути відображені у складі капітальних інвестицій орендаря. Орендна плата визначається згідно П(С)БО 16 «Витрати» прямолінійним методом протягом терміну операційної оренди.

Отже, процедура аудиту є дуже важливою для підприємств будь-якої галузі. Даний процес має бути чітко побудований, враховуючи всі особливості діяльності.

## ВИСНОВКИ

У процесі дослідження було виявлено, що аудит необоротних активів підприємства є одним із найвагоміших процесів у здійсненні діяльності незалежно від її напрямку.

Відповідно до Закону «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність», аудиторська діяльність – це незалежна професійна діяльність аудиторів та суб'єктів аудиторської діяльності, зареєстрованих у Реєстрі аудиторів та суб'єктів аудиторської діяльності, з надання аудиторських послуг [1]. Невід'ємною частиною загального аудиту, що проводиться на підприємстві є аудит необоротних активів, метою якого являється збір та перевірка достовірності фінансової інформації, її аналіз та підготовка незалежного звіту внутрішнім користувачам. Саме за допомогою аудиту у керівного персоналу є можливість виявити недоліки та помилки ведення бухгалтерського обліку необоротних активів та відображення інформації стосовно них у фінансовій звітності.

Аудит необоротних активів на підприємствах авіаційної галузі має свої особливості, проте правильно спланований та методично побудований процес перевірки у кінцевому результаті призведе до висловлення об'єктивної аудиторської думки, що стане основою для прийняття управлінських рішень.

### Список використаних джерел

1. Закон «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність» 2258-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2258-19>
2. Положення про інвентаризацію активів та зобов'язань № 879 від 30.10.2014. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1365-14>
3. Авдєєнко А.А. Аудит необоротних активів підприємства. Аудитор України. 2011. № 2. С. 4-10
4. Никоневич М.О. Організація і методика аудиту: навчальний посібник. К.: КНТЕУ, 2006. 472 с.
5. Андросова О.Ф., Калужина К.А. Методика аудиту основних засобів і нематеріальних активів та її вплив на якість аудиту. Вісник Хмельницького національного університету. 2011. № 3. Т. 3. С. 250-255. URL: <http://pbo.ztu.edu.ua/article/view/91537>
6. Баранова А.О., Наумова Т.А., Кашперська А.І. Аудит: навчальний посібник. Х.: ХДУХТ, 2017. 246 с.

### References

1. Law "On Audit of Financial Statements and Auditing" 2258-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2258-19> (in Ukrainian).
2. Assets and Liabilities Inventory Regulation No. 879 of 10/30/2014 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1365-14> (in Ukrainian).
3. Avdieienko A.A. Audit of non-current assets of the enterprise. Auditor Ukrainy. 2011. pp. 4-10. (in Ukrainian).
4. Nykonovych M.O. Organization and methodology of audit. Kyiv: KNTEU, 2006. 472 p. (in Ukrainian).
5. Androsova O.F., Kaluhina K.A. Methods of auditing fixed assets and intangible assets and their impact on the quality of the audit. Bulletin of Khmelnytskyi National University. 2011. Vol. 3. pp. 250-255. URL: <http://pbo.ztu.edu.ua/article/view/91537> (in Ukrainian).
6. Baranova A.O. Naumova T.A. Kashperska A.I. Audit. Kharkiv: KhSUFT, 2017, pp. 246 p. (in Ukrainian).



**КОВАЛЕНКО**Альбіна Борисівна  
albina.kovalenko@mzeid.inстудентка, Одеський національний  
політехнічний університет**КОВАЛЕНКО**Олександр Михайлович  
a.m.kovalenko@mzeid.inд.е.н., професор, Одеський національний  
політехнічний університет**СТАНІСЛАВИК**Олена В'ячеславівна  
elenastanislavyyk@ukr.netк.е.н., доцент, Одеський національний  
політехнічний університет

УДК 330.131.7

**ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ПОСЕРЕДНИЦЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА****FEATURES OF RISK MANAGEMENT OF INTERMEDIATE ENTERPRISE**DOI: [https://doi.org/10.37634/efp.2020.4\(1\).4](https://doi.org/10.37634/efp.2020.4(1).4)**KOVALENKO Albina Borysivna** – student, Odesa National Polytechnic University**KOVALENKO Olexandr Mykhailovych** – Doctor of Economics, Professor, Odesa National Polytechnic University**STANISLAVYK Olena Viacheslavivna** – PhD in Economics, Associate Professor, Odesa National Polytechnic University

У статті розглянуто особливості управління ризиками на посередницьких підприємствах. Позначено причини виникнення ризиків у посередницькій діяльності та можливі способи зниження ризиків посередницького підприємства, серед яких виокремлено: попередження, диверсифікація, страхування, резервування тощо. Виділено основні методи та принципи управління ризиками посередницького підприємства. Відзначено, що результати даного дослідження можуть бути корисні підприємствам, які зацікавлені у підвищенні ефективності здійснення посередницької діяльності.

\* \* \*

В статье рассмотрены особенности управления рисками на посреднических предприятиях. Обозначены причины возникновения рисков в посреднической деятельности и возможные способы снижения рисков посреднического предприятия, среди которых: предупреждение, диверсификация, страхование, резервирование и другие. Выделены основные методы и принципы управления рисками посреднического предприятия. Отмечено, что результаты данного исследования могут быть полезны предприятиям, которые заинтересованы в повышении эффективности осуществления посреднической деятельности.

\* \* \*

**Introduction.** At the present stage of the functioning of market relations is an urgent problem of the emergence of unforeseen risks that impede the effective operation of the enterprise, which carries out its activities in the field of intermediary services. Therefore, it is advisable to characterize the methods and principles of effective risk management in the intermediary activity, in order to identify and prevent the development of unforeseen situations in the enterprise in a timely manner.

**The purpose of this paper** is to investigate the features of risk management of intermediary enterprises.

**Results.** In order to manage the effective operation of the enterprise, the risk management features of the intermediary enterprises should be taken into account. Different types of risks affect the operation of the enterprise in different ways. The impact of the risks can be positive or negative. The source of threats is the negative factors that cause the economic security of the enterprise. The reasons for the emergence of risks in the mediation activity and possible ways of reducing the risks of the intermediary enterprise are indicated, among which are the following: warnings, diversification, insurance, reserves and others. The basic methods and principles of risk management of the intermediary enterprise are highlighted. The most appropriate method of ensuring the effective operation of intermediary firms is the transfer of risk control.

**Conclusion.** The use of this study, with regard to the particularities of risk management, the basic methods and principles, will enable brokers to be more prepared for unforeseen situations and reduce the risk of reducing the level of intermediary services. The information may be useful for businesses that are interested in improving the efficiency of their activities and reducing the likelihood that their risks will be adversely affected.

**Ключові слова:** управління ризиками, посередницька діяльність, посередницькі підприємства, надання посередницьких послуг, підвищення ефективності

**Ключевые слова:** управления рисками, посредническая деятельность, посреднические предприятия, предоставление посреднических услуг, повышение эффективности

**Keywords:** risk management, intermediation, intermediation services, increase in efficiency

## ВСТУП

З розвитком різних способів реалізації товарів та послуг у сучасній ринковій економіці України особливу увагу слід приділити діяльності посередницьких підприємств. Звернення суб'єктів господарювання до посередницьких організацій надає змогу зменшити витрати у частині збуту товарів та послуг, також збільшити ефективність діяльності підприємства та підвищити його конкурентоспроможність.

У процесі здійснення посередницької діяльності між усіма учасниками (виробниками товарів або послуг, посередниками та споживачами) на товарному ринку можуть спостерігатися різні форми взаємодії [1]. Посередники створюють умови, які спрощують та прискорюють ефективну комунікацію між клієнтом (споживачем) і замовником (виробником) товару або послуги.

Однак на сучасному етапі функціонування ринкових відносин актуальною є проблема виникнення передбачуваних ризиків, що можуть перешкоджати роботі посередницького підприємства. Тому є доцільним дослідити особливості управління ризиками, для своєчасного виявлення та недопущення негативних наслідків у роботі посередницьких підприємств.

Сьогодні управління ризиками стає пріоритетним у системі управління посередницькими організаціями [2]. Різні аспекти управління ризиками, проблеми, пов'язані з невизначеністю ринкового середовища, що зі свого боку є передумовою виникнення ризиків, висвітлено в багатьох наукових працях, наприклад: О.А. Біловодської [1], О.М. Коваленко, О.В. Станіславів [2], Л.Г. Філевич, Л.О. Попова, О.М. Прудко, Т.Л. Мітєва, Л.А. Прибилович [4] та ін.

На сьогодні спостерігається тенденція посилення впливу нових факторів, які сприяють виникненню ризиків. Тому ефективне функціонування посередницьких підприємств залежить від якості дослідження та врахування особливостей управління ризиками.

**МЕТА** статті – дослідження особливостей управління ризиками посередницьких підприємств.

## МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічною та інформаційною основою роботи є наукові праці вітчизняних дослідників, а також матеріали періодичних видань. У проведенні дослідження використовувалися методи аналізу і синтезу, порівняння та узагальнення, системний підхід тощо.

## РЕЗУЛЬТАТИ

Неможливо уявити будь-яке підприємство без здійснення комерційної діяльності. Саме вона визначає конкурентоспроможність товарів або послуг та водночас є найбільш схильною до ризиків. Для посередницьких підприємств є важливим здійснення комерційної діяльності. Результатом впливу комерційних ризиків на діяльність підприємств, що надають посередницькі послуги, є скорочення прибутку від реалізації продукції (послуг) та зростання витрат. Тому слід враховувати особливості управління ризиками посередницьких підприємств для забезпечення їх ефективної роботи. До основних причин виникнення ризиків в посередницькій діяльності можна від-

нести:

- скорочення обсягів реалізації товарів та послуг по причині зниження попиту, посилення конкуренції;
- підвищення собівартості товарів та послуг;
- зростання витрат на реалізацію товарів (послуг) через сплату штрафів, зростання вартості мит та відрахувань.

З розвитком соціально-економічних умов у країні, можуть з'являтися нові види ризиків для підприємницької діяльності посередницьких підприємств. Виділяють різноманітні класифікації, що мають на меті вивчення ризиків незалежно від видів діяльності та величини підприємства [3].

Різні види ризиків впливають по-різному на роботу підприємства. Вплив ризиків може бути позитивним або негативним. Джерелом загроз є негативні чинники впливу, які спричиняють зниження рівня економічної безпеки і можуть привести посередницьке підприємство до фінансової неспроможності його діяльності. За сучасних умов господарювання для підприємства важливо вміти уникати можливих загроз та за необхідності оперативно ліквідувати наслідки негативного впливу ризиків на його діяльність. Це можливо у здійсненні управління ризиками.

Управління ризиками головним чином полягає у тому, чи здатні підприємства адекватно аналізувати тип і рівень ризиків. Тому головне завдання управління ризиками визначається можливістю визначити альтернативи розвитку подій, оцінити ймовірність та наслідки їх настання.

У сучасних умовах для посередницьких підприємств розширяється коло можливостей і збільшується ступінь свободи у процесі прийняття управлінських рішень, а відповідно виникає необхідність обліку, аналізу й оцінки ризиків в системі управління підприємством. Тому основне завдання – це зменшити можливі збитки, пов'язані з реалізацією ризиків.

Отже, для посередницького підприємства управління ризиками передбачає виявлення, аналіз і регулювання тих ризиків, які можуть загрожувати його майну та рівню прибутку.

Основними способами зниження ризиків посередницького підприємства можуть бути: попередження, диверсифікація, страхування, одержання додаткової інформації під час обрання варіантів рішень і результатів їх реалізації, створення запасів та резервів тощо.

Правила, які стосуються ризиків посередницьких підприємств:

- використовувати методики попередження ризику;
- розподіляти ризик між іншими учасниками;
- страхувати ризик [5].

Можна виділити такі основні принципи управління ризиком:

- недоцільність ризикувати більшим заради меншого;
- недоцільність ризикувати більше, ніж це дозволяють власні можливості;
- необхідність заздалегідь турбуватися про можливі наслідки ризику;
- недоцільність економити на малому, якщо під загрозою знаходиться значно більший капітал;
- краще попередити виникнення ризикової події, ніж знайти відповідального за неї.

До основних внутрішніх методів управління ризиками на підприємстві можна віднести:

- відхилення ризику;
- недопущення збитків;
- мінімізація збитків;
- формування власного ресурсного фонду.

До зовнішніх методів управління ризиків відносяться:

- передача контролю за ризиками;
- зовнішнє страхування.

На думку авторів, найбільш доцільним методом для забезпечення ефективної діяльності посередницьких підприємств є передача контролю за ризиками на виробника послуг або товарів. Даний метод передбачає передачу відповідальності за виникнення та наслідки ризикових подій іншим юридичним особам відповідно до умов договірних відносин з ними.

Передача контролю за ризиками має місце, наприклад, під час використання посередницьким підприємством практики прийому товарів або послуг на реалізацію (згідно з умовами договору ризик непродажу товарів несе постачальник, у разі нереалізації торговельне підприємство повинно лише повернути прийняті товари).

### ВИСНОВКИ

У статті висвітлено особливості управління ризиками посередницьких підприємств. Робота з ризиками сприяє більш ефективному аналізу діяльності підприємства з погляду виникнення непередбачуваних факторів впливу на діяльність посередницького підприємства.

Основною проблемою для підприємств, що здійснюють посередницьку діяльність, є негативний вплив зовнішніх або внутрішніх ризиків, що може привести до фінансової неспроможності підприємства.

Використання даного дослідження, щодо особливостей управління ризиками, основних методів та

принципів, дозволить підприємствам, що займаються посередницькою діяльністю, бути більш підготовленими до виникнення непередбачуваних ситуацій та зменшити ризик зниження рівня надання посередницьких послуг. Інформація може бути корисною для підприємств, які зацікавлені у підвищенні ефективності здійснення посередницької діяльності та зменшенні вірогідності негативного впливу ризиків на їх діяльність.

### Список використаних джерел

1. Біловодська О.А. Маркетингова політика розподілу: навч. посіб. Київ: Знання, 2011. 495 с.
2. Коваленко О.М., Станіславів О.В. Методичні підходи до створення підсистеми ризик-менеджменту в системі управління інтегрованою промисловою компанією. Ринкова економіка сучасна теорія і практика управління. Одеса: Наука і техніка, 2017. № 1. С. 79-95.
3. Машина Н.І. Економічний ризик і методи його вимірювання: навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2003. 52 с.
4. Филевич Л.Г., Попова Л.О., Прудко О.М., Міт'яєва Т.Л., Прибилович Л.А. Комерційна діяльність: навчальний посібник. Харків: ХДУХТ, 2014. 225 с.

### References

1. Bilovodska O.A. Marketing distribution policy. Kyiv: Knowledge, 2011. 495 p. (in Ukrainian).
2. Kovalenko O.M., Stanislavik O.V. Methodical approaches to creation of the risk management subsystem in the management system of an integrated industrial company. Market economy is a modern theory and practice of management. Odessa: Science and technology, 2017. № 1. pp. 79-95. (in Ukrainian).
3. Mashyna N.I. Economic risk and methods of its measurement: tutorial. Kyiv: Center for Educational Literature, 2003. 52 p. (in Ukrainian).
4. Fylevych L.H., Popova L.O., Priadko O.M., Mitiaieva T.L., Prybylovykh L.A. Business Activities. Kharkiv: KhSUFT, 2014. 225 p. (In Ukrainian).

ЛЯХОВСЬКА

Олена Василівна

Skalecka.olena@ukr.net

УДК 637.1: 338.3



## ВИРОБНИЦТВО МОЛОКА ТА МОЛОЧНИХ ПРОДУКТІВ В УКРАЇНІ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

### PRODUCTION OF MILK AND DAIRY PRODUCTS IN UKRAINE: TRENDS AND PROSPECTS

DOI: [https://doi.org/10.37634/efp.2020.4\(1\).5](https://doi.org/10.37634/efp.2020.4(1).5)

к.е.н., н.с., ДУ “Інститут  
регіональних досліджень ім.  
М.І. Долишнього НАН  
України”

**LIAKHOVSKA Olena Vasylivna** – PhD in Economics, Researcher, State Enterprise "Institute of Regional Studies after M.I. Dolishnii of NAS of Ukraine"

Досліджено тенденції заготівлі молока сільськогосподарськими підприємствами та домашніми господарствами України. Із роками заготівля молока у сільському господарстві динамічно зменшується, водночас спостерігається перехід до підприємницьких форм ведення молочного скотарства. Зазначено, що зменшення обсягів заготівлі молока впродовж останніх років вплинуло на динаміку промислового виробництва молочних продуктів. Наведено загальну характеристику зовнішньої торгівлі України молоком та молочними продуктами. Встановлено, що необхідно стимулювати глибинну переробку молока, зокрема виробництва масла вершкового (основного продукту експорту) та сирів (з метою уникнення імпортозалежності).

\* \* \*

Исследовано тенденції заготовки молока сільськогосподарськими підприємствами та домашніми господарствами України. С годами заготовка молока в сільському господарстві динамічно зменшується, при цьому спостерігається перехід до підприємницьких форм ведення молочного скотарства. Отмечено, что уменьшение объемов заготовки молока в течение последних лет, повлияло на динамику промышленного производства молочных продуктов. Приведена общая характеристика внешней торговли Украины молоком и молочными продуктами. Установлено, что необходимо стимулировать глубокую переработку молока, в частности производства масла сливочного (основного продукта экспорта) и сыров (с целью избежания импортозависимости).

\* \* \*

The dairy industry is one of the important components of the food industry in Ukraine. Significant dynamic and structural changes in the procurement, processing and foreign trade of milk and dairy products have been observed in recent years. Further prospects for the development of the dairy industry are formed under the influence of a decrease in agricultural harvesting of milk, a decrease in the volume of deep processing of milk (production of butter and cheese), changes in foreign trade.

It is important to study the current state of the dairy industry and identify trends in its further development.

The tendencies of milk procurement by agricultural enterprises and households of Ukraine are investigated. Over the years milk production in agriculture has been dynamically diminishing, with a shift to entrepreneurial forms of dairy farming. It has been noted that the decrease in milk production volume in recent years has influenced the dynamics of industrial production of dairy products. In particular, in recent years the production of cheese and butter has decreased significantly, and milk production has been characterized by unstable trends. The general characteristics of Ukraine's foreign trade in milk and dairy products are presented. In recent years, the value of the export-to-import ratio has been positive for most dairy products. Over the last year (2018), exports of butter, condensed milk and cream, condensed milk and cream and whey prevailed in Ukraine. At the same time, they imported more cheese and butter, fermented or fermented milk and cream. The main part of the exported dairy products was export of butter and milk and cream condensed, imported mainly cheese.

It is established that the main problem of the dairy industry today is the low level of milk production. Therefore, financial and investment processes should be stimulated to build farms and increase livestock production at enterprises to offset losses from reduced milk production by households. At the same time, it is necessary to encourage deep processing of milk, in particular the production of butter (main export product) and cheese (to avoid import dependence).

**Ключові слова:** молочна промисловість, заготівля молока, виробництво молока та молочних продуктів, експорт молочних продуктів, імпорт молочних продуктів

**Ключевые слова:** молочная промышленность, заготовка молока, производство молока и молочных продуктов, экспорт молочных продуктов, импорт молочных продуктов

**Keywords:** dairy industry, milk production, milk and dairy production, dairy exports, dairy imports

## ВСТУП

Молочна промисловість – одна із вагомих складових харчової промисловості України. Молочні продукти українського виробництва значною мірою задовольняли внутрішній попит, а також активно імпортувались (зокрема, масло вершкове, молоко та казеїни). Проте в останні роки різко знизилась темпи сільськогосподарської заготівлі молока (сировини для молочної промисловості), що може мати негативні наслідки для розвитку молочної промисловості у майбутньому.

**МЕТА** роботи – дослідити сучасні тенденції молочної промисловості України та виявити перспективні напрями розвитку.

## МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Інформаційною основою роботи були дані Державної служби статистики України та Державної фіскальної служби України. У дослідженні використовувались методи порівняння, аналізу, синтезу, індукції, дедукції та інші методи, що дозволили виявити динаміку, структуру та логічні зв'язки між досліджуваними елементами.

## РЕЗУЛЬТАТИ

Виробництво молока та молочних продуктів – важлива складова харчової промисловості України (у 2019 р. молочні продукти становили 13,68 % від реалізованих харчових продуктів). Сировинну основу молочної продукції становить молоко – продукт сільськогосподарського молочного скотарства. Відповідно, розвиток молочної промисловості корелює з молочним секто-

ром сільськогосподарського виробництва.

Впродовж 2013-2019 рр. обсяги заготівлі молока в Україні зменшились на 15,68 % (у домогосподарствами – на 21,76 %, на підприємствах – зріс на 5,23 %, попри нестійкі тенденції: у 2013-2017 – приріст заготівлі, а у 2017-2019 – спад) (рис. 1).

Ключовим чинником, що зумовив таку динаміку, було зменшення поголів'я корів (на 26,05 %), як у сільськогосподарських підприємствах (на 21,77 %), так і у домогосподарствах (на 27,33 %). Водночас помірні темпи зниження заготівлі молока підприємствами зумовлені зростанням обсягів надоїв молока (середній річний удій молока від однієї корови за 2013-2019 рр. зріс у підприємствах – на 28,24 %, а у господарствах населення – на 4,97 %).

Загалом у 2019 р. в Україні було перероблено близько 18,42 % сировини молока (проти 16,32 % – у 2013 р.). У структурі молочних продуктів України переважало виробництво молока (55,93 % від молочної продукції) та інших молочних продуктів (28,60 %), глибинна переробка, тобто виробництво сирів та масла у 2019 р. становило 10,47% і 5,00% відповідно (табл. 1).

Виробництво молока впродовж останніх років зросло на 1,33%, проте темп приросту характеризувався нестійкими тенденціями: у 2014 р. виробництво зросло на 15,43 %, у 2015-2016 рр. – знизилось на 8,89 % і 40,99 % відповідно, у 2017-2018 рр. – зросло на 69,78 % і 0,18 % відповідно, у 2019 р. – знизилась на 4 % (табл. 2).

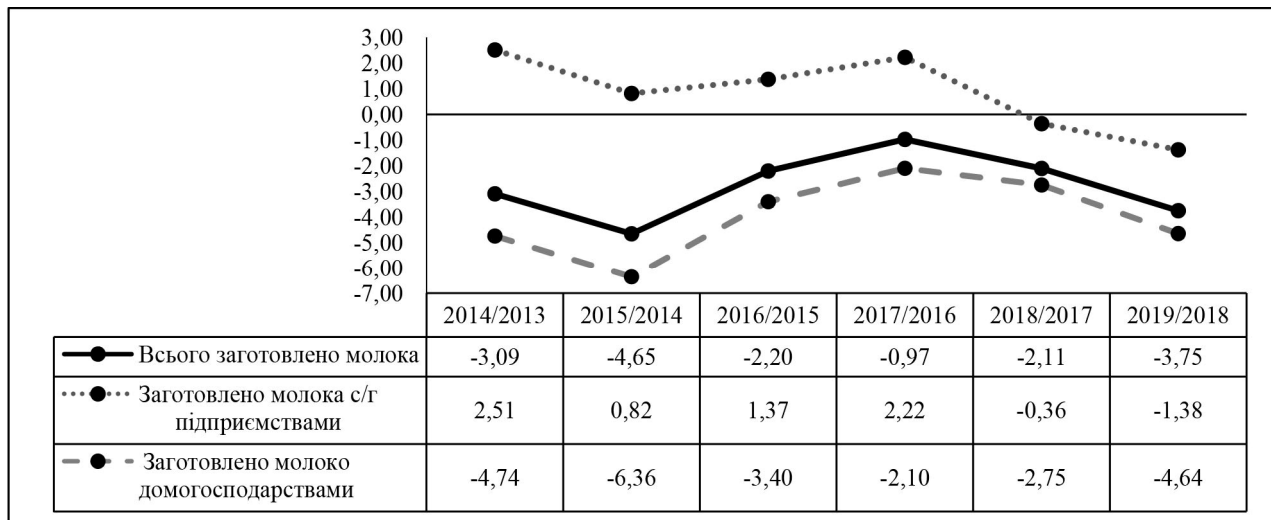


Рис. 1. Темп приросту обсягів заготівлі молока в Україні, % [розраховано за даними [1]]

Таблиця 1

Структура виробництва молока та молочних продуктів в Україні за видами, % [розраховано за даними [1]]

Назва виробів	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Молоко	52,54	58,23	58,09	45,42	58,75	58,47	55,93
Масло	5,01	5,79	5,66	7,58	6,11	5,88	5,00
Сири	13,29	10,51	10,73	13,59	10,73	11,15	10,47
Інші молочні продукти	29,17	25,47	25,51	33,41	24,41	24,50	28,60
Всього	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Таблиця 2

**Темп приросту виробництва молока та молочних продуктів в Україні, % [розраховано за даними [1]]**

Назва виробів	2014/2013	2015/2014	2016/2015	2017/2016	2018/2017	2019/2018	2019/2013
Молоко	15,43	-8,89	-40,99	69,78	0,18	-4,00	1,33
Масло	20,34	-10,62	0,99	5,88	-3,20	-14,62	-4,94
Сири	-17,66	-6,68	-4,44	3,61	4,61	-5,77	-25,01
Інші молочні продукти	-9,05	-8,55	-1,14	-4,09	0,99	17,17	-6,69
Всього	4,14	-8,67	-24,53	31,26	0,65	0,37	-4,82

Напротивагу до тенденцій у виробництві молока значно зменшились обсяги виробництва молочних продуктів більш глибокої переробки – масла та сирів. За 2013-2019 рр. обсяги виробництва масла в Україні зменшились на 4,94 %, а сирів – на 25,01 %.

До інших молочних продуктів відносяться, зокрема молоко та вершки підсолонжені, коагульовані, йогурти, кефіри та інші ферментовані продукти, казеїн та казеїнати. За 2013-2019 рр. виробництво цих продуктів в Україні зменшилось на 6,69 %, проте за останні 2018-2019 рр. спостерігалось зростання обсягів цього виробництва (у 2018 р. – на 0,99 %, у 2019 р. – на 17,17 %).

Переважає тенденція до зменшення обсягів виробництва продукції молочної промисловості в Україні не вплинуло на зростання імпортозалежності від цих

продуктів. Близько 7,45 % від обсягу вироблених молочних продуктів у 2018 р. експортували, водночас імпортували – 1,43 %. За даними Асоціації виробників молока у 2018 р. Україна увійшла у топ 5 країн з експорту вершкового масла, зайняла третю позицію серед країн-експортерів казеїну та восьму позицію серед світових експортерів сухого збираного молока [2].

За останні роки значення коефіцієнту покриття експорту імпортом було позитивним для більшості молочних продуктів. Тому в Україні переважав експорт над імпортом масла вершкового (у 2018 р. коефіцієнт покриття – 17,21 %), молока та вершків згущених (10,34 %), молока та вершків незгущених (7,12 %) та молочної сироватки (7,02 %). Водночас імпортували більше сирів (0,46 %) і маслянки, ферментованих або сквашених молока та вершків (1,07 %) (табл. 3).

Таблиця 3

**Коефіцієнт покриття експортом імпорту молока та молочних продуктів в Україні, %**

[розраховано за даними [1]]

Товарна підгрупа	Назва виробів	2013	2014	2015	2016	2017	2018
401	Молоко та вершки, не згущені	0,77	1,20	5,56	5,11	6,74	7,12
402	Молоко та вершки згущені	2,80	9,77	53,58	34,46	21,38	10,34
403	Маслянка, ферментовані або сквашені молоко та вершки	0,23	0,32	0,91	0,66	0,74	1,07
404	Молочна сироватка	6,25	5,54	7,41	8,93	10,48	7,02
405	Масло вершкове	0,33	0,99	11,63	9,88	28,98	17,21
406	Сири	3,26	1,78	1,49	0,81	0,69	0,46
	Всього	2,13	2,17	5,18	3,72	4,35	2,83

За 2013-2018 рр. серед молочних продуктів зріс експорт масла вершкового (у 5,79 рази), молока та вершків не згущених (у 2,64 рази) і маслянки, ферментованих або сквашених молока та вершків (у 1,73 рази). Водночас зменшився експорт сирів (на 91,50 %), молочної сироватки (на 51,38 %) і молока та вершків згущених (на 22,16 %).

За 2018 р. спостерігались тенденції зростання експорту маслянки, ферментованих або сквашених молока та вершків (на 102,87 %) і молока та вершків не згущених (на 51,37 %). Водночас зменшився експорт молока та вершків згущених (на 26,72 %), молочної сироватки (на 11,68 %), сирів (на 5,27 %) і масла вершкового (на 0,91 %).

Основну частину з експортованих молочних продуктів у 2018 р. становили експорт масла вершкового (48,79 % від обсягу експорту молока та молочних продуктів в Україні) і молока та вершків згущених

(22,40 %) (рис. 2).

Імпорт молочної продукції мав тенденції до зниження впродовж 2013-2015 рр., проте за 2016-2019 рр. імпорт усіх видів молочних продуктів зріс. Тому за 2018-2017 рр. імпорт масла вершкового зменшився на 88,90 %, молока та вершків згущених – на 78,90 %, молока та вершків не згущених – на 71,51 %, маслянки, ферментованих або сквашених молока та вершків – на 63,52 %, молочної сироватки – на 55,82 % і сирів – на 39,91 %. На відміну цьому у 2018-2017 рр. імпорт цих продуктів зріс: масла вершкового – на 66,82 %, молоко та вершків згущених – на 51,47 %, молока та вершків не згущених – на 43,21 %, сирів – на 41,77 %, маслянка, ферментовані або сквашені молоко та вершки – на 40,61%, молочної сироватки – на 31,84%.

Основну частину серед імпортованих молочних продуктів у 2018 р. займали сири (71,78 %) (рис. 3).

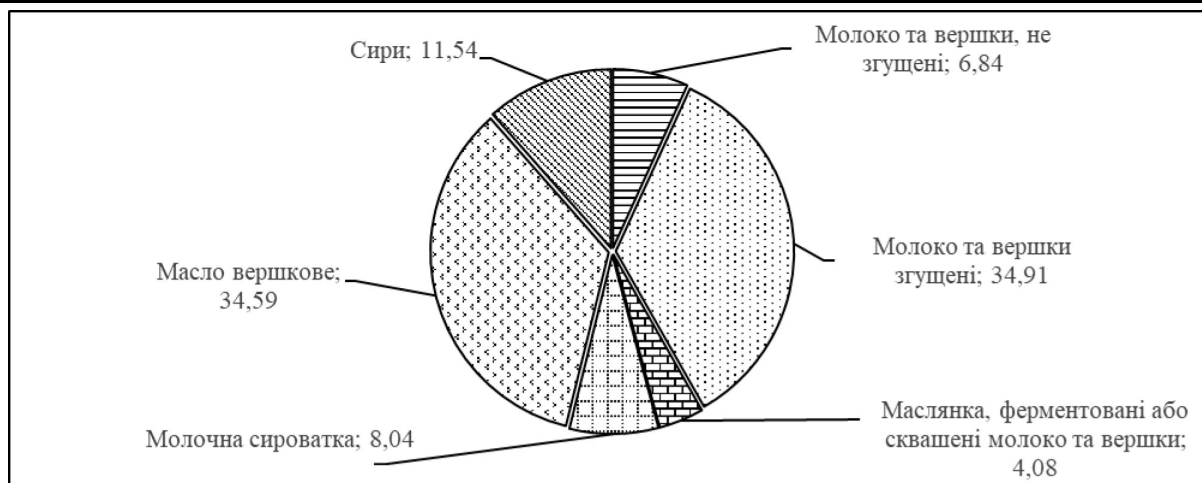


Рис. 2. Структура експорту молочної продукції у 2018 р., % [розраховано за даними [3]]

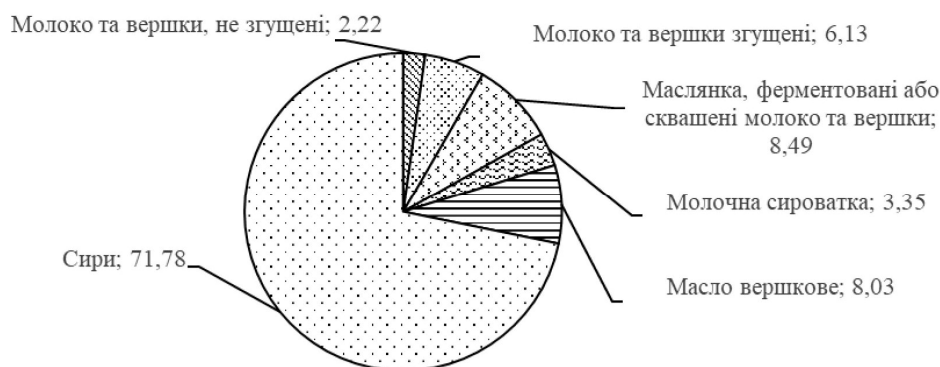


Рис. 3. Структура імпорту молочної продукції у 2018 році, % [розраховано за даними [3]]

Отже, основними молочними продуктами у торгівлі України із іншими країнами були молоко, вершки та масло вершкове (продукти експорту) та сири (продукти імпорту).

### ВИСНОВКИ

Розвиток молочної промисловості України за останні роки характеризувався негативними тенденціями до зниження виробництва під впливом зменшення обсягів заготівлі сировини. Проте зростання світового попиту на молочну продукцію високої якості, порівняно висока рентабельність виробництва молочної продукції в Україні (у 2018 р. операційна рентабельність виробництва молочних продуктів – 3,31 %), сприятливі природнього екологічні умови для вирощування корів молочних порід та інші аспекти можуть забезпечити перспективи розвитку цього сектору промисловості.

Зважаючи на тенденції у виробництві молока, можна виділити окремі аспекти, зокрема наступні.

1. З роками заготівля молока у сільському господарстві динамічно зменшується, водночас зменшується частка його виробництва домашніми господарствами (71,94 % у 2019 р. проти 77,53 % – у 2013 р.). Відповідно спостерігається перехід до підприємницьких форм ведення молочного скотарства. Такі тенденції можна трактувати як позитивні, оскільки, якість молока заготовленого на підприємствах більша, легше контролювати та прогнозувати обсяги заготівлі, у підприємствах можна удосконалювати технології та впроваджувати інновації та інше. Проте на сьогодні необхідно стимулювати фінансові та інвестиційні

процеси для розбудови ферм та збільшення поголів'я худоби на підприємствах, щоб компенсувати втрати від зменшення заготівлі молока домогосподарствами.

2. Обсяги глибокої промислової переробки молока (виробництво масла та сиру) знизились за останні роки на 29,95 %, а основним видом виробництва залишається базовий продукт – молоко. Як наслідок, зростає ризик імпортозалежності від продуктів глибокої переробки (наприклад, за 2018 р. імпорт сирів зріс на 37,08 %, масла вершкового – на 46,34 %). Відповідно необхідно стимулювати розвиток переробки молока, оскільки як зовнішній, так і внутрішній попит на ці продукти у перспективі зростатиме.

### Список використаних джерел

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Україна увійшла в ТОП-5 світових експортерів вершкового масла. Асоціація виробників молока. URL: <http://avm-ua.org/uk/post/avm-ukraina-vvijsla-v-top-5-svitovih-eksporteriv-verskovogo-masla>
3. Митна статистика. Офіційний сайт Державної фіскальної служби України. URL: <http://sfs.gov.ua/ms/>

### References

1. Official site of the State Statistics Service of Ukraine. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (in Ukrainian).
2. Ukraine is in the TOP-5 world exporters of butter. Milk Producers Association. URL: <http://avm-ua.org/uk/post/avm-ukraina-vvijsla-v-top-5-svitovih-eksporteriv-verskovogo-masla> (in Ukrainian).
3. Customs statistics. Official site of the State Fiscal Service of Ukraine. URL: <http://sfs.gov.ua/ms/> (in Ukrainian).

ЛУЦЕНКО  
Ірина Віталіївна

УДК 368:366

ЯКОВЕНКО  
Світлана Леонідівна  
sveta\_jasha@ukr.net

СТРАХУВАННЯ  
ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ РИЗИКІВ

## INSURANCE OF BUSINESS' RISKS

викладач, Харківський державний  
автомобільно-дорожній коледж  
(Лозівська філія)

DOI: [https://doi.org/10.37634/efp.2020.4\(1\).6](https://doi.org/10.37634/efp.2020.4(1).6)

викладач, Харківський державний  
автомобільно-дорожній коледж  
(Лозівська філія)

*LUTSENKO Iryna Vitaliivna – lecturer, Kharkiv State Automobile and Highway College (Lozova branch)*

*YAKOVENKO Svitlana Leonidivna – lecturer, Kharkiv State Automobile and Highway College (Lozova branch)*

*Страхування як спосіб акумуляції та подальшого використання великих грошових коштів є різновидом підприємницької діяльності у фінансовій сфері і здатне приносити страховим компаніям високі прибутки. У статті досліджено актуальні проблеми майнового страхування, страховий інтерес, страховий ризик, аналізуються зміст і форма договору страхування підприємницького ризику.*

\* \* \*

*Страхование как способ аккумуляции и последующего использования крупных денежных средств является разновидностью предпринимательской деятельности в финансовой сфере и способно приносит страховым компаниям высокие прибыли. В статье исследованы актуальные проблемы имущественного страхования, страховой интерес, страховой риск, анализируются содержание и форма договора страхования предпринимательского риска.*

\* \* \*

*The paper emphasizes the role of entrepreneurial risk insurance in economic protection and the stable development of the activities of Ukrainian entrepreneurs. The features of the interaction of insurance and entrepreneurship in Ukraine are considered. The list of business risk insurance objects is given. The paper highlights the types of entrepreneurial risks that may be insured. The main features of insurance of entrepreneurial risks in modern business conditions are investigated. It has been determined that insurance of entrepreneurial risks is one of the most effective ways of influencing financial relations on the business process during the development and implementation of management decisions. The system of insurance services offered today in the domestic insurance market helps to reduce the negative consequences of insured events, and provides protection against losses in the process of doing business. Attention is drawn to foreign experience in providing insurance services depending on the specifics of entrepreneurial activity. Limitations for active demand for insurance services for insurance of entrepreneurial risks are considered, the main of which are the high cost and imperfection of the terms of the contract. The structure of gross and net premiums by type of insurance in the insurance market of Ukraine for the period 2017-2018 is analyzed. Conclusions are made about the low specific weight of the studied insurance services in the total amount of insurance premiums and unsatisfactory dynamics. The main problem points are highlighted, which are an obstacle to the successful development of the studied segment of the Ukrainian insurance market. It was recommended to insurance companies to expand offers for entrepreneurs, taking into account the specifics of professional activity. To develop and support the interaction of insurance and business in Ukraine, it is necessary to improve the legislative framework for this type of activity.*

**Ключові слова:** страхування, договір, підприємницький ризик, страхування відповідальності, збиток

**Ключевые слова:** страхование, договор, предпринимательский риск, страхование ответственности, убыток

**Keywords:** insurance, contract, business risk, liability insurance, loss

## ВСТУП

Підприємницька діяльність у сучасних умовах господарювання дуже тісно пов'язана із ризиком. Підприємці застосовують різноманітні способи і методи мінімізації цих ризиків, одним яких є страхування. У вітчизняній практиці ведення бізнесу страхування підприємницького ризику сьогодні, на жаль, не має достатнього економічного обґрунтування фінансової корисності. Але переконливою є практика таких країн, як США, Великобританія, Німеччина, де страхування фінансових, кредитних, відсоткових ризиків, страхування депозитів, ризиків недоотримання прибутку та інших ризиків підприємницької діяльності стало потужним стимулом до ефективного розвитку економіки, і цей процес виявився незворотнім.

Теорія і практика страхування підприємницьких ризиків досліджувалася як вітчизняними, так і зарубіжними вченими, серед яких В. Вітлінський, Г. Тара-

сюк, Дж. Нейман, О. Моргенштерн, Л. Севідж та ін. Проте відсутній теоретико-методологічний супровід страхування підприємницьких ризиків сучасного бізнесу і аналіз практичного досвіду його проведення.

**МЕТА** роботи – проаналізувати основні особливості страхування підприємницьких ризиків у сучасних умовах господарювання і виявити основні тенденції розвитку.

## МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічною та інформаційною основою роботи є наукові праці, матеріали періодичних видань, ресурси Internet та нормативно-правові акти. У проведенні дослідження використано методи структурно-логічного аналізу, порівняння та узагальнення.

## РЕЗУЛЬТАТИ

Страхування підприємницьких ризиків можна розглядати в двох аспектах – юридичному та економіч-



ному. З правового боку страхування підприємницьких ризиків являє собою юридичний зв'язок між страховиком і конкретним страхувальником, який характеризується наявністю у них суб'єктивних прав і обов'язків.

У той же час страхування підприємницьких ризиків виступає механізмом захисту підприємця від несприятливих подій і їх наслідків у підприємницькій діяльності і забезпечує перерозподіл ризиків [1], демонструє його економічний аспект.

Саме у такому розумінні – як фінансовий інструмент, що представляє собою комплексний захист майнових інтересів підприємця від страхових випадків, що роблять вплив на фінансові результати підприємницької діяльності, що виражаються у вигляді втрати прибутку, додаткових витрат і виникнення збитків, – розкривається страхування підприємницьких ризиків в економічній літературі [2].

Однак продемонстровані два аспекти страхування зовсім не вказують на існування двох самостійних, вільних одне від одного понять – страхування в економічному сенсі і страхування в юридичному сенсі. Економічна та правова сутність страхування – це дві сторони єдиного явища. Їх неможна розглядати у відриві один від одного, оскільки тільки в своїй нероздільній єдності вони відображають істинний сенс страхування. Прояв економічної сутності страхування неможливе без сприяння правової сторони страхування, бо «укладені договори з окремими страхувальниками виступають юридичним інструментом для залучення грошових коштів з метою їх мобілізації, акумулювання, розподілу та використання в страховій діяльності» [2]. Так само як і сама по собі правова природність страхування втрачає своє значення без його економічного наповнення, оскільки економічні відносини мають для страхових правовідносин з погляду генезису відправне, початкове значення.

Реалізація економічного інтересу кожного з страхувальників досяжна тільки при об'єднанні якомога більшого числа страхувальників, страхових премій, які утворює страховий фонд для покриття збитків. Такий зв'язок між економічним та правовим змістом страхування головним чином обумовлений характерним для права призначенням обслуговувати економічні та інші потреби суспільства.

У зв'язку з цим договірні відносини, що складаються між страховиком і страхувальником, регулюють відомі громадські зв'язки по закріпленню благ за суб'єктами, обміну матеріальними благами і послугами, обслуговуючи тим самим економічні та інші потреби учасників правовідносин [3].

У форму правовідносин входять найрізноманітніші соціальні зв'язки – економіко-технічні, організаційні, політичні, сімейні тощо. Звідси випливає, що страхові правовідносини, складова суть правового розуміння страхування, – це правова матерія, що обслуговує страхування як економічне явище. Страхові правовідносини – це засіб правового впливу на фактичне страхування, що становить сферу економічних явищ. Правова форма страхування має активний характер. Вона як би визначає фактичний (економічний) зміст страхування: учасники страхових відносин здійснюють ті дії, які вони мають право і зобов'язані

робити. Виникнувши без фактичного змісту, правова форма страхування у подальшому знаходить цей зміст за допомогою здійснення позитивних дій учасниками страхових правовідносин. Цим самим досягається мета правового регулювання страхування – складаються у повному обсязі фактичні страхові відносини, яких раніше не було. Якщо ж поведінка учасників страхових правовідносин відхиляється від міри дозволеного і необхідної поведінки, закладеної у суб'єктивних правах і обов'язках (тобто виходить за межі своєї правової форми), то така поведінка втрачає властивість правової матерії страхування і стає правопорушенням.

Таким чином, виникнення правової матерії страхування зумовлено потребами суспільного розвитку, вимогами економічного базису, що склалися, фактами соціальної дійсності. Але щоб виникли конкретні страхові відносини фактичного характеру, потрібно використання правових важелів, якими виступають страхові правовідносини. Економічний зміст страхування являє собою реалізацію правового змісту страхових правовідносин.

Зважаючи на це правове розуміння страхування підприємницьких ризиків повинно будуватися на основі єдності фактичного змісту даного виду страхування і його правової форми. У цьому випадку специфічність і самостійність аналізованого виду страхових правовідносин визначають не тільки суб'єкти правовідносин, що зв'язують їх суб'єктивні права й обов'язки, але й об'єкт правовідносин [4].

Що стосується особливостей суб'єктного складу страхування підприємницьких ризиків, відзначу, що на боці страхувальника за таким видом страхування порівняно з іншими видами майнового страхування можуть виступати виключно особи, які провадять підприємницьку діяльність, до числа яких відносяться індивідуальні підприємці, комерційні організації, а також некомерційні організації, якщо страхування пов'язане з їх підприємницькою діяльністю.

Страхування підприємницького ризику може включати страхування ризику перерви у виробничій і комерційній діяльності, ризик неплатежів, затримки у доставці товарів, ризик відповідальності виробника за випуск небезпечної для користувача і оточуючих продукції, включаючи відповідальність виробника і продавця за законодавством про захист прав споживачів. У спеціальних дослідженнях, присвячених страхуванню підприємницьких ризиків, робляться спроби виділити види такого страхування:

- 1) страхування збитків за договорами продажу товарів, робіт, послуг, іншого майна підприємця;
- 2) страхування підприємцем строкових депозитних вкладів і грошей на рахунках в банках;
- 3) страхування банком непогашення кредиту позичальником;
- 4) страхування від зупинок виробництва;
- 5) страхування інновацій підприємцем;
- 6) страхування ризиків зниження обсягів продажів, додаткових витрат та інших збитків від підприємницької діяльності [5].

Однак як би не намагалися у літературі розробити видову картину страхування підприємницьких ризиків, виробити якісь точні модифікації такого страху-

вання просто неможливо через величезну різноманітність сфер підприємницької діяльності, кожній з яких характерні свої специфічні форми прояву підприємницьких ризиків. Тому будь-які спроби побудувати еталонну систему страхових продуктів даного виду будуть завжди мати орієнтовний для страховиків характер.

У зв'язку з тим, що об'єктом будь-якого майнового страхування є не майно, а інтерес, пов'язаний з цим майном, в літературі існує думка, що, не зважаючи на самостійність страхування підприємницьких ризиків, воно за своїм об'єктом перетинається з іншими видами майнового страхування, такими як страхування майна та страхування відповідальності.

На мій погляд, плутатися в кваліфікації названих видів майнового страхування немає серйозних підстав. Порівняємо, наприклад, страхування підприємницьких ризиків зі страхуванням відповідальності. Об'єктом страхування відповідальності тут є майнові інтереси, пов'язані з ризиком збитків страхувальника (застрахованої особи), спричинених внаслідок її неправомірного поведінки відшкодуванням негативних наслідків в майновій сфері потерпілого. Таким чином, страхування відповідальності знаходиться в тісному зв'язку з неправомірними діями страхувальника, вчиненими ним стосовно третьої особи. Такі неправомірні дії повинні бути встановлені судом чи іншим юрисдикційним органом, щоб виник обов'язок страховика у виплаті страхових сум. Тобто страховим випадком у договорі страхування відповідальності є факт покладання відповідальності на страхувальника.

На відміну від цього страхування підприємницьких ризиків пов'язано не з неправомірною поведінкою страхувальника, а, навпаки, з можливою неробсовісністю його контрагентів, наприклад, порушенням з їх боку умов укладених договорів, невиконанням або неналежним виконанням договірних зобов'язань. Відповідно тут страховим випадком виступає факт заподіяння шкоди страхувальнику неправомірними діями його контрагентів.

Страхування відповідальності здійснюється на випадок витрат, пов'язаних з покладанням відповідальності, тобто на випадок другої складової збитків (упущеної вигоди), що виникли в зв'язку з певними причинами, а саме з покладанням відповідальності. Страхування ж підприємницького ризику здійснюється на випадок будь-яких збитків, викликаних певними причинами.

До основних перешкод розвитку страхування підприємницьких ризиків на Україні належать такі:

- суперечливість нормативно-законодавчої бази з питань надання послуг зі страхування підприємницьких ризиків;
- відсутність достатньої інформації у підприємців про можливість страхування таких ризиків;
- висока вартість страхових послуг, що є наслідком недостатньо обґрунтованих страхових тарифів через відсутність відповідного статистичного банку даних;
- слабка маркетингова політика просування продукту на ринок і брак кваліфікованих кадрів у страхових організаціях.

Саме ці проблеми потребують подальших досліджень.

## ВИСНОВКИ

На мою думку, підприємницький ризик у сучасних умовах – це можливість неповернення коштів, витрачених на виробництво та реалізацію продукції, яка залежить від видів людської діяльності та природних явищ. Таке поняття дає змогу: характеризувати ризик не лише з погляду якісної оцінки, але й з кількісної; застосовувати конкретні методи та прийоми стосовно його запобігання; ідентифікації його з ризиками, притаманними іншим сферам діяльності підприємств. Ризик у цьому випадку може оцінюватись його ступенем та розміром.

Необхідно ефективно та раціонально управляти ризиком. Від цього залежить фінансовий стан підприємства.

### Список використаних джерел

1. Цивільний кодекс України - Відомості Верховної Ради України (ВВР). 2003. NN 40-44. ст. 356. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15>.
2. Приказюк Н.В. Стратегії поведінки страхових організацій на сучасному страховому ринку. Вісник КНУ ім. Т. Шевченка. Серія «Економіка». 2010. № 120. С. 24-27.
3. Лобова О.М. Форми страхового захисту підприємницької діяльності. Теоретичні та прикладні питання економіки: збірник наукових праць. 2010. Вип. 22. 294 с.
4. Стешенко О.Д. Ризикологія. Харків: УкрДУЗТ. 2019. 182 с.
5. Тарасюк Г.М. Управління підприємницькими ризиками в процесі обґрунтування господарських рішень. Вісник ЖДТУ. 2015. № 1 (71). С. 127-133.
6. Говорушко Т.А., Ситник І.П., Данильчук Ю.В. Вплив страхування на розвиток підприємницької діяльності в Україні. Економічний аналіз: зб. наук. праць. Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2013. Том 14. № 1. С. 217-223.
7. Інформація про стан і розвиток страхового ринку України. URL: [https://www.nfp.gov.ua/files/OgIiadRinkiv/SK/2018\\_rik/2018/sk\\_%202018.pdf](https://www.nfp.gov.ua/files/OgIiadRinkiv/SK/2018_rik/2018/sk_%202018.pdf)

### References

1. Civil Code of Ukraine - Information of the Verkhovna Rada of Ukraine (BB). 2003. NN 40-44. Art. 356. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15> (in Ukrainian).
2. Prykaziuk N.V. Strategies of behavior of insurance organizations in the modern insurance market. Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv: Economy Series. 2010. № 120. pp. 24-27. (in Ukrainian).
3. Lobova O.M. Forms of insurance protection of business activity. Theoretical and applied issues of economy: collection of scientific works. 2010. Issue 22. 294 p. (in Ukrainian).
4. Steshenko O.D. Riskology. Kharkiv: UkrDUZT, 2019. 182 p. (in Ukrainian).
5. Tarasiuk H.M. Management of business risks in the process of substantiation of economic decisions. Bulletin of ZhSTU. 2015. № 1 (71). pp. 127-133. (in Ukrainian).
6. Hovorushko T.A., Sytnyk I.P., Danylchuk Yu.V. The influence of insurance on the development of business activity in Ukraine. Economic analysis: coll. scien. works. Ternopil: Publishing and Printing Center of Ternopil National Economic University "Economic Thought", 2013. Vol. 14. № 1. pp. 217-223. (in Ukrainian).
7. Information on the state and development of the Ukrainian insurance market. URL: [https://www.nfp.gov.ua/files/OgIiadRinkiv/SK/2018\\_rik/2018/sk\\_%202018.pdf](https://www.nfp.gov.ua/files/OgIiadRinkiv/SK/2018_rik/2018/sk_%202018.pdf) (in Ukrainian).

**ПОЛІЩУК**  
Ольга Володимирівна  
polischuk77@meta.ua

УДК 338.012

## ПОНЯТТЯ ВИТРАТ, ЇХ ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ, ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ВИТРАТИ

### CONCEPTS OF COSTS, THEIR ECONOMIC CONTENT, FACTORS OF THE EFFECT ON COSTS

к.ю.н., доцент, Національна академія статистики, обліку та аудиту

DOI: [https://doi.org/10.37634/efp.2020.4\(1\).7](https://doi.org/10.37634/efp.2020.4(1).7)

**POLISHCHUK Olha Volodymyrivna** – PhD in Law, Associate Professor, National Academy of Statistics, accounting and audit

У статті досліджено поняття витрат, їх економічний зміст, визначено фактори впливу на витрати підприємства в Україні. Досліджено ряд класифікацій витрат, що запропоновані різними авторами, визначено їх особливості. Наведено основні шляхи оптимізації витрат підприємств. Запропоновано авторську класифікацію витрат. Наведено основні напрями оптимізації витрат підприємств України. Відповідне дослідження дасть змогу вирішити низку проблем зі зменшення витрат для підприємств молочно-консервної галузі та інших галузей національної економіки.

\* \* \*

В статье исследовано понятие расходов, их экономическое содержание, определены факторы влияния на затраты предприятия в Украине. Исследован ряд классификаций расходов, предложенные различными авторами, определены их особенности. Приведены основные пути оптимизации расходов предприятий. Предложена авторская классификация затрат. Приведены основные направления оптимизации затрат предприятий Украины. Соответствующее исследование позволит решить ряд проблем по уменьшению расходов для предприятий молочно-консервной отрасли и других отраслей национальной экономики.

\* \* \*

The topic being researched is relevant, because in the current market conditions, improving the competitiveness and efficient activity of domestic enterprises compels them to find effective methods of managing their business activities.

The article examines the concepts of costs, their economic content, determines the factors of influence on the costs of the enterprise in Ukraine. A number of cost classifications proposed by different authors are investigated and their peculiarity is determined. The main ways to optimize the costs of enterprises. Author's classification of costs is suggested. The main directions of cost optimization of Ukrainian enterprises are given. Adequate research will help solve a number of cost-cutting problems for dairy businesses and other sectors of the national economy.

The purpose of the paper is the substantiation of measures to improve cost management in the enterprise in order to increase its effective activity.

Costs and optimization of their level per unit of production is an important factor in improving the efficiency of the enterprise, while at the same time improving its competitiveness. Managers and managers are increasingly paying attention to the efficiency of resource use, their rational allocation in order to reduce the costs of production and economic activity, which, as a reserve for increasing the profitability of such activities is the key to financial stability and development of the enterprise

Thus, considering the different classifications of factors that affect costs, it is important to emphasize that there is a synergistic effect. This is due to the fact that by influencing the competitiveness of products, factors change each other. High competitiveness of the enterprise is a guarantee of high profit in market conditions. In doing so, the company aims to achieve a level of competitiveness that will help it to function effectively over a long period. Management of the factors provided provides for the use of a number of measures for the systematic improvement of products, the constant search for new channels of sales, new customer groups, ways to improve service, advertising and more.

**Ключові слова:** витрати, потенціал, фактори, економіка, господарська діяльність, фактори впливу

**Ключевые слова:** расходы, потенциал, факторы, экономика, хозяйственная деятельность, факторы влияния

**Keywords:** costs, potential, factors, economy, economic activity, factors of influence

## ВСТУП

Досліджувана тема є актуальною, оскільки у сучасних умовах ринку підвищення конкурентоспроможності та ефективної діяльності вітчизняних підприємств змушує їх до пошуку ефективних методів управління господарською діяльністю. Для забезпечення успішної діяльності підприємств в умовах негативних наслідків фінансово-економічної кризи особливу увагу необхідно приділити розробці та реалізації ефективних методів стосовно управління витратами. Управління витратами є однією з основних складових управління діяльністю підприємств. Суттю управління

витратами є те, що ефективне використання ресурсів підприємства неможливе без цілеспрямованого впливу на формування витрат, контролю за їх рівнем та економічного стимулювання їх зниження. Вміння ефективно управляти витратами та отримувати від них максимальний результат є вирішальним чинником стабільності функціонування підприємства у ринкових умовах господарювання.

Необхідність дослідження проблеми управління витратами пояснюється низкою чинників: зниження витрат разом зі збільшенням обсягів виробництва є одним із джерел збільшення прибутку; завдяки ефектив-

ному управлінню витратами можна досягти високої конкурентоспроможності як продукції, так і підприємства; налагоджена система управління витратами дозволить збільшити кількість інвестицій в діяльність підприємств тощо. Тому питання управління витратами є актуальними для сучасних підприємств.

Дослідженням теоретичних засад і розробкою методичних підходів до управління витратами займалися як вітчизняні, так і зарубіжні фахівці як: П.Й. Атамас, М.А. Болух, В.З. Бурчевський, Н.М. Бондаренко, Ф.Ф. Бутинець, В.В. Голомб, Т.О. Дзюба, І.Є. Давидович, В.М. Добровський, О.М. Збиранник, Г.В. Козаченко, Ю.С. Цал-Цалко та інші.

Однак на сьогодні бракує публікацій з проблеми створення ефективних систем управління витратами, які враховували б специфіку підприємств молочно-консервної галузі промисловості і умови її діяльності. Що зумовлює необхідність проведення нового наукового дослідження.

**МЕТА** роботи – обґрунтування заходів із вдосконалення управління витратами на підприємстві з метою підвищення його ефективної діяльності.

### МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

У статті використані загальнонаукові та специфічні методи дослідження: теоретичне узагальнення і порівняння (визначення сутності понять «витрати», «управління витратами»), структурно-логічний аналіз (у дослідженні методів управління витратами); фінансово-економічний аналіз (для дослідження організаційно-економічної діяльності підприємства); графічний (для наочного представлення результатів дослідження).

### РЕЗУЛЬТАТИ

Діяльність будь-якого підприємства обумовлена отриманням прибутку, досягненням максимального ефекту від своєї діяльності, що неможливо без ефективного управління ним. Саме тому управлінці та менеджери приймають рішення на основі реальних даних, що відображають фінансовий стан підприємства. Важливим підґрунтям для ефективного управління є інформація про витрати, доходи та фінансові результати [1, с. 392].

Витрати та оптимізація їх рівня на одиницю продукції є важливим чинником підвищення ефективності діяльності підприємства, і водночас – підвищення його конкурентоспроможності. Менеджери та управлінці все більшу увагу приділяють ефективності використання ресурсів, їх раціональному розподілу з метою зниження витрат виробничо-господарської діяльності, що як резерв підвищення прибутковості такої діяльності є запорукою фінансової стабільності та розвитку підприємства [2, с. 5].

Практика господарювання на підприємствах вказує на те, що витрати сьогодні – суто об'єкт обліку, тоді як ринкові умови вимагають обов'язкового розгляду їх як об'єкта управління. Розглядаючи поняття витрат у цьому аспекті, найперше слід визначити їх сутність, завдання та роль у забезпеченні ефективності виробничо-господарської діяльності промислового підприємства [2, с. 6].

Будь-яка діяльність господарюючого суб'єкта пов'язана з витратами матеріально-речових, трудових та

інших ресурсів, цінність яких визначається на ринку. У системі управління підприємством головним об'єктом є процес обліку витрат господарської діяльності загалом та у розрізі їх видів, цілей, періодів виконання.

Наявність різних точок зору щодо сутності витрат обумовлена різними підходами у поглядах на природу економічного буття взагалі і виробничого процесу зокрема. Можна виділити два основоположних підходи.

Перший базується на розумінні господарського життя з позицій трудової теорії вартості, яка передбачає взаємодію у процесі виробництва трьох основних факторів (робочої сили, предметів праці та засобів праці) з відповідною інтерпретацією поняття вартості, її складових і структури. Даний підхід переважав у розумінні сутності економічного життя у вітчизняній науці та практиці, відповідно відбувався процес формування поглядів на поняття витрат виробництва і у бухгалтерській сфері.

Другий підхід базується на ресурсному розумінні природи господарства, передбачаючи обмеженість всіх видів ресурсів та альтернативність варіантів їх застосування. Даний підхід передбачає, що місце та роль витрат розглядається та розкривається у прикладному аспекті як складовий елемент ціни, яка формується у ринковій системі на основі зміни попиту та пропозиції [3, с. 162].

Існують різні теорії трактування [4, с. 362] сутності витрат діяльності підприємства за своєю економічною сутністю, галузевою ознакою та іншими напрямками, які відображені на рис. 1.

Більшість економістів вважають, що витрати – це обґрунтоване умовами господарської діяльності споживання матеріальних, трудових і фінансових ресурсів. Під економічними операційними витратами розуміють суму грошей, яку можна отримати за найвигіднішого з усіх можливих альтернативних варіантів використанні ресурсів.

На думку автора, найбільш повним є наступне визначення: витрати операційної діяльності – витрати підприємства, пов'язані з його основною (спрямованою на виробництво або реалізацію продукції, товарів, робіт, послуг, що є головною метою створення підприємства і забезпечує основну частку його доходу) діяльністю, а також операціями, які її забезпечують або спричинені цією діяльністю [5, с. 183].

Так, зазначені вище підходи лише частково відображають сутність поняття «витрати»: відсутність єдиного підходу до визначення витрат, з одного боку, передбачає їх різне трактування суб'єктами господарювання, а з іншого боку дозволяє оцінити понесені витрати залежно від місця їх виникнення, ролі чи ефективності на підприємстві.

Отже, поняття «витрати» певним чином пов'язане з поняттям «ресурси», тому що будь-яка діяльність підприємства неможлива без витрат ресурсів. Спочатку мають місце витрати ресурсів, а потім – результати, пов'язані із цими витратами. Таким чином, доцільно під витратами розуміти вартісне вираження абсолютної величини споживаних ресурсів, необхідних для здійснення виробничо-господарської діяльності підприємства і досягнення ним поставленої мети [6, с. 5].



Рис. 1. Тракткування поняття «витрати» з точки зору економічної теорії

Діяльність будь-якого підприємства значною мірою залежить від впливу багатьох факторів, які взаємодіють між собою, змінюються у часі та просторі і є специфічними як для кожної галузі промисловості, так і для кожного підприємства зокрема.

Витрати виробництва є однією з найважливіших якісних характеристик діяльності підприємства, оскільки вони визначають розмір доходів, фінансовий стан, рентабельність та конкурентоспроможність підприємства. Саме тому, серед великої багатоманітності факторів впливу, слід виділити та дослідити головні, які забезпечують ефективне функціонування суб'єктів господарювання на ринку [7, с. 45]. Питанням факторів впливу на витрати підприємства і сприяють їх зниженню, займалися відомі науковці такі, як І.А. Бланк, І.Є. Давидович, Я.С. Столяров, А.І. Поддєрьогін, Дж. Ріле, Г. Фандель. Однак це питання потребує детального вивчення, оскільки існує низка розбіжностей стосовно їх класифікації, які розглядаються відокремлено від самого процесу виробництва [1, с. 392-393].

Слід зазначити, що в економічній літературі «фактор» розглядають як істотне об'єктивне причинне явище або процес у виробництві, під впливом якого змінюється рівень його ефективності. Для виявлення характеру впливу цих факторів важливе значення має їх класифікація, яка передбачає їх поділ за різноманітними ознаками. У науковій літературі існують різні погляди стосовно факторів, що впливають на витрати підприємства, які необхідно врахувати при розробці стратегії зниження витрат підприємства. В управлінському обліку розглядається лише один фактор – обсяг виготовлення продукції. Цей підхід обмежує процес управління витратами, оскільки зводиться, по-перше, до порівняння постійних витрат зі змінними, а середніх – з граничними; по-друге, до аналізу співвідношення витрат; по-третє, до обсягу виробництва і прибутку; по-четверте, до аналізу беззбиткового обсягу виробництва, гнучких бюджетів, валового прибутку [3, с. 162].

Отже, слід погодитися з думкою Дж. Ріле, що всі витратоутворюючі фактори можуть бути згруповані на структурні та функціональні на рис. 2.

Розглядаючи структурні витратоутворюючі факто-

ри для підприємства, слід зазначити, що існує п'ять стратегічних варіантів для вибору, які залежать від економічної основи структури витрат [8, с. 172].

Отже, розкриємо сутність кожного з них. Так, масштаб – є обсяг інвестицій, які потрібно вкласти у виробництво, дослідження та розробки, маркетингові заходи для випуску продукції; діапазон є ступенем вертикальної інтеграції, що визначає ступінь розширення управління підприємством; досвід показує, скільки разів у минулому (період) підприємство успішно здійснювало те, для чого приймається рішення; технологія, яка використовується на кожній стадії ланцюга вартостей; і складність визначає широту асортименту виробів чи послуг, які пропонує споживачем. Кожен з представлених факторів передбачає вибір, який зробить підприємство з метою зниження витрат. Враховуючи особливості підприємства можна визначити вплив кожного фактора на результат його діяльності.

Функціональні фактори пов'язані зі здатністю підприємства успішно функціонувати. На відміну від структурних, які неможливо порівняти пропорційно з показниками діяльності підприємства. Згідно з цією класифікацією для всіх функціональних факторів «більше» завжди означає «краще» [3, с. 162]. До них слід віднести: ефективність планування; залучення робочої сили; комплексне управління якістю; використання потужностей; зв'язки з постачальниками.

Ще один відомий німецький вчений Г. Фандель вважає, що фактори впливу слід виявляти та систематизувати залежно від того, впливають вони із процесу виробництва чи пов'язані з іншою діяльністю підприємства, необхідною для виготовлення продукції. Тобто згідно з теорією витрат усі фактори вчений поділяє на виробничі, які мають безпосередній зв'язок з виробництвом, та позавиробничі, що пов'язані з іншими невиробничими сферами діяльності підприємства [1, с. 292-298].

Систему факторів, як впливають на величину витрат підприємства представимо в усталеному вигляді на рис. 3.



Рис. 2. Витратоутворюючі фактори



Рис. 3. Фактори, що впливають на витрати

Перейдемо до аналізу зазначених на рис. 3 виробничих факторів. До них відносяться такі: величина підприємства, виробнича програма, глибина виробництва [9, с. 242].

Величина підприємства – це сукупна виробнича потужність. Виробнича програма – випуск продукції в межах наявної номенклатури, властивої для виробничого профілю підприємства у відповідні періоди функціонування. Глибина виробництва – кількість стадій виготовлення продукції у багатостадійному виробництві.

Організації виробництва стосується рівня механізації та автоматизації, видів, типів, принципів та методів виробництва на підприємстві [10, с. 300].

Якість факторів виробництва включає такі елементи: матеріали та ресурси відповідності якості, технічне оснащення, персонал з високим рівнем про-

фесійної підготовки, що забезпечить високий рівень продуктивності праці.

Зайнятість підприємства чи потенційного фактора визначається кількістю одиниць продукції, що виготовляється за певний період діяльності. Дослідження виробничих факторів впливу на витрати свідчить, що між ними існує тісний взаємозв'язок і взаємозалежність. Зміна величини підприємства, виробничої програми чи організації виробництва завжди зумовлюють зміну якості виробничих факторів та їх пропозицій. Водночас кожна зміна рівня витрат спричиняє зворотний вплив на якість факторів виробництва, їх ціну та пропозицію. Якщо зазначені фактори не змінюються, то й рівень витрат підприємства залишається незмінним [3, с. 162].

Що стосується позавиробничих факторів, то їх кількість є значно меншою і зводиться: по-перше, до

збуту продукції, що виражається у вартості благ, витрачених на реалізацію продукції (робіт, послуг); по-друге, фінансування, що означає співвідношення використання власного та можливість отримання залученого капіталу; по-третє, дослідження і розвиток, що забезпечує підвищення якості продукції, факторів виробництва, удосконалення методів та принципів виробництва тощо [11, с. 263].

З вищезазначеного можна стверджувати, що фактори зниження витрат – це такі виробничі, організа-

ційні, технічні, природні, фінансово-економічні умови діяльності підприємства, внаслідок яких змінюється рівень, обсяг, структура, динаміка витрат будь-якого суб'єкта господарювання [12, с. 20].

Крім того, український вчений І. Давидович пропонує наступну класифікацію за суб'єктами впливу на витрати, які об'єднує у три групи [2, с. 43]: загальнодержавні, галузеві та внутрішньовиробничі представлені на рис. 4.



Рис. 4. Фактор впливу на витрати

Наведені фактори можуть викликати як підвищення, так і зниження собівартості виготовлення продукції (робіт, послуг) [13, с. 80]. У розгляді внутрішньовиробничих факторів. Що впливають на собівартість продукції підприємства, необхідно врахувати особливості галузі. Як показує практика, одні фактори діють постійно, інші мають тимчасовий характер, тобто впливають на собівартість продукції підприємства, необхідно врахувати особливості галузі. Як показує практика, одні фактори діють постійно, а інші мають тимчасовий характер, тобто впливають на рівень собівартості у певні періоди діяльності організації низку факторів не може бути точно визначеним, оскільки деякі з них залежать від особливостей складу трудового колективу та рівня керівництва, інші – від діяльності суміжних субпідрядних організацій та служб замовлення [2, с. 136].

Загальнодержавні, галузеві та внутрішньовиробничі фактори взаємопов'язані між собою і прямо і опосередковано впливають один на одного. Слід підкреслити, що в процесі діяльності, основну увагу слід звертати на внутрішньовиробничі фактори, оскільки на них впливає діяльність підприємства, його трудовий колектив, рішення, які приймаються менеджером, власником та інше. Але у вирішенні важливих завдань слід узгоджувати їх з безпосередніми виконавцями, оскільки вони виконують ці завдання і можуть заздалегідь передбачати вплив того чи іншого прийнятого рішення на кінцевий результат діяльності.

Зауважимо, що в економічній літературі представлено безліч різноманітних класифікацій. Вони відрізняються одна від одної класифікаційними ознаками. У виборі способів та інструментів, за допомогою яких ми будемо визначати та аналізувати зміни у структурі

витрат, обирається найбільш дієва [14, с. 65].

Крім того, всі фактори впливу можна поділити на зовнішні, які не залежать від діяльності підприємства та внутрішні так звані внутрішньовиробничі, тобто ті, які залежать від підприємства та управління ним. Кожне підприємство, яке здійснює будь-яку господарську діяльність, повинне приділяти значну увагу виявленню цих факторів і шукати шляхи їх попередження чи усунення. Для цього потрібно представити ще одну ґрунтовну класифікацію на рис. 5.

Ступінь впливу різних факторів на величину витрат неоднаковий: одні впливають на зміну кількох елементів витрат, інші – на один чи два, одні впливають безпосередньо, інші – опосередковано. Але управління кожним із них являється важливим елементом ефективного функціонування всього підприємства. Тому всім факторам впливу на витрати підприємства потрібно приділяти належну увагу. Це найперше зумовлює необхідність у представленні узагальненої класифікації, яка показана на рис. 6.

Розглянуті фактори являють собою систему, що забезпечує конкурентоспроможність продукції і, відповідно підприємства загалом. Значення кожного окремо фактора різне залежно від стану галузі, конкуренції у ній, розвитку підприємства, стадії циклу продукції тощо.

Таким чином, розглянувши різні класифікації факторів, які впливають на витрати, насамперед, слід наголосити на тому, що спостерігається дія синергетичного ефекту. Це проявляється у зв'язку з тим, що, впливаючи на конкурентоспроможність продукції, фактори призводять до зміни один одного. Висока конкурентоспроможність підприємства є гарантом одержання високого прибутку у ринкових умовах.



Рис. 5. Фактори впливу на витрати

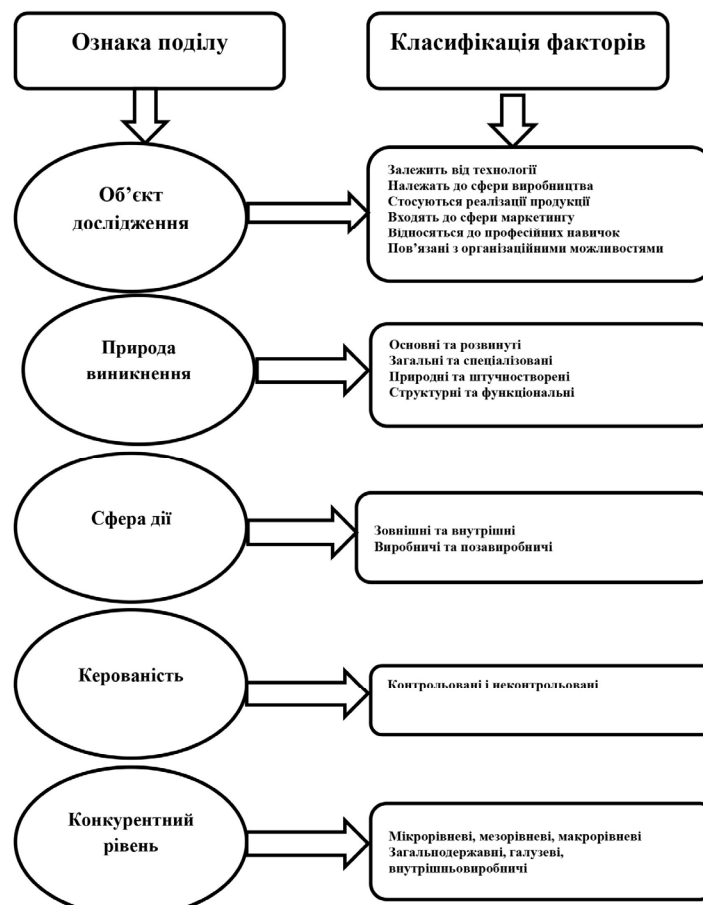


Рис. 6. Класифікація факторів впливу на витрати



Водночас підприємство ставить за мету досягнення такого рівня конкурентоспроможності, який допоможе їй ефективно функціонувати протягом тривалого періоду. Управління представленими факторами забезпечує використання цілої низки заходів для систематичного вдосконалення продукції, постійний пошук нових каналів збуту, нових груп покупців, шляхів покращення сервісу, реклами тощо.

### ВИСНОВКИ

Отже, за результатами проведеного дослідження теоретичних основ управління затратами підприємства було зроблено відповідні висновки:

Охарактеризовано поняття витрат та їх економічний зміст. Визначено сутність та структуру витрат промислового підприємства. Варто відзначити, що під витратами розуміють вартісне вираження абсолютної величини споживаних ресурсів, необхідних для здійснення виробничо-господарської діяльності підприємства і досягнення ним поставленої мети.

Проаналізовано різні класифікації витрат і управління ними на підприємстві. Вдосконалено класифікацію витрат підприємства для цілей управління, що містить оптимальну кількість ознак, розкриває цільове призначення та економічний зміст окремих видів витрат. Відповідно необхідно класифікувати витрати за такими напрямками: для визначення собівартості і фінансового результату, для прийняття управлінських рішень та для контролю і регулювання.

Розглядаючи поняття витрат, першочергово слід визначити їх сутність, завдання та роль у забезпеченні ефективності виробничо-господарської діяльності промислового підприємства.

Розрізняють два підходи до поняття витрат: перший базується на розумінні господарського життя з позицій трудової теорії вартості, яка передбачає взаємодію у процесі виробництва трьох основних факторів (робочої сили, предметів праці та засобів праці) з відповідною інтерпретацією поняття вартості, її складових і структури; другий підхід базується на ресурсному розумінні природи господарства, передбачаючи обмеженість всіх видів ресурсів та альтернативність варіантів їх застосування.

Існують різні теорії трактування сутності витрат діяльності підприємства за своєю економічною сутністю, галузевою ознакою та іншими напрямками, що доводять економічний зміст поняття витрат. Отже, поняття «витрати» певним чином пов'язане з поняттям «ресурси», тому що будь-яка діяльність підприємства неможлива без витрат ресурсів. Спочатку мають місце витрати ресурсів, а потім – результати, пов'язані із цими витратами. Таким чином, доцільно під витратами розуміти вартісне вираження абсолютної величини споживаних ресурсів, необхідних для здійснення виробничо-господарської діяльності підприємства і досягнення ним поставленої мети.

Проаналізовано та розкрито фактори впливу на витрати підприємства. Визначено, що діяльність будь-якого підприємства значною мірою залежить від впливу багатьох факторів, які взаємодіють між собою, змінюються у часі та просторі і є специфічними як для кожної галузі промисловості, так і для кожного підприємства зокрема. Всі вони можуть бути поділені

на групи: витратоутворюючі на функціональні та структурні.

В управлінні підприємством важливе місце займає обґрунтована класифікація витрат. Класифікація витрат має велике значення для планування, контролювання, регулювання витрат, тобто для ефективного управління витратами та управління діяльністю підприємства, відіграє важливу роль, оскільки дає можливість визначити формування та розподіл витрат за певними об'єктами управління. Поділ витрат на різноманітні види за відповідними ознаками класифікації спрямований на вирішення найрізноманітніших завдань управління.

Отже, поняття «витрати» певним чином пов'язане з поняттям «ресурси», тому що будь-яка діяльність підприємства неможлива без витрат ресурсів. Спочатку мають місце витрати ресурсів, а потім – результати, пов'язані із цими витратами. Таким чином, доцільно під витратами розуміти вартісне вираження абсолютної величини споживаних ресурсів, необхідних для здійснення виробничо-господарської діяльності підприємства і досягнення ним поставленої мети.

Необхідність постійної роботи над вирішенням завдань оптимізації рівня витрат і забезпечення їх стійкої позитивної тенденції призвело до досить великої кількості різноманітних методів управління витратами, а саме: директ-костинг, стандарт-кост, таргет-костинг, кайзер-костинг, CVP-аналіз, кост-кілінг, бенчмаркінг витрат, LCC-аналіз тощо.

Визначено об'єкт управління витратами підприємства. Визначено, що важливою умовою достовірного визначення собівартості продукції (робіт, послуг) є правильний вибір об'єкта обліку витрат та об'єкта калькулювання. Під об'єктом витрат загалом розуміється продукція, роботи, послуги або вид діяльності підприємства, що вимагають визначення пов'язаних з їх виробництвом (виконанням) витрат. Водночас під **об'єктами обліку виробничих витрат** розуміють групування витрат виробництва в поточному обліку, що дає можливість визначити собівартість продукції за її видами, процесами, способами та місцями виробництва. До таких об'єктів відносять вироби, їх окремі частини (вузли, деталі), групи однорідних виробів, виробництва, процеси, фази, стадії, переділи технологічних процесів, окремі операції, замовлення, види діяльності тощо.

### Список використаних джерел

1. Грінченко А.В. Класифікація факторів впливу на витрати підприємства. Теоретичні та прикладні питання економіки. 2012. Вип. 27. Т. 1. С. 392-398.
2. Давидович І.Є. Управління витратами: навчальний посібник. К: Центр учбової літератури, 2008. 320 с.
3. Костецька Н. Факторний підхід до формування стратегії зниження витрат підприємства. Галицький економічний вісник. 2011. № 1(30). С. 162.
4. Мочерний С.В. Економічна енциклопедія. К: Академія, 2001. Т. 3. 952 с.
5. Фендель Г. Теорія виробництва і витрат / ред. М.Г. Грецак. К: Таксон, 2000. 520 с.
6. Шутько Т.І. Економічна сутність управління витратами підприємства. Ефективна економіка. 2014. № 12. С. 1-6.
7. Бухгалтерський фінансовий облік: підручник / ред. проф. Ф.Ф. Бутинець. Житомир: ЖІТІ, 2000. 608 с.

8. Данилюк М.О., Лециій В.Р. *Управління витратами на промислових підприємствах: Науково-практ. посібник*. Івано-Франківськ: ПП Супрун, 2006. 172 с.

9. Економіка підприємства: підручник / І.Ю. Чаюн та ін.; за заг. ред. проф. Н.М. Ушакової. К: Київ. нац. тогр.-екон. ун-т, 2005. 569 с.

10. Карпенко О.В. *Управлінський облік: організація, методологія, методика викладання: монографія*. Полтава: РВЦ ПУСКУ, 2005. 341 с.

11. Мельниченко Л.Ю. *Системний підхід до управління витратами підприємства у ринковій економіці. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку: Вісник Нац. ун-ту "Львівська політехніка". 2001. № 417. С. 263-267.*

12. Меренкова Л.О. *Управління витратами підприємства в ринковій економіці: автореф. дис. ... канд. екон. наук / Харківський державний економічний університет. Харків, 2003. 20 с.*

13. Селюченко Н.Є., Живко З.Б. *Врахування різних видів витрат при визначенні мінімальної ціни пропозиції. Проблеми економіки та управління. Вісник Національного університету „Львівська політехніка”. 2005. № 533. С. 80–83.*

14. *Управління затратами підприємства: монографія / Г.В. Козаченко та ін. К.: Лібра, 2007. 320 с.*

### **References**

1. Hrinchenko A.V. *Classification of factors affecting the cost of the enterprise. Theoretical and applied issues of economics. 2012. No. 27. Vol. 1. pp. 392-398. (in Ukrainian).*

2. Davydov Yeh I.Y. *Cost Management: A Tutorial*. Kyiv: Center for Educational Literature, 2008. 320 p. (in Ukrainian).

3. Kostetska N. *Factorial approach to the formation of a strategy for reducing the cost of the enterprise. Galician Economic Bulletin. 2011. No. 1 (30). P. 162. (in Ukrainian).*

4. Mochernyi S.V. *Economic Encyclopedia*. Kyiv: Academy,

2001. Vol. 3. 952 p. (in Ukrainian).

5. Fendel H. *The theory of production and costs / ed. M.H. Hreshchak*. Kyiv: Taxon, 2000. 520 p. (in Ukrainian).

6. Shutko T.I. *The economic essence of enterprise cost management. An efficient economy. 2014. № 12. pp. 1-6 (in Ukrainian).*

7. *Financial Accounting / ed. prof. F.F. Butynets*. Zhytomyr: ZIT, 2000. 608 p. (in Ukrainian).

8. Danyliuk M.O., Leshchyi V.R. *Cost Management in Industrial Enterprises*. Ivano-Frankivsk: Suprun, 2006. 172 p. (in Ukrainian).

9. *Enterprise economics: a textbook / I.Yu. Chaiun et.al.; ed. prof. N.M. Ushakova*. Kyiv: Kyiv. nat. econ. univ., 2005. 569 p. (in Ukrainian).

10. Karpenko O.V. *Management accounting: organization, methodology, teaching methodology: monograph*. Poltava: RVTs PUSKU, 2005. 341 p. (in Ukrainian).

11. Melnychenko L.Yu. *A systematic approach to cost management of an enterprise in a market economy. Management and Entrepreneurship in Ukraine: Stages of Formation and Problems of Development: Bulletin Nat. Lviv Polytechnic University. 2001. № 417. pp. 263-267. (in Ukrainian).*

12. Merenkova L.O. *Enterprise Cost Management in a Market Economy: Abstract. diss. ... Cand. econom. Sciences / Kharkiv State Economic University. Kharkiv, 2003. 20 p. (in Ukrainian).*

13. Seliuchenko N.Y., Zhyvko Z.B. *Consideration of different types of costs in determining the minimum bid price. Problems of economy and management. Bulletin of the National University "Lviv Polytechnic". 2005. № 533. S. 80–83. (in Ukrainian).*

14. *Enterprise cost management: monograph / H.V. Kozachenko et.al*. Kyiv: Libra, 2007. 320 p. (in Ukrainian).

**БЕЛИКОВА**  
Тетяна Вікторівна  
belikova2405@gmail.com

УДК 336.77.01

**ПУШКІНА**  
Маргарита Сергіївна  
rit.mar89@gmail.com

**МЕТОДИ АНАЛІЗУ ЯКОСТІ  
КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЯ БАНКУ**

**METHODS FOR ANALYZING THE  
QUALITY OF A BANKS LOAN PORTFOLIO**

к.е.н., доцент, Харківський  
національний університету  
будівництва та архітектури

студентка, Харківський  
національний університету  
будівництва та архітектури

DOI: [https://doi.org/10.37634/efp.2020.4\(1\).8](https://doi.org/10.37634/efp.2020.4(1).8)

**BELIKOVA Tetiana Viktorivna** – PhD in Economics, Associate Professor, Kharkiv National University of Construction and Architecture

**PUSHKINA Marharyta Serhiivna** – student, Kharkiv National University of Construction and Architecture

У статті проведено дослідження найбільш поширених і сучасних підходів до визначення поняття «кредитний портфель банку». Визначено сутність поняття «кредитний портфель банку». Розглянуті типи кредитного портфеля. Надано визначення управлінню кредитним портфелем банку та наведені основні елементи управління кредитним портфелем. Визначено основні методи, які необхідно використовувати в оцінюванні якості кредитного портфеля банку. Вони поділені на три групи: методи експертних оцінок, статистичні та аналітичні методи. Також наведені переваги і недоліки кожного з методів. Розглянуто показники, які дають змогу оцінити якість кредитного портфеля банку. З'ясовано, що наявність різного методичного забезпечення щодо оцінки якості кредитного портфеля банку суттєво відрізняється одне від одного як складом показників, так і їх кількістю, що обумовлює необхідність аналізу наявного методичного забезпечення з метою виявлення можливості його найбільш ефективного застосування для банків.

\* \* \*

В статье проведено исследование наиболее распространенных и современных подходов к определению понятия «кредитный портфель банка». Определена суть понятия «кредитный портфель банка». Рассмотрены типы кредитного портфеля. Дано определение управлению кредитным портфелем банка и приведены основные элементы управления кредитным портфелем. Определены основные методы, которые необходимо использовать при оценке качества кредитного портфеля банка. Они разделены на три группы: методы экспертных оценок, статистические и аналитические методы. Также, приведены преимущества и недостатки каждого из методов. Рассмотрены показатели, которые позволяют оценить качество кредитного портфеля банка. Установлено, что наличие различного методического обеспечения по оценке качества кредитного портфеля банка существенно отличается друг от друга, как составом показателей, так и их количеством, что обуславливает необходимость анализа имеющегося методического обеспечения с целью выявления возможности его наиболее эффективного применения для банков.

\* \* \*

Lending is one of the major banking institutions. But lending has some risks of varying degrees. The main purpose of banks is to repay loans and to maximize profits. To do this, banks need to implement an efficient, flexible and modern credit portfolio quality management system. An important element of this system is the analysis of the quality of the loan portfolio. That is why the consideration of the methods by which banks can carry out this analysis is a very actual topic.

The purpose of this paper is to review methods of analyzing the quality of a bank's loan portfolio, as well as to outline the disadvantages and benefits of each method.

The paper examines the most common and modern approaches to defining the concept of «bank loan portfolio». The types of loan portfolio are considered. The definition of the quality of the bank loan portfolio is given. The definition of bank credit portfolio management is given and the basic elements of credit portfolio management are given. The main methods to be used in assessing the quality of a bank's loan portfolio are identified. They are divided into three groups: methods of expert judgment, statistical and analytical methods. A more detailed description of the methods in the three groups listed above is given. The rating method, the «Decision Tree» method, coefficient analysis, Monte Carlo method, scoring, correlation-regression analysis, taxonomic analysis and stress testing are characterized. The advantages and disadvantages of each method are also given. Indicators to assess the quality of the bank's loan portfolio are considered: the credit portfolio risk indicators and the profitability of credit operations.

After the study, it was concluded that the above methods of analysis of the quality of the loan portfolio should be applied comprehensively. It is determined that currently the banks of Ukraine do not use the whole analytical set of methods, but choose for themselves several and constantly use them in the analysis of the quality of the loan portfolio. In order to ensure effective management of the bank's credit portfolio, it is necessary to constantly monitor the quality of the bank's credit portfolio for early detection of credit risk and its prevention, as well as for detection of deterioration of profitability indicators.

**Ключові слова:** кредитний портфель банку, якість кредитного портфеля банку, система управління кредитним портфелем, методи оцінки якості кредитного портфеля, показники якості кредитного портфеля

**Ключевые слова:** кредитный портфель банка, качество кредитного портфеля банка, система управления кредитным портфелем, методы оценивания качества кредитного портфеля, показатели качества кредитного портфеля

**Keywords:** bank loan portfolio, quality of bank loan portfolio, credit portfolio management system, methods of credit portfolio quality assessment, credit portfolio quality indicators

## ВСТУП

Надання кредитів є одним із основних напрямків банківської діяльності. Саме кредитні операції є найприбутковішими у діяльності банків. Але кредитна діяльність завжди пов'язана з певними ризиками різного рівня. Насамперед банкам необхідно забезпечити повернення наданих ним позик та отримання від цього максимально можливих доходів. Отже, банки мають запроваджувати ефективну, гнучку та сучасну систему управління якістю кредитного портфеля. Вагомою частиною цієї системи є аналіз якості кредитного портфеля банку. Саме тому розгляд методів за допомогою яких банк може проводити цей аналіз є дуже актуальною темою.

Дослідженню якості кредитного портфеля банку, а також його аналізу присвячені наукові праці таких вітчизняних вчених: Т.М. Болгар, С.Б. Манжос, К.С. Затворницький, Ю.С. Тисячна, І.А. Нечаєва, В.В. Пірог, А.Ю. Гергель та ін. Слід зазначити, що питання, які стосуються саме сутності поняття «кредитний портфель» та його характеристики висвітлюються досить широко. Але що стосується методів аналізу якості кредитного портфеля, то не так багато вчених приділяють увагу саме цій темі. У тих самих джерелах, де

висвітлюються питання методів аналізу, надається недостатньо деталізований комплексний підхід, і, зазвичай, розглядаються розгорнуто окремі види аналізу. Також, рідко наводяться переваги і недоліки відповідних методів аналізу.

**МЕТА** роботи – розглянути методи аналізу якості кредитного портфеля банку, які можуть застосовуватися, як окремо, так і комплексно; навести недоліки і переваги кожного з методів.

## МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

У статті використовувалися такі методи дослідження, як: метод наукової абстракції, аналіз та синтез, методи індукції та дедукції.

## РЕЗУЛЬТАТИ

Дослідження методів оцінки якості кредитного портфеля банку необхідно почати з надання саме визначення сутності поняття кредитного портфеля банку. В економічній літературі поняття «кредитний портфель банку» трактується неоднозначно. Проведено дослідження найбільш розповсюджених визначень кредитного портфеля банку, які зустрічаються у сучасній літературі з економічних питань (табл. 1).

Таблиця 1

### Трактування поняття «кредитний портфель»

Автор	Визначення
Л.І. Бровко [1, с. 86]; Н.К. Жукова, Н.В. Зражевська [2, с. 70]	кредитний портфель це сукупність усіх кредитів, наданих банком для одержання доходів
О.М. Колодізев, О.В. Хмеленко [3, с. 129]	кредитний портфель – це сукупність кредитів, наданих банком на певну дату. Він характеризує величину капіталу, вкладеного банком у кредитні операції
І.А. Нечаєва, Ю.О. Каплан [4, с. 115]	кредитний портфель банку – це сукупність вимог банку по кредитах, які класифіковані за критеріями, пов'язаними з різними чинниками кредитних ризиків або способами захисту від нього
С.Б. Манжос, Ю.С. Клименко [5, с. 106]	кредитний портфель – це специфічний об'єкт управління який являє собою сукупність кредитів, що має певну структуру, відповідає цілям і вимогам банку за прибутковістю, ризиком, ступенем ліквідності та напрямками кредитування
І.Г. Сокиринська, Т.О. Журавльова [6, с. 46]	кредитний портфель визначають як сукупність портфелів кредитів, що класифікуються на основі критеріїв, пов'язаних із різноманітними ознаками
Ю. Бугель [7, с. 111]	кредитний портфель як набір кредитних інструментів для досягнення встановлених цілей
Ж.М. Довгань [8, с. 257]	кредитний портфель – це сукупність усіх позик, наданих банком з метою одержання прибутку
С.Г. Арбузов, Ю.В. Колобов, В.І. Міщенко, С.В. Науменкова [9, с. 244]	кредитний портфель – це сукупність усіх банківських позик, що структуровані за певними параметрами відповідно до завдань визначеної кредитної політики банку
Л.Л. Калініченко, Т. Горбунова [10, с. 695]	кредитний портфель – це сукупність кредитів структурованих за терміном, валютою, ступенем ризику з метою отримання дохідності наданих банком усім суб'єктам господарювання різних галузей економіки з метою отримання прибутку
А.М. Тавасієв [11, с. 514]	кредитний портфель банку – це уся сукупність кредитів, виданих банком на кожен даний момент. Однак якщо це не просто список кредитів, а така сукупність, яка структурована за певним критерієм (критеріями), істотного для кредитів, то тим самим «кредитний портфель» стає характеристикою якості виданих кредитів і взагалі всієї кредитної діяльності банку

Після проведеного дослідження можна зробити такі висновки:

- відсутній єдиний підхід до визначення сутності поняття «кредитний портфель»;

- більшість вчених (Л.І. Бровко, Н.К. Жукова, Н.В. Зражевська, Ж.М. Довгань, Л.Л. Калініченко, Т. Горбунова) погоджується з тим, що кредитний портфель – це сукупність усіх кредитів (позик), наданих банком для одержання доходів (прибутків);

- деякі вчені (І.А. Нечаєва, Ю.О. Каплан, І.Г. Сокиринська, Т.О. Журавльова, А.М. Тавасієв) визначають кредитний портфель як сукупність кредитів, але таких, що класифікуються за різними критеріями залежно від чинників які на них впливають (наприклад, найчастіше зустрічається такий чинник, як ризик);

- деякі вчені (С.Г. Арбузов, Ю.В. Колобов, В.І. Міщенко, С.В. Науменкова, Ю. Бугель) визначають кредитний портфель як характеристику кредитної політики банку.

Отже, визначення, яке найкраще охоплює більшість існуючих визначень, можна сформулювати так: кредитний портфель – це сукупність усіх кредитів наданих банком, яка має певну структуру, має відповідати цілям і вимогам банку за прибутковістю, ризиком, ступенем ліквідності та напрямками кредитування.

Залежно від мети банк формує кредитний портфель певного типу. Тип портфеля являє собою характеристику портфеля, яка базується на співвідношенні прибутку та ризику [7, с. 112].

К.Р. Степаненко [7, с. 112] виділяє такі типи кредитного портфеля банку: портфель доходу, портфель ризику та збалансований.

Портфель доходу характеризується кредитами, які забезпечують стабільний дохід, але водночас супроводжується мінімальними ризиками та стабільною своєчасною виплатою відсотків.

Портфель ризику характеризується кредитами з високим рівнем ризику, але і можливістю отримувати більші прибутки.

Збалансований портфель характеризується поєднанням кредитів різного типу як з високим ступенем ризику, так і з низьким. За допомогою такого кредитного портфеля банк має можливість підстраховувати кредити з високим ризиком за рахунок кредитів з низьким, тим самим захищаючи себе від великих збитків від занадто ризикової діяльності.

У деяких джерелах можна зустріти дещо інакше поділення за типами, наприклад: ризик-нейтральний, оптимальний та збалансований [4, с. 116].

Найсуттєвішим показником, який характеризує рівень організації кредитного процесу, є якість кредитного портфеля. На думку І.А. Нечаєвої, під якістю кредитного портфеля можна розуміти таку властивість його структури, яка забезпечує максимальний рівень прибутковості за допустимого рівні кредитних ризиків і ліквідності балансу [4, с. 115].

Для того, щоб забезпечити якість кредитного портфеля банку необхідно розробити відповідну систему управління кредитним портфелем. На думку Л.І. Бровко [1, с. 86], управління кредитним портфелем банку можна визначити як процес, спрямований на забезпечення раціонального співвідношення доход-

ності та надійності портфеля.

На думку Ж.М. Довгань [8, с. 257], основними елементами системи управління кредитним портфелем є такі: організаційна структура управління кредитним портфелем; розробка стратегії й тактики кредитної політики; наявність внутрішніх кредитних документів, що регламентують кредитний процес; аналіз кредитного портфеля з метою покращення його кількісних і якісних характеристик.

Для того щоб обрана кредитна політика банку була ефективною, необхідно розробити комплексний методичний підхід до оцінки якості кредитного портфеля банку. В основному для цього використовують вже існуючі способи оцінки якості кредитного портфеля банку. Усі ці способи відрізняються методами і формами оцінки.

Основні методи оцінки якості кредитного портфеля банку можна поділити на три групи: методи експертних оцінок, статистичні методи та аналітичні методи. До методів експертних оцінок відносяться: рейтинговий метод, метод «Дерево рішень», коефіцієнтний аналіз. До статистичних методів відносяться: метод «Монте Карло», скоринг, кореляційно-регресійний аналіз, таксономічний аналіз. Аналітичні методи – це в основному стрес-тестування [12, с. 279].

Вважається доцільним розглянути більш детально вищевказані методи оцінки якості кредитного портфеля.

На думку Ю.С. Тисячної метод експертних оцінок ґрунтується на базі вивчення оцінок, зроблених експертами, і включає складання узагальнюючих експертних оцінок [12, с. 279].

Рейтинговий метод у банківській сфері являє собою комплексну характеристику банківської установи, яка проводиться за певною шкалою, завдяки чому визначається позиція банку залежно від цих характеристик (наприклад, фінансового стану або виконання економічних нормативів).

Для розвинутих банківських систем рейтингування є традиційним методом оцінювання кредитного ризику. Широко відомими міжнародними організаціями, що займаються рейтингуванням комерційних і державних установ, є Standard & Poor's, Moody's Investors Service, Fitch Ratings [13, с. 101]. В Україні аналогами виступають «Кредит-Рейтинг», «Експерт-Рейтинг», «ІВІ-Рейтинг», НРА «Рюрік». Крім того досить популярними в Україні є методики В.С. Кромона та О.Б. Ширинської, а також рейтинги Асоціації українських банків і Національного банку України.

Згідно з Рішенням Правління Національного банку України «Про схвалення процедур інспектування» від 01.11.2016 № 393-рш порядок визначення рейтингової оцінки банків України здійснюється за рейтинговою системою CAMELSO. Основою рейтингової системи є оцінка ризиків, притаманних діяльності банків, та визначення рейтингових оцінок за такими компонентами як: капітал, якість активів, менеджмент і корпоративне управління, надходження, ліквідність, чутливість до ринкових ризиків, операційний ризик [14].

Комплексна рейтингова оцінка визначається на підставі рейтингових оцінок за кожним із цих компонентів, що оцінюється за чотирибальною шкалою,

де оцінка «1» є найвищою, а оцінка «4» – найнижчою [15, с. 1350].

До переваг рейтингового методу можна віднести такі: дозволяє об'єднати різні аспекти банківської діяльності і визначити ранг банку за сумою місць; аналіз базується на даних публічної звітності банку, а отже, доступний для зовнішніх аналітиків; не потребує розробки програмного забезпечення.

Водночас метод має і певні недоліки. Рейтинг позичальника характеризує лише можливість банкрутства позичальника і стосується здебільшого індивідуальних позик і не характеризує ризик кредитного портфеля загалом [13, с. 101]. Жодна з наявних методик не є такою, що підходить для усіх можливих випадків і не існує єдиної досить переконливої рейтингової системи оцінки надійності банків України. Що стосується рейтингів які встановлюються міжнародними агентствами стосовно українських банків, то вони переважно аналізують групи найбільших банків, залишаючи поза увагою менші банки, які не залучають кошти на міжнародних ринках капіталу.

Дерево рішень – це графічне зображення послідовності рішень і станів середовища з указівкою відповідних ймовірностей та виграшів для будь-яких комбінацій альтернатив і станів середовища [16].

На думку Н.М. Тарасюк [16], процес прийняття рішень за допомогою дерева рішень у загальному випадку припускає виконання п'яти етапів: формулювання завдання; побудова дерева рішень; оцінка ймовірностей станів середовища, тобто зіставлення шансів виникнення кожної конкретної події; установлення виграшів (чи програшів, як виграшів зі знаком мінус) для кожної можливої комбінації альтернатив (дій) і станів середовища; вирішення завдання.

До переваг дерева рішень можна віднести такі: можливість пов'язати майбутні цілі з діями, які відбуваються на даний час; легкий для освоєння; можливість використання у тих галузях, де знання складно формалізовані. Недоліком же є те, що цей метод є досить трудомістким.

Коефіцієнтний метод базується на введенні Національним банком України обов'язкових нормативів для оцінки кредитного ризику банків (Н7, Н8, Н9). Мета їхнього створення – це підтримка стабільності банківської системи України, яка загалом полягає у зниженні кредитного ризику кожного банку за допомогою утримання на певному рівні відповідних показників. Дотримання цих нормативів є обов'язковим для усіх банків.

Статистичні методи оцінки якості кредитного портфеля банку припускають, що вплив ризиків на кредитний портфель відображається на його якості. Статистичний метод розрахунку та оцінки ризику кредитного портфеля банку в загальному вигляді передбачає розрахунок дисперсії, варіації, стандартного відхилення, коефіцієнта варіації й асиметрії [12, с. 280].

Метод Монте-Карло – це метод імітації для приблизного відтворення реальних явищ. Він об'єднує аналіз чутливості (сприйнятливості) і аналіз розподілу ймовірностей вхідних змінних. Цей метод дає змогу побудувати модель, мінімізуючи дані, а також максимізувати значення даних, які використовуються

у моделі. Побудова моделі починається з визначення функціональних залежностей у реальній системі. Після чого можна одержати кількісний розв'язок, використовуючи теорію ймовірності й таблиці випадкових чисел [17].

До переваг цього методу можна віднести такі: добре поєднується з іншими економіко-статистичними методами; прості схеми обчислювального механізму; можливість проведення аналізу і оцінки різних планів впровадження кредитної політики та врахування різних факторів ризику за допомогою єдиного підходу. До недоліків цього методу відносяться: необхідні таблиці випадкових чисел; трудомісткість складання несуперечливої системи; частковий характер розв'язання.

Наступний метод – це скоринг. Скоринг – це система, яка використовується банками для оцінки клієнтів, в основі якої лежать статистичні методи. Як правило, це комп'ютерна програма, до якої вводяться певні дані потенційного позичальника. У результаті працівник банку отримує відповідь надавати кредит чи ні.

Існує кілька типів скорингу: скоринг кредитоспроможності; скоринг за прогнозом якості обслуговування боргу клієнтом; скоринг запитання; скоринг ймовірності шахрайства. В основі скорингу лежить припущення, що люди зі схожими соціальними показниками поведуться однаково [18]. Виходячи з цього, будуються скорингові карти. Найпростіші скорингові карти переважно мають вигляд таблиці, яку умовно можна поділити на три стовпчики. Перший – це показник, другий – значення (або діапазон показника), третій – це бали. Наприклад, показник – освіта; значення – середня, середня спеціальна, незакінчена вища, вища; бали – 22, 28, 30, 40, відповідно. На основі цих таблиць визначаються скоринг-бали.

У банках використовують складні скорингові карти, які складаються з сотень позицій, постійно доповнюються та змінюються. Скорингова модель розробляється кожним банком індивідуально та зберігається у суворій таємниці.

До переваг скорингу можна віднести такі: не вимагають особливих навичок персоналу; дозволяє обробити необмежену кількість заявок. Існують і недоліки: складання ефективної скорингової моделі є дуже складним та багатетапним процесом; розробка нових скорингових моделей коштує дорого; з метою захисту від шахрайства банки ніколи не повідомляють клієнту результати анкетування і причини відмови у кредитуванні.

Наступний метод – це кореляційно-регресійний аналіз. Метод кількісної оцінки взаємозалежностей між статистичними ознаками, що характеризують окремі суспільно-економічні явища та процеси, зокрема якість кредитного портфеля банку. Статистична залежність виявляється в тому, що зі змінюванням однієї величини змінюється середнє значення іншої. Така залежність називається кореляційною [12, с. 281].

Перевагою цього методу загалом є те, що розрахунки на його основі підвищують ступінь точності аналізу й іноді, навіть, виявляють недоліки попереднього аналізу. До недоліків можна віднести те, що кореляція відображає лише лінійну залежність вели-

чин, але не відображає їх функціональної зв'язаності, тобто кореляція не означає причинність. Що стосується регресійного аналізу, то, на жаль, більшість реальних моделей не вкладаються у рамки лінійної регресії.

Таксономічний аналіз – це ефективний інструмент оцінки латентних ознак в економіці. Цей аналіз у загальному вигляді дозволяє вирішити проблему впорядкування багатовимірних об'єктів або процесів відносно заданого нормативного вектора – еталону.

Для аналізу стану кредитної діяльності банків застосовується безліч коефіцієнтів та нормативів. Їх одночасне застосування ускладнює аналіз стану кредитної діяльності. Тобто виникає загальна потреба у розрахунку інтегрального показника, який би являв собою синтетичну величину, рівнодіючу всіх сил. В якості такого показника можна використати таксономічний показник рівня розвитку [12, с. 281].

Слід зазначити, що перевагою таксономічного аналізу є легкість у застосуванні, а головним недоліком – статичність показника, що розраховується.

Аналітичний метод спрямований на визначення внутрішніх тенденцій і можливостей предмета, що аналізується, наприклад, оцінка можливих втрат (рівня ризику) банку.

Стрес-тестування – це метод кількісної оцінки ризику, який полягає у визначенні величини неузгодженої позиції, яка наражає банк на ризик, та у визначенні шокової величини зміни зовнішнього чинника: валютного курсу, процентної ставки тощо. Стрес-тестування широко використовується для оцінювання кредитного ризику, ризику ліквідності, валютного ризику, ризику зміни процентної ставки та вартості активів [19, с. 1211].

Головною перевагою цього методу є те, що можливо спрогнозувати ймовірні зміни у системі на ранніх передкризових етапах та не допустити стресових ситуацій. До основних недоліків відносяться такі: нерозроблені деталізовані методики та алгоритми проведення стрес-тестування в українських банках; банки не завжди вірно обирають сценарії.

З метою виявлення резервів підвищення ефективності кредитної діяльності за умови запланованого рівня дохідності та допустимого рівня ризику банки проводять аналіз кредитного портфеля, який здійснюється у двох напрямках:

1) аналіз структури та динаміки кредитного портфеля;

2) якісний аналіз кредитного портфеля [3, с. 138].

Аналіз структури та динаміки кредитного портфеля здійснюється за допомогою методик горизонтального і вертикального аналізу за різноманітними параметрами, наприклад, строк кредитування або рівень ризику.

Горизонтальний аналіз дає можливість дослідити динаміку кредитного портфеля банку загалом та його окремих статей. У процесі використання цього виду аналізу розраховується абсолютний приріст, темпи приросту окремих статей за низку періодів і визначаються тенденції їх розвитку [3, с. 138].

Вертикальний аналіз ґрунтується на структурному дослідженні кредитного портфеля. У процесі такого аналізу визначається частка окремої статті у загальній

сумі кредитного портфеля. Під час аналізу кредитного портфеля у розрізі строків кредитування особливу увагу приділяють частці прострочених, пролонгованих і сумнівних кредитів [20, с. 93].

Наступним кроком є аналіз якості кредитного портфеля. Спочатку розраховуються відповідні коефіцієнти, потім проводиться аналіз цих коефіцієнтів у динаміці, наприклад, знижується чи підвищується відповідний коефіцієнт.

В економічній літературі показники, що дають змогу оцінити якість кредитного портфеля банку, подані двома групами: показники ризику кредитного портфеля та показники дохідності кредитних операцій [3, с. 139].

До показників ризику кредитного портфеля відносяться: коефіцієнт покриття кредитного портфеля власним капіталом банку; коефіцієнт якості кредитного портфеля; коефіцієнт покриття класифікованих кредитів власним капіталом банку; коефіцієнт проблемних кредитів.

До показників дохідності кредитних операцій відносяться: коефіцієнт дохідності кредитного портфеля; коефіцієнт частки відсоткових доходів у загальній сумі доходів банку; коефіцієнт співвідношення відсоткових доходів і відсоткових витрат, пов'язаних із залученням ресурсів; коефіцієнт прибутковості кредитних операцій; чистий серед.

Після аналізу цих коефіцієнтів робляться висновки стосовно ризиковості та прибутковості кредитного портфеля банку та розробляються відповідні заходи для підвищення ефективності діяльності банку.

## ВИСНОВКИ

Наведені методи оцінки якості кредитного портфеля слід застосовувати комплексно, адже деякі з них враховують внутрішні, а деякі зовнішні фактори впливу. На жаль, на даному етапі банки України не використовують весь аналітичний комплекс методів, а вибирають для себе декілька, які постійно використовують в аналізі кредитного портфеля. Отже, для того щоб забезпечити ефективне управління кредитним портфелем банку необхідно здійснювати постійний моніторинг якості кредитного портфеля для раннього виявлення кредитного ризику та його попередження, а також виявлення погіршення показників дохідності.

### Список використаних джерел

1. Бровко Л.І., Сорока Ю.В., Бровко Є.І. Аналіз кредитного портфеля комерційних банків України в сучасних умовах. *Економіка та держава*. 2018. № 11. С. 85-89.
2. Жукова Н.К., Зражевська Н.В. Сучасний стан та проблеми управління кредитним портфелем комерційних банків. *Економічний часопис-XXI*. 2013. № 1. С. 70-72.
3. Колодізев О.М., Хмеленко О.В. *Кредитний менеджмент: навч. посіб. для студентів спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»*. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. 164 с.
4. Нечаєва І.А., Каплан Ю.О. Теоретичні основи управління якістю кредитного портфеля. *Бізнес Інформ*. 2011. № 6. С. 115-118.
5. Манжос С.Б., Клименко Ю.С. *Управління якістю кредитного портфеля банку в умовах посткризового розвитку економіки*. *Економіка і регіон*. 2012. № 5(36). С. 105-109.
6. Сокиринська І.Г., Журавльова Т.О. *Фінансовий менеджмент у банку: навч. посіб. Дніпропетровськ: Пороги, 2016. 192 с.*

7. Степаненко К.Р. Особливості формування кредитного портфеля банку. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2016. Випуск 7. Частина 3. С. 111-114.

8. Довгань Ж.М. Менеджмент у банку: підручник. Тернопіль: Економічна думка, 2017. 512 с.

9. Банківська енциклопедія / С.Г. Арбузов та ін. Київ: Центр наукових досліджень Національного банку України: Знання, 2011. 504 с.

10. Калініченко Л., Горбунова Т. Теоретичні аспекти формування кредитного портфеля банків. Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. Випуск 6. С. 695-698.

11. Тавасієв А.М. Банківська справа. Управління і технології: підручник. Москва: ЮНІТІ-ДАНА, 2005. 671 с.

12. Тисячна Ю.С. Методичні підходи до оцінки якості кредитного портфеля банку. Проблеми економіки. 2014. № 1. С. 278-283.

13. Затворницький К.С. Критерії оцінки якості кредитного портфеля банку. Фінансовий простір. 2018. № 4(32). С. 99-106.

14. Про схвалення процедур інспектування: Рішення Правління Національного банку України від 01.11.2016 № 393-рш. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/pb16176>

15. Дзюлош А.В., Савченко Т.Г. Публічна система рейтингової оцінки банків України: призначення та інформаційна модель. Економіка і суспільство. 2017. № 13. С. 1347-1352.

16. Тарасюк Н.М. Менеджмент та маркетинг: практична робота № 3. URL: <http://tarasyukn.vk.vntu.edu.ua/file/1/19d4cb5553813f0696e76e233c1b7e19.pdf>

17. Метод Монте-Карло. Вікіпедія – вільна енциклопедія. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Метод\\_Монте-Карло](https://uk.wikipedia.org/wiki/Метод_Монте-Карло)

18. Як працює банківський скоринг. Finance.ua – незалежний український фінансовий портал. URL: <https://finance.ua/ua/credits/kak-rabotaet-bankovskiy-skoring>

19. Щербатих Д.В. Сучасні методи стрес-тестування банківської системи України. Економіка і суспільство. 2018. № 19. С. 1210-1218.

20. Гергель А.Ю. Напрями аналізу якості кредитного портфеля банку. Управління розвитком. 2014. № 3(166). С. 92-94.

### References

1. Brovko L.I., Soroka Yu.V., Brovko Ye.I. Analysis of the credit portfolio of commercial banks of Ukraine in current conditions. *Economy and the state*. 2018. № 11. pp. 85-89 (in Ukrainian).

2. Zhukova N.K., Zrazhevska N.V. The current state and problems of managing the credit portfolio of commercial banks. *Economic Journal-XXI*. 2013. № 1. pp. 70-72 (in Ukrainian).

3. Kolodiziev O.M., Khmelenko O.V. Credit management: a textbook for students of specialty 072 «Finance, banking and insurance». Kharkiv: KhNEU after S. Kuznets, 2015. 164 p. (in Ukrainian).

4. Nechaieva I.A., Kaplan Yu.O. Theoretical bases of credit portfolio quality management. *Business Inform*. 2011. № 6. pp. 115-118 (in Ukrainian).

5. Manzhos S.B., Klymenko Yu.S. Managing the quality of a bank's loan portfolio in a post-crisis economic development. *Economy and region*. 2012. № 5(36). pp. 105-109 (in Ukrainian).

6. Sokyrynska I.H., Zhuravlova T.O. Financial management in the bank: textbook. Dnipropetrovsk: Porohy, 2016. 192 p. (in Ukrainian).

7. Stepanenko K.R. Features of formation of bank loan portfolio. *Scientific Bulletin of Uzhgorod National University*. 2016. Issue 7. Part 3. pp. 111-114 (in Ukrainian).

8. Dovhan Zh.M. Bank management: textbook. Ternopil: Economic thought, 2017. 512 p. (in Ukrainian).

9. Banking Encyclopedia / S.H. Arbuzov et.al. Kyiv: National Bank of Ukraine Center for Scientific Research: Znannia, 2011. 504 p. (in Ukrainian).

10. Kalinichenko L., Horbunova T. Theoretical aspects of the formation of banks credit portfolio. *Global and national problems of economy*. 2015. Issue 6. pp. 695-698 (in Ukrainian).

11. Tavasiev A.M. Banking. Management and technology: textbook. Moscow: YUNITI-DANA, 2005. 671 p. (in Russian).

12. Tysiachna Yu.S. Methodical approaches to assessing the quality of a bank's loan portfolio. *Problems of economy*. 2014. № 1. pp. 278-283 (in Ukrainian).

13. Zatvornitskyi K.S. Criteria for assessing the quality of a bank's loan portfolio. *Financial space*. 2018. № 4(32). pp. 99-106 (in Ukrainian).

14. On approval of inspection procedures: Decision of the Board of the National Bank of Ukraine dated 01.11.2016 № 393-rsh. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/pb16176> (in Ukrainian).

15. Dzholos A.V., Savchenko T.H. Public rating system of Ukrainian banks: purpose and information model. *Economy and society*. 2017. № 13. pp. 1347-1352 (in Ukrainian).

16. Tarasiuk N.M. Management and Marketing: Practical Work № 3. URL: <http://tarasyukn.vk.vntu.edu.ua/file/1/19d4cb5553813f0696e76e233c1b7e19.pdf> (in Ukrainian).

17. Monte Carlo method. Wikipedia is a free encyclopedia. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Метод\\_Монте-Карло](https://uk.wikipedia.org/wiki/Метод_Монте-Карло) (in Ukrainian).

18. How banking scoring works. Finance.ua – an independent Ukrainian financial portal. URL: <https://finance.ua/ua/credits/kak-rabotaet-bankovskiy-skoring> (in Ukrainian).

19. Shcherbatykh D.V. Modern methods of stress testing of the banking system of Ukraine. *Economy and society*. 2018. № 19. pp. 1210-1218 (in Ukrainian).

20. Herhel A.Yu. Areas of analysis of bank loan portfolio quality. *Development Management*. 2014. № 3(166). pp. 92-94 (in Ukrainian).