

ТЕЗИ

МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

«СУЧАСНІ ВИКЛИКИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

БІЗНЕСУ»



5-6 листопада 2020 року
м. Житомир

Міністерство освіти і науки України,
Інститут модернізації змісту освіти,
Департамент агропромислового розвитку та економічної політики
Житомирської обласної державної адміністрації,
Управління культури та туризму Житомирської обласної державної
адміністрації,
Закарпатський угорський інститут імені Ференца Ракоці II,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій,
Львівський торговельно-економічний університет,
ННЦ «Інститут аграрної економіки»,
Національний університет водного господарства та природокористування,
Університет державної фіскальної служби,
Харківський державний університет харчування та торгівлі,
Інститут економіки і торгівлі Таджикиського державного університету комерції
(Таджикистан),
Таджицький державний університет права, бізнесу і політики (Таджикистан),
Барановичський державний університет (Республіка Білорусь),
Брестський державний технічний університет,
Білоруський державний економічний університет (Республіка Білорусь),
Гродненський державний університет імені Янки Купали (Республіка
Білорусь),
Вища школа менеджменту в Лігниці (Польща),
Технологічний інститут Західної Македонії (Греція),
Господарська академія імені Д.А. Ценова (Болгарія),
Каршинський інженерно-економічний інститут (Узбекистан),
Вища школа економічна (Чеська Республіка)

ТЕЗИ

МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ «СУЧАСНІ ВИКЛИКИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ»

5-6 листопада 2020 року
м. Житомир

УДК 005.9

Друкується за рішенням Вченої ради Державного університету «Житомирська політехніка» (Протокол № 12 від 07.12.2020 р.)

Редакційна колегія: *д.е.н., проф. Віктор ЄВДОКИМОВ*
д.е.н., проф. Оксана ОЛІЙНИК
д.е.н., проф. Галина ТАРАСЮК
д.е.н., проф. Тетяна ОСТАПЧУК
д.е.н., проф. Юлія КОВАЛЕНКО
д.е.н., проф. Роберт БАЧО
д.е.н., проф. Галина КУПАЛОВА
к.е.н., доц. Юлія ДАВИДЮК
д.е.н., проф. Костянтин ШАПОШНИКОВ
к.е.н., доц. Ірина ВИГІВСЬКА
д.е.н., проф. Наталія ВИГОВСЬКА
д.е.н., проф. Сергій ЛЕГЕНЧУК
д.е.н., проф. Катерина ШИМАНСЬКА

Сучасні виклики сталого розвитку бізнесу: тези виступів Міжнар. наук.конф. – Житомир: Житомирська політехніка, 2020. – 404 с.

ISBN

В даному збірнику представлені матеріали досліджень українських та зарубіжних вчених і науковців, які доповідалися на Міжнародній науковій конференції «Сучасні виклики сталого розвитку бізнесу»

За точність викладення матеріалу та достовірність використаних фактів відповідальність несуть автори

УДК 005.9

ISBN

© «Житомирська політехніка», 2020

Ochilova Nargiza Akramovna,
Independent researcher
Karshi Institute of Engineering Economics

WAYS TO MANAGE FARMS AND INCREASE THEIR ECONOMIC EFFICIENCY

It is well known that in today's market economy, a lot of attention is paid to agricultural reform. At present, most of the agricultural products produced in the country come from farmers. The main volume of food is the product labor of the farmer. Therefore, it is necessary to create favorable conditions for farmers to operate freely, as one of the producers of agricultural products.

Fertile land, adequate drainage, skilled labor, necessary mineral and organic fertilizers, and the advice of a qualified professional are essential to the operation. As in all sectors, the government monitors the annual economic performance of agricultural areas. Their freedom and independence, their rights and responsibilities are enshrined in the Constitution.

Today, the importance and role of agriculture in the country is growing from year to year, and the majority of the population of our country is working in this field. According to the Statistics Department of Kashkadarya region, in 2019, 73.5% of agricultural production belong to dehqan (personal assistant) farms, 24.6% to farms, 1.9% to organizations engaged in agricultural activities.

The address of the President of the Republic of Uzbekistan Shavkat Mirziyoyev to the Oliy Majlis of January 24, 2020 put forward the following views: Advanced technologies and a cluster system are being introduced in the industry. We are mobilizing all our resources to develop entrepreneurship and create new conditions for this sector. 5.9 trillion soums will be allocated to families starting their own business under the «Every family is an entrepreneur» program soums were allocated. This year, 3 trillion soums will be allocated for the development of fruit and vegetable growing, viticulture, seed production, animal husbandry, agrologistics, introduction of watersaving technologies, scientific research and training of qualified personnel for the industry we will send UZS...»

In accordance with the requirements of the current normative document, the following have been identified as priorities for the implementation of the Strategy:

- ensuring food safety and improving consumer rations;
- wide introduction of market principles in the purchase and sale of agricultural products, development of quality control infrastructure, export promotion;
- improvement of the system of use of natural resources and environmental protection, providing for the rational use of land and water resources, forest resources;
- increase labor productivity on farms, improve product quality;
- development of a system of science, education, information and consulting services, including the use of effective forms of research, education and consulting services in agriculture;
- collection and analysis of statistical data through the widespread introduction of modern information technologies.

The implementation of the above areas will serve to create a system of training qualified personnel in agriculture, achieve high productivity, meet the needs of the population for quality and affordable products.

Scientific researches, dissertations, monographs and articles of foreign and domestic scientists and researchers draw conclusions, develop proposals and recommendations on issues such as radical reform of agriculture, targeted use of the experience of developed countries, training of qualified specialists, retraining. However, there is a lack of scientific research on high productivity in agriculture, efficient use of land and water, high economic performance in arable land, the scientific and methodological basis of the irrigation system. Among the scientists and specialists of the field are Abdurahmanov KH, Juraev F., Ismoilov A., Minakov I., Murtazoev O., Nazarenko VI, Nalsov AG, Oripov MA, Plashinsky P.A., Analysis of scientific works and articles of Salimov BT, Tushkanov MP, Khamdamov KS, Hamraeva SN, Ergashev RH and the experience of practice in this field in Uzbekistan shows that in many foreign countries, including At present, our country has the following problems related to the quality of training of junior specialists and qualified personnel in the field of agriculture:

- demand and supply of the population in the cultivation of a particular crop, market conditions are not studied;
- use of required mineral and organic fertilizers, taking into account the level of soil fertility and natural climatic conditions;
- the work of concluding contracts with entities purchasing products grown in agricultural areas, processing industrial enterprises is unsatisfactory.

Importantly, these problems arise as a result of citizens' neglect of property, land, crops, and the lack of scientific and practical skills.

Секція 1. Сучасні моделі ефективного бізнесу підприємств

In 2019, 73.4% of the volume of vegetables grown in agriculture fell to the share of dehqan farms, 25.7% to farms, and 0.9% to organizations engaged in agricultural activities. The main indicator is the farms.

As a result of their labor, the farmers of our country provide not only their families, but also the entire population of the country with agricultural products. Since the creation of mankind, food and clothing have been his daily necessities. Fruits, vegetables and melons grown in agricultural areas meet the daily food needs of the population, while the abundant harvest of wheat, cocoons and cotton meets the needs of bread and bakery products and clothing.

Today, all conditions and opportunities have been created for agricultural workers to work freely and independently. They are constantly supported by the state, they are provided with financial assistance, preferential tax rates and loans. Therefore, it is expedient for them to use such opportunities correctly and wisely and contribute to the increase of the country's GDP.

The conclusion is that farms must work efficiently using land and water resources, using their organizational, managerial and economic capabilities, and using scientific and practical knowledge correctly.

In the organization and exemplary management of farms, in increasing their economic efficiency, we believe that the following should be taken into account: clearly define goals and objectives. At the same time, it is necessary to determine the adequacy of funds, manpower, material and technical base, land, water, modern technologies for the organization of the farm.

Rights and obligations of farms. Most importantly, the use of agricultural lands within the framework of thematic normative documents leads to a high growth of economic indicators.

Effective use of mineral and organic fertilizers, chemical protection of plants, anti-erosion measures. It takes great care and responsibility on the part of the farmer to eradicate the pests contained in the seeds of the plants before sowing the seeds in the ground and harvesting the finished crop. In determining the composition of arable land in agricultural areas, it is necessary to develop and implement an action plan against wind and water erosion, soil contamination and degradation.

Formation and rational use of means of production. An important condition for the sustainable formation and successful organization of agriculture is the availability of means of production and the ability to apply them in practice.

Efficient use of water in agriculture. It is important to take into account the consumption of water used in irrigated agricultural areas, the effective use of the limits set by water supply points and reservoirs, to avoid waste.

Rational use of accelerated technology in crop production. We know that one of the main goals is to make the most of low-cost, low-cost and high-quality products through the rational use of the achievements of modern technology. The application of any technology must be scientifically based for the climatic conditions of agricultural areas.

Sales of grown products and proper distribution of income. In order for a farmer to deliver his produce to the field, it is necessary to be able to work on contracts, if possible, to establish regular contacts with settlements, market prices, wholesale and retail complexes, public catering establishments, processing enterprises. Also, be able to direct the income received correctly.

List of used literature

1. Address of the President of the Republic of Uzbekistan to the Oliy Majlis. January 24, 2020.
 2. Decree of the President of the Republic of Uzbekistan No. PF-5742 "On measures for the efficient use of land and water resources in agriculture." June 17, 2019. Source: lex.uz
 3. "Strategy of Agricultural Development for 2020-2030" of the Republic of Uzbekistan. January 28, 2020. Source: lex.uz
 4. Resolution of the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan No. 205 "On measures to organize the efficient use of land plots in dehqan farms." March 18, 2018. Source: lex.uz
Agricultural Economics: Textbook / R.Kh. Ergashev, Sh.Sh.Fayzieva, S.N.Khamraeva; -T .: "Economy-Finance", 2018.-404p.
 5. Эргашев Р. Х., Хамраева С. Н., Файзиева Ш. Ш. Инновационное развитие инфраструктуры сельского хозяйства: проблемы и пути его достижения //Феномен рыночного хозяйства: от истоков до наших дней. Партнерство в условиях риска и неопределенности. – 2020. – С. 310-319. <https://elibrary.ru/item.asp?id=42671986>
5. **Internet information:** qashstat.uz m.facebook.com> statkashkadarya

Абдуллаева Адолатжон Толибджоновна,
к.э.н., ст. преподаватель кафедры мировой экономики
Таджикский Государственный университет
права бизнеса и политики

МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В РЕСПУБЛИКЕ ТАДЖИКИСТАН

Предпринимательство в Республике Таджикистан имеет свою древнюю историю, ее становление происходило в торговой форме и в виде промыслов. Первыми предпринимателями были мелкие торговцы и купцы. Пик развития предпринимательства приходится к концу 19 начало 20 века. Так как именно в это время купцы Туркестана, Бухары, русских, иностранных купцов стали массой наплывать в республику. После обретения независимости предпринимательство в республике как сфера частного рыночного хозяйствования, имеющая специфические закономерности функционирования и управления, стало активно развиваться, 22 декабря 1991г. был принят Закон «О предпринимательской деятельности в Республике Таджикистан».

Количество действующих предприятий, в Республике Таджикистане на начало 1992 года составило 2 573 и это произошло за счет массового преобразования кооперативов в малые предприятия, выделением структурных единиц из состава объединений и предприятий. Процедура учреждения малых предприятий была довольно сложной, в значительной степени зависела от решения местной администрации.

Число задействованных в предпринимательской деятельности и имевших статус юридического лица, в 1991 году составляло 59,2 тыс., численность граждан, занимавшихся предпринимательской деятельностью, на основе патентов без образования юридического лица составило 8,1 тыс. человек.

Статистические данные свидетельствуют, что в середине 90-х годов число малых предприятий начало снижаться, что отрицательно сказалось на экономике в целом, так как в то время многие хозяйства не знали, как им ориентироваться на новую переходную экономику страны.

Таблица 1

Действующие предприятия в Республике Таджикистан

	1991	1995	2000	2010	2015	2018
Всего по республике на конец года	2 573	3 390	1 342	1 669	2 865	38 299
в том числе по регионам:						
Хатлонская область	461	65	75	66	81	11527
Согдийская область	678	1945	597	421	645	9178
ГБАО*	15	5	2	7	-	1358
РРП**	494	357	91	162	303	6550
Г. Душанбе	925	1 018	577	1 003	1 811	9686

Источник: Статистический ежегодник Согдийской области (Статистический сборник). Агентство по статистике при Президенте Республики Таджикистан в Согдийской области. – 2019. – С.28-30.

* Горнобадахшанская автономная область, ** Районы Республиканского подчинения.

Основной причиной сокращения числа предприятий в стране, занимающихся предпринимательством наряду с другими – отсутствие институциональной поддержки развития предпринимательства в этот период. В результате, уже к концу 1996 года, темпы прироста количества предприятий малых форм (кооперативов и малых государственных предприятий) и новых «индивидуалов» резко понизились. Существенное снижение темпов роста количество малых предприятий наблюдается в период с 1994 – 2000г. Это объясняется не только существовавшими трудностями, сдерживающими его развитие, но и усиливающимся размахом в ширину и глубину взяточничества и коррупции.

Данная тенденция продолжалась до 2002 года это очень беспокоило правительство Республики. Даже Постановление Правительства «О мерах по усилению Государственной поддержки малого предпринимательства в Республике Таджикистан» (1998г.) и «Государственная программа поддержки и развития малого предпринимательства в Республике Таджикистан» существенно не поправили положения в этом секторе экономики. В 2000г. количество малых предприятий по сравнению с 1991 г. сократилось на 1,392 единиц или более чем в два раза. Малый бизнес в Таджикистане перестал прогрессировать, число малых предприятий постоянно сокращалось.

Отличительной особенностью предпринимательства в республике продолжает оставаться высокая доля «теневого» сектора. По оценкам специалистов она составляет от 30 до 40% реального оборота субъектов предпринимательства, при этом значительная часть используемых «теневыми» предпринимателями ресурсов оказывается незадействованной для решения общегосударственных задач. В настоящее время на каждого 1000 населения республики приходится 0,38, в том числе: в Согдийской области – 0,29; в Хатлонской области – 0,03; в районах республиканского подчинения – 0,18; в г. Душанбе – 2,56 малых предприятий. По этому показателю республика занимает одно из последних мест среди государств СНГ.[2.с-104]

Таким образом, в Таджикистане широкомасштабного развития предпринимательства не состоялось, поскольку из-за трудностей и проблем каждое третье зарегистрированное малое предприятие в стране приостановило свою деятельность. Поэтому в конкретных социально-экономических условиях страны количественный потенциал роста малого предпринимательства оказался существенно ограниченным. Неблагоприятные тенденции в развитии малого бизнеса связаны как с общенациональными социальными и экономическими проблемами, так и с особенностями малых предприятий как субъектов экономики. Ликвидация малых предприятий зачастую является и следствием здоровой экономической конкуренции, неспособностью некоторых субъектов адаптироваться к рыночным изменениям, перестроить внутренний менеджмент, наладить эффективные связи с потребителями продукции и услуг.

На основании имеющихся статистических и аналитических данных можно выделить целый ряд острейших проблем, с которыми сталкиваются в своей деятельности представители бизнеса:

- отсутствие эффективных финансово-кредитных механизмов и материально-ресурсного обеспечения развития бизнеса;
- несовершенство системы налогообложения;
- неразвитость транспортной инфраструктуры;
- слабая кооперация малого и крупного предпринимательства;
- несовершенство государственной инфраструктуры поддержки малых предприятий;
- несовершенство нормативно-правовых основ регистрации малого бизнеса;
- проблемы кадрового обеспечения и подготовки специалистов для малого предпринимательства;
- трудность в осуществлении инновационных проектов и программ предпринимателей.

Анализ состояния предпринимательства в РТ показал, что уровень развития предпринимательства сохраняется без заметных изменений, не используются потенциальные возможности для роста производства товаров и услуг, занятости и доходов населения.

Таким образом, можно отметить, что для развития предпринимательства в республике имеются перспективные направления и хорошие условия. Только нужно устранить те препятствия, которые стоят на пути развития этого сектора национальной экономики, полнее использовать ресурсный и интеллектуальный потенциал страны, готовить будущих предпринимателей еще в школе, создавать все условия для возрождения предпринимательского духа у подрастающего поколения и организовать систему подготовки специалистов для развития предпринимательства.

Литература:

- 1 Хайдаров Г. История таджикской ССР. Душанбе; 1991. с-8.
- 2 Азимов П. Основные аспекты развития малого предпринимательства в Республике Таджикистан//Проблемы современной экономики: материалы IV Межд. науч. конф (г. Челябинск: Два комсомольца, 2015. – с. 104-106.
- 3 Нарзикулов И.К. Избранные труды. Душанбе. Изд.: Дониш, 2011.
- 4 Основы предпринимательского дела: Учебник/Под ред. Ю.Осипова, Е. Смирновой. М.:БЕК, 2015.
- 5 Насиров Н.Н., Асророва З.И. Экономика фирмы (предприятия). Курс лекций. Душанбе: РТСУ, 2011.
- 6 Агентство по статистике при Президенте Республики Таджикистан. Статистический ежегодник 2010. с. 198

Аминов Д.Г.
кандидат экономических наук
доцент кафедры мировой экономики
Таджикский государственный университет
права, бизнеса и политики

ЭВОЛЮЦИОННЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ ТЕОРИЙ ЭКСПОРТООРИЕНТИРОВАННОГО РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ СИСТЕМЫ

На современном этапе развития в условиях глобализации реализуются различные модели экономической политики государства, особенности которых зависят от экономико-исторических условий, а именно от исторических традиций, уровня экономического развития страны, состояния ее экономического потенциала, места в глобальном международном разделении труда. Эффективность выбранной модели экономической политики во многом зависит от степени ее поддержки на уровне государства. Поддержка экономической политики предполагает определение ряда критериев эффективности ее реализации, которые основаны на определенном уровне ценностей, необходимых стране на этом этапе развития. Каждая модель экономической политики основана на той или иной теории экономического развития.

Проблемы формирования экономической политики государства на основе теории экспортоориентированного развития начали проявляться еще в период после окончания Второй мировой войны и остаются актуальным на современном этапе. Несмотря на то, что научные исследования и практическое использование экспортоориентированных теорий имеют более чем шестидесятилетний опыт, по нашему мнению, сегодня отсутствует исчерпывающий категориальный аппарат, который описывает основные дефиниции экспортоориентированного развития, нет сравнительного анализа экономической политики государства на основе экспортоориентированного развития на разных эволюционных этапах становления, что, в свою очередь, обуславливает актуальность исследования.

Неоклассическая модель предполагает, что экономический рост страны может быть достигнут за счет экспорта продукции, выпущенной с использованием низких затрат на трудовые ресурсы и за счет эффективного использования импортируемого технологического капитала, необходимого для дальнейшего повышения производительности труда, создание новой продукции, более конкурентной на внешних рынках. Странами, которые продемонстрировали такую модель экспортоориентированного роста, являются страны Азии, правительство которых стимулирует экспорт продукции несырьевого характера с использованием низких затрат на трудовые ресурсы. Следует отметить, что эта модель предусматривает постепенное улучшение технологического обеспечения экспортоориентированных производств и повышение производительности труда. Китай может быть ярким примером такой модели экспортоориентированного роста: при поддержании относительно низких затрат на трудовые ресурсы эта страна занимает лидерские позиции в несырьевом экспорте в мире, увеличивает масштаб импорта технологий и темпы роста производительности труда.

Неоклассическая модель также в некоторых научных трудах называется «Азиатская (экспортноориентированная) модель экономического развития». По мнению Н.В. Спиридоновой [7], для этой модели характерны следующие условия реализации, среди которых: наличие выгодного экономико-географического положения и транспортной инфраструктуры; одностороннее направление развития экономики государства, ориентированный на экспорт собственной продукции; ориентация на мировые рынки при реализации протекционистской политики; значительная роль государства в экономическом развитии; использование политики привлечения иностранных капиталов как в виде займов, так и в виде прямых капитальных инвестиций, поступлений от экспорта собственной продукции; наличие компромисса трех сил: государства, национальной буржуазии и иностранных капиталов; наличие большого количества квалифицированных, дешевых трудовых ресурсов; осуществление модернизации аграрного сектора, использование высвобожденных трудовых ресурсов в экспортоориентированных отраслях промышленности; развитие наукоемких производств, сферы услуг (туристической и финансовой сферы); активизация использования свободных экономических зон; государственное обеспечение стимулов, которые способствуют развитию предпринимательской сферы, ориентация этой сферы на развитие перспективных экспортоориентированных отраслей. Исследование показало, что неоклассическая теория является исходной в эволюционном развитии теорий экспортоориентированного роста.

Как свидетельствуют научные труды, посвященные исследованию экспортоориентированных теорий [1; 6], некоторые страны в Юго-Восточной Азии выбрали ориентир развития экономики не в направлении

импортозамещения, а экспортного ориентирования, и до 60-х годов XX века. продемонстрировали быстрые темпы индустриализации, экономического роста, увеличение благосостояния населения. В частности, в таких странах как Южная Корея, Сингапур, Тайвань и Гонконг [5] индустриализация экономики достигалась не за счет замещения и дискриминации импорта, а благодаря увеличению экспортного потенциала государства.

Модель «зависимой экономики» предусматривает осуществления, преимущественно сырьевого экспорта, отсутствие конкурентного не сырьевого экспорта и высокую зависимость от импорта товаров для внутренней торговли. Как отмечают исследователи [6; 7], длительное использование этой модели может повлиять на истощение национальных ресурсов, потерю экономической независимости, общий экономический спад, потерю конкурентоспособности на мировых рынках за счет более привлекательных предложений, сокращения экспорта сырья за счет ее исчерпания, общие потери доходов страны от экспорта. Модель «зависимой экономики» начала реализовываться почти одновременно с неоклассическим моделью. Ее использовали страны ОПЕК и другие страны, которые ориентированы на экспорт сырья и энергоносителей. К числу таких стран, по нашему мнению, можно отнести и Республику Таджикистан, в которой развит, преимущественно, сырьевой экспорт.

Модели новейшей школы включают «теорию жизненного цикла продукта» и «теории экономических преимуществ». Эти теории касаются несырьевого экспорта продукции, которая имеет спрос и конкурентные позиции независимо от цикла жизни и экономических преимуществ. Их используют как развитые страны с высоким уровнем технологического развития, так и страны, которые развиваются и выбрали модель несырьевого экспорта. Жизненный цикл высокотехнологичной продукции на первом этапе проходит стадию создания в экономически и технологически развитой стране, производства и наращивания экспорта, на втором – определенное сокращение объемов экспорта в стране-разработчика, продажа технологии производства в страну с невысокими затратами на трудовые ресурсы, массовым производством и экспортом, на третьем – совершенствование технологий и рост производства с поддержанием низких затрат на трудовые ресурсы, на четвертом – страны-разработчики продукции импортируют ее несмотря на экономические преимущества, полученные от низких затрат на трудовые ресурсы, через определенное время на этом этапе может произойти спад объемов экспорта из-за потери технологических и экономических преимуществ. Продажа технологий на известные виды высокотехнологичной продукции мировых торговых марок и является примером использования этой модели.

На основании систематизации теорий экспортоориентированного роста можно сделать вывод, что важным отличием этих теорий есть характер экспорта – сырьевой или несырьевой, который определяет дальнейшие перспективы экспортной ориентации страны и возможность прогнозирования экономического развития вследствие выбора модели.

В разрезе исследуемой темы в научных трудах понятие «экспортоориентированная модель» приобрело значительное распространение, однако, оно так и не стало научной категорией ввиду того, что отсутствуют системные подходы к его трактовке. Ученые, в основном, концентрируют внимание на анализе реализации этой модели в различных экономических системах, при этом не уделяют внимания определению сущности понятия «экспортоориентированная модель».

По мнению Б.М. Аматава [2], экспортоориентированная модель политики государства – это комплексное поощрения производств, которые ориентированы на экспорт собственных продуктов. Автор указывает, что поощрительные меры нацелены на поддержку и развитие конкурентных экспортных отраслей экономики государства. Представленное определение хоть и выделяет общий направление исследуемой модели, по нашему мнению, является достаточно упрощенным, поскольку в нем односторонне раскрыта роль государства и необходимость наличия производств, ориентированных на экспорт. При этом не учтены другие участники этой модели и их роль, не указаны возможный характер экспортной ориентации.

Похожую трактовку предлагает С.О. Головачовим [3], который отмечает, что экспортоориентированная модель является моделью, нацеленной на приоритетное развитие конкурентных производств, ориентированных на внешние мировые и макрорегиональные рынки. Как указывает автор, в главных стимулирующих мероприятиях относятся те, которые направлены на развитие отраслей, конкурентных в мировых масштабах. По нашему мнению, этот подход, как и предыдущий, не предусматривает систематизацию участников взаимодействия. Также, следует отметить, что С.А. Головачев, как и некоторые исследователи, ограничивает экспортоориентированную модель исключительно сырьевым характером, указывая, что это характер обуславливает отрицательный эффект. По нашему мнению, сырьевой характер экспортной ориентации это один из этапов развития экспорта, который с временем может трансформироваться в более высокоэффективную форму экспортоориентированной модели.

П.Я. Дегтярев, И.В. Полосин [4] указывают, что экспортоориентированная модель экономического развития – это модель сырьевой экономики (неполного цикла), которая является не эффективной для государства, поскольку не позволяет создавать в региональной экономике мультипликативного эффекта,

который обеспечивал бы развитие внутреннего рынка. Указанный подход, по нашему мнению, не достаточно справедливо, поскольку авторы ограничиваются лишь сырьевым направлением, а более конкурентное направление, связанное с обрабатывающей промышленностью, которая для многих стран является экспортоориентированной, связывают с внутренней моделью экономического развития. Безусловно, что этот подход приемлем для тех национальных хозяйств, которые не ориентированы на массовое экспортное производство, а исторически экспортируют только сырье.

Как указывает С.Е. Сарсембекова [6], экспортноориентирована модель экономической политики – это модель управление политикой государства, направленная на достижения относительно высоких темпов экономического роста и эффективности производства путем выпуска такого ассортимента продукции, который имеет растущий спрос или имеет потенциальный спрос на мировом рынке. Автор справедливо отмечает, что эффективность реализации этой модели возможна при условии, если точно учитываются факторы и источники роста эффективности производств, верно определяются национальные сравнительные преимущества в конкурентной борьбе на мировых рынках, и то, каким образом они могут быть соотнесены с достигнутым уровнем экономического развития, в каких направлениях следует в перспективе усиливать свои конкурентные позиции. В целом, по мнению данного автора, целесообразно внедрять экспортоориентированную политику при обоснованном и верном определении «полуса (эффекта) роста» для экономики государства. По нашему мнению, представленный подход является достаточно приемлемым, хотя и сформулирован в обобщающем виде, поскольку не предусматривает роль всех участников модели, также не указан то, что каким образом государство управляет этой моделью.

Учитывая лучший научный опыт, нами было разработан и предложен авторский подход к трактовке сущности понятия «экспортоориентированная модель экономического развития», в частности – это модель развития сырьевых и (или) несырьевых отраслей экономики, нацеленная на их выход, содержание и повышение конкурентоспособности на мировых рынках, увеличение доходов государства от экспорта, которая достигается путем институционального влияния на создание благоприятных условий для национальных производителей-экспортеров в сфере налогообложения, инвестирования и регулирования предпринимательской деятельности.

Проведенное исследование позволило проанализировать эволюцию теорий экспортоориентированного развития. Было обнаружено, что эти теории нашли свою реализацию в экспортоориентированных моделях экономической политики стран. Рассмотрены особенности существования и классификации экспортоориентированных производств, определяют экспортный потенциал государства. Предложен авторский подход к трактовке сущности понятия «экспортоориентированная модель экономического развития». Дальнейшие научные разработки в этом направления могут быть определены отраслевыми особенностями экспортоориентированных производств.

Список литературы

1. Алиев, Б.Х. Промышленная политика и экономика. - М.: Экономика, 2000. - 103 с.
2. Ааматов, Б.М. Возможна ли в Кыргызстане экспортоориентированная модель экономики // Вестник Научной Библиотеки Кыргызского Национального Университета им. Ж.Баласагына. – 2013. - № 7. – С. 34-36.
3. Головачев, С.А. Интегрированный подход к промышленной и торговой политике в лесном комплексе в условиях экономической глобализации // Научный журнал «Власть и управление на востоке России». – 2012. - № 2(59). – С. 182-189
4. Дегтярев, П.Я., Полосин И.В. Новая модель регионального // Вестник Челябинского государственного университета. - 2010. - № 2 (183). - Экономика. Вып. 23. - С. 85–90
5. Дюмулен, И.И. Международная торговля. Экономика, политика, практика: монография. – М.: ВАВТ, 2010. - 448 с.
6. Сарсембекова, С.Е. Экспортоориентированные производства в системе мирохозяйственных связей: вопросы теории и практики: учеб. пособие. – Павлодар, 2004. - 108 с.
7. Спиридонова, Н.В. Теоретический анализ экономических систем: учеб. пособ. - СПб.: Питер, 2013. - 240 с.

Беляков Д.О. студент гр. **МО-62. ФБСО**
Науковий керівник: Остапчук Т.П., д.е.н., проф.,
зав. кафедри менеджменту і підприємництва
Державний університет «Житомирська політехніка»

ОПТИМІЗАЦІЯ ВИТРАТ НАФТОГАЗОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Розвиток галузі нафтопереробної промисловості є однією із пріоритетних напрямів вітчизняної економіки, визначених рядом наступних чинників, таких як: рівень енергетичної і як наслідок економічної безпеки і незалежності та джерело значних надходжень до державного бюджету. Ефективне управління нафтопереробним комплексом має стратегічне значення для державної економіки. Дослідження та аналіз сучасного стану нафтопереробного комплексу України, визначення перспективних напрямів розвитку галузі є актуальним завданням, щодо усунення існуючих негативних тенденцій.

Нафтопереробна промисловість є первинною ланкою у подальшому ціноутворенні і є стратегічно важливою для економічної стабільності країни в цілому. Тому, міністерством енергетики та захисту довкілля України на виконання пункту 127 Плану заходів реалізації етапу «Реформування енергетичного сектору (до 2020 року)» Енергетичної стратегії України на період до 2035 року «Безпека, енергоефективність, конкурентоспроможність», затвердженого розпорядженням Кабінету Міністрів України від 06.06.2018 № 497-р, розроблено концепцію розвитку газо- та нафтопереробної промисловості України до 2025 року, з метою вироблення системи державної політики і засад сприяння оптимізації й створення умов для розвитку газо- нафтопереробної галузі України, визначення цілей, пріоритетів і завдань.

Основною проблемою нафтопереробних підприємств є їх висока витратомісткість, що потребує розробки програм оптимізації існуючих витрат підприємств на усіх процесах господарської діяльності, від логістичних та виробничих процесів до документообігу та фінансових операцій.

Одним із напрямів оптимізації витрат, що доречно розглядати на рівні усієї галузі, є підвищення технологічного рівня підприємств та ведення інноваційної діяльності. Оптимізація витрат шляхом зменшення затрат на одиницю продукції, дає можливість підприємствам нафтопереробного комплексу отримати конкурентоспроможні позиції та враховуючи потенційну нафтопереробну спроможність вітчизняних підприємств в більшій мірі здійснити імпортозаміщення.

Сучасною умовою розвитку нафтопереробної промисловості є своєчасна адаптація до світових енергетичних змін та впровадження нових технологічних досягнень. Моніторинг сучасних тенденцій та перспектив розвитку даної галузі можна відобразити у двох основних напрямках:

- Розвиток виробничо-технічного устаткування, спрямований на покращення якості нафтопродуктів, її глибокої переробки, енергоефективності, екологічності, що відбувається шляхом реконструкції, модернізації та технічного переоснащення основних фондів.

- Розвиток сфери обслуговуючого та інформаційного забезпечення. Даний напрям характеризується впровадженням блокчейн технологій у газо-нафтову промисловість, використання смарт-контрактів та IoT технологій, які в сучасних концепціях модернізації галузі є взаємопов'язаними та спрямованими на покращення логістичних процесів, документообігу, розвитку екологічної безпечності.

Blockchain — це багатонаціональна і багаторівнева інформаційна технологія, призначена для надійного обліку різних активів. По суті, Blockchain — це нова організаційна парадигма для координації будь-якого виду людської діяльності»

Технологія блокчейн, в першу чергу, має спрямування на впровадження швидкого, контрольованого, незмінного та прозорого аудиту господарської діяльності, як на рівні одного підприємства так і всієї галузі, за рахунок попередньої домовленості. Таким чином, перспективність даного напрямку визначається можливістю отримання автоматично оновленої, незмінної інформації в єдиному інформаційному реєстрі, для своєчасного аналізу, прогнозування та можливості поточного планування, що виключає дублювання та помилковість даних і тим самим вивільняє задіяні раніше для цього ресурси.

Однак, на даний момент, якщо інноваційна діяльність спрямована на модернізацію технічного устаткування має практичне значення, то запровадження блокчейн технологій на теперішньому етапі його розвитку має здебільшого теоретичне обґрунтування і знаходиться на початкових стадіях впровадження у практичну діяльність.

Стратегічне планування інвестиційної діяльності у напрямку сучасних тенденцій розвитку нафтопереробної промисловості та ринкової економіки в цілому є важливим елементом результативності господарської діяльності і утримання конкурентоспроможних позицій при можливості оптимізації витрат господарської діяльності даних підприємств.

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ: КАТЕГОРІЇ ТА СУЧАСНІ ВИКЛИКИ¹

2020 рік став остаточним поштовхом до усвідомлення, що цифровізація – найважливіший фактор економічного зростання в сучасному світі. Адже пандемія, викликана вірусом SARS-CoV-2, змусила країни у лютому-березні 2020 р. зупинити майже всі offline-процеси. Натомість бізнес, особливо торгівля споживчими товарами, перенісся в digital-світ.

Законом України "Про електронну комерцію" [1] встановлено, що електронною комерцією є "відносини, спрямовані на отримання прибутку, що виникають під час вчинення правочинів щодо набуття, зміни або припинення цивільних прав та обов'язків, здійснені дистанційно з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем, внаслідок чого в учасників таких відносин виникають права та обов'язки майнового характеру". Іншими словами, електронна комерція, або e-commerce – це сфера економіки, коли торгівлі і фінансові операції проводяться в Інтернеті, тобто можна сказати, що це будь-яка транзакція, здійснена з електронного пристрою, підключеного до мережі. Залежно від того, хто є цільовою аудиторією та "продавцем", виокремлюють такі категорії онлайн-комерції:

B2B (business to business) – бізнес для бізнесу. Це відносини між юридичними особами. Компанії взаємодіють між собою, укладають угоди купівлі-продажу, постачання, надання послуг тощо. Для взаємодії контрагентів використовують онлайн-майданчики й інтерактивні бази даних;

B2C (business to consumer) – бізнес для споживача. У цьому разі юридичні особи продають товари й послуги фізособам. Простіше кажучи, це роздрібний продаж із задіянням онлайн-ресурсів – інтернет-магазинів, різноманітних електронних сервісів і банків;

B2G (business to government) – бізнес для уряду. Учасниками відносин є комерційні організації та держустанови – органи влади, місцевого самоврядування, комунальні заклади. Ця галузь передбачає проведення тендерів і державних закупівель, які в Україні здійснюють через систему Prozorro;

G2C (government to citizens) – уряд громадянам. Електронне урядування забезпечує доступність державної інформації для людей. За допомогою онлайн-сервісів відбувається комунікація держорганів і людей, сплата податків, штрафів, видача дозвільних документів. Ця галузь не є повністю комерційною;

C2C (consumer to consumer) – споживач + споживач. Цей вид e-commerce передбачає відносини між фізичними особами. В Україні такими послугами можливо скористатися за допомогою сайтів оголошень.

Аналітики заявляють, що індустрія електронної комерції стане найбільшим бенефіціаром пандемії коронавірусу. Очікується, що рівень проникнення, який наразі складає 15%, до 2025 року збільшиться до 25% (за даними MarketWatch). Однак через негативний вплив пандемії протягом наступних п'яти років прогнозується закриття 100 тис звичайних магазинів [2].

У квітні 2020 р. Red Points (технологічна компанія, яка спеціалізується на захисті цифрових активів і брендів, що продаються в Інтернеті) провела опитування 150 лідерів електронної комерції, щоб з'ясувати, що вони роблять в світлі COVID-19. Респонденти представляли компанії в 10 товарних категоріях. Розмір компанії і відсоток виручки від онлайн-продажів також варіювалися. Результати, які були отримані після опитування: 1) 58% респондентів побачили збільшення онлайн-доходів в березні 2020 р. порівняно з минулим роком; 2) 72% просувають рекламні акції і стимули для захисту доходів в Інтернеті; 3) 41% відзначили зростання кіберзлочинності і 68% сказали, що боротьба з кіберзлочинністю дуже важлива для їхнього бізнесу; 4) 59% хочуть інвестувати більше в канали електронної комерції в результаті COVID-19; 5) медичні компанії, споживча електроніка та іграшки/настільні ігри найбільше цінують захист бренду [3].

Список використаних джерел

1. Закон України «Про електронну комерцію» від 3.09.2015 р. № 675-VIII. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19> (дата звернення 21.10.2020 р.).

2. Research Report via Market Growth Reports. URL : <https://www.marketwatch.com/press-release/cross-border-e-commerce-market-size-and-growth-manufacturers-and-future-advancements-analysis-2020-2025-research-report-via-market-growth-reports-2020-07-20> (дата звернення 21.10.2020).

3. Андрощук Г. COVID-19: вплив на електронну комерцію. *Юридична Газета*. 2020. URL : <https://yur-gazeta.com/publications/practice/medichne-pravo-farmaceutika/covid19-vpliv-na-elektronnu-komerciyu.html> (дата звернення 21.10.2020).

¹ Публікація містить результати досліджень, проведених за держбюджетною науково-дослідною темою «Розроблення механізму комерціалізації інноваційної продукції» (0118U003572).

Бірюченко С.Ю., к.е.н., ст. викладач
кафедри менеджменту і підприємництва
Орлов І.В., к.е.н., доцент
Державний університет «Житомирська політехніка»

ОСОБЛИВОСТІ ПЛАНУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Соціальне підприємництво на сьогодні є одним зі специфічних видів підприємницької діяльності, що спрямований на задоволення як соціальних так і комерційних цілей. Ідея вирішувати соціальні проблеми підприємницькими методами набула популярності по всій Європі та наразі завойовує увагу українського суспільства. Особливої актуальності вона набуває на тлі багатьох соціально-економічних проблем, які потребують негайного вирішення, таких як: дефіцит фінансових ресурсів держави; інтенсивна інфляція; низький рівень заробітної плати, пенсій, соціальної допомоги; військові дії на сході країни; поява значної кількості вразливих категорій населення; зростання соціальної асиметрії; збільшення ризиків соціальних конфліктів тощо.

Однак, більшість підприємців недооцінюють можливості ефективного функціонування у соціальній сфері вважаючи її збитковою та безперспективною, обмежені в інформаційному просторі щодо даного напрямку, не мають достатнього рівня знань стосовно обґрунтування власної бізнес-ідеї у конкретній формі, що є наслідком нехтування планування підприємницької діяльності даного виду.

В практиці підприємницької діяльності планування виступає таким же інструментом господарювання як маркетинг, фінансовий менеджмент, управління персоналом тощо – всі, які мають творчий характер. Планування є процесом, у якому підприємець намагається передбачити майбутнє функціонування власного бізнесу від його створення до функціонування.

Плануючи створення соціального підприємства, потрібно пам'ятати про потрійний результат діяльності (PPP – Profit, People, Planet): Profit – отримання прибутку – економічна доцільність діяльності, яка дозволяє отримувати власні ресурси і бути незалежними; People – соціальний складник – підтримка місцевої спільноти, працевлаштування людей із вразливих груп населення, вирішення соціальних проблем, фінансування соціальних проектів тощо; Planet – відповідальність за довкілля – зменшення вуглецевих викидів, використання сучасних технологій (енергозбереження), дбайливе використання природних ресурсів, захист тварин та об'єктів природного середовища, екологічна освіта тощо.

Виділяють три шляхи, з яких розпочинається планування комерційного підприємства: наявність бізнес-ідеї; визначена цільової аудиторії та сегментація ринку; та фінансове забезпечення. У випадку соціального підприємства на додаток до вказаних трьох компонентів необхідно додати мотивацію для вирішення певної проблеми, наприклад проблема місцевого безробіття, коли існуючих можливостей недостатньо, а нові послуги не є доступними.

Завданням планування є перевірка фінансової доцільності та соціальної спрямованості майбутнього підприємства. Планування здійснюється постійно і є основою в управлінні соціальним підприємством. Раз у рік команда соціального підприємства проводить аналіз діяльності, який допомагає у плануванні на наступний період.

Планування соціального підприємства можна поділити на стратегічне (більше 5 років) та поточне (здійснюється на період від 3-ох до 5-и років, та визначає необхідні практичні кроки для досягнення запланованих цілей). Поточне планування розбивається на річні періоди з фінансовою інформацією за один рік. Результатом відповідного виду планування є стратегічний та поточний план соціального підприємства відповідно.

Процес планування є послідовним, у якому застосовується логічний підхід крок за кроком:

1. Генерування власної бізнес-ідеї та визначення соціальної цінності.
2. Визначення команди однодумців.
3. Вивчення ринку та планування сегменту.
4. Визначення необхідного фінансового забезпечення та планування грошових потоків, розподіл їх на соціальні та комерційні цілі.
6. Побудова соціального плану та його корегування з результатами роботи.

Отже, особливостями планування соціальної підприємницької діяльності можна вважати наступне:

- специфіка планування соціального підприємства головним чином обумовлена необхідністю встановлення та підтримання балансу між його соціальною та бізнес-діяльністю;
- процес планування залежить від типу соціального підприємства та джерел фінансового забезпечення;
- плани коригуються залежно від обсягів фінансових ресурсів, які підприємство може спрямувати на реалізацію соціальних цілей.

Таким чином, соціальне планування підприємницької діяльності – це процес розвитку соціальної сфери в симбіозі з досягненням комерційного результату, подолання різноманітних соціальних проблем на рівні бізнесу.

**Бунько С.А., канд .экон. наук,
заместитель декана экономического факультета
Брестский государственный технический университет**

РЕАЛИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ ОТХОДАМИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Особенностью современного мироустройства является его взаимосвязанность, страны все более зависят от последствий деятельности друг друга. Чрезвычайно важным является осознание необходимости всеобщего партнерства во имя достижения общих целей. Это составляет представления об устойчивом развитии: принятия на себя обязательств по обеспечению безопасного и процветающего будущего. Достижение этой цели, несомненно, обуславливается согласованием ранее существующих отдельно видов деятельности по решению проблем окружающей среды и по стимулированию экономического развития. Это означает, что любая экономическая деятельность должна учитывать не только получаемый эффект, но и полную нагрузку, создаваемую при этом на природу.

Формулировки, предложенные законодательством ЕС, предоставляют каждой стране право иметь свое определение отходов. Этим объясняются различия в учете формирования отходов, что приводит к затруднениям в сравнениях. Так, в некоторых странах к твердым бытовым отходам относят отходы, образующиеся только в домашних хозяйствах. В Республике Беларусь согласно законодательству в области обращения с отходами, выделяют две группы отходов в зависимости от источника их происхождения:

- образующиеся в результате экономической деятельности, направленной на обеспечение жизнедеятельности человека (коммунальные отходы производства);
- образующиеся в результате жизнедеятельности человека, не связанной с осуществлением экономической деятельности (коммунальные отходы потребления) [1].

Статистические данные показывают, что общее количество образующихся отходов растет в каждой стране. Беларусь не является исключением, в 2019 году количество твердых коммунальных отходов на душу населения превысило 400 кг и составляет 401,9 кг (рисунок 1) или 1,1 кг/чел. в день, что соответствует величине, характерной для стран Евросоюза (0,85–1,7 кг/чел. в день).

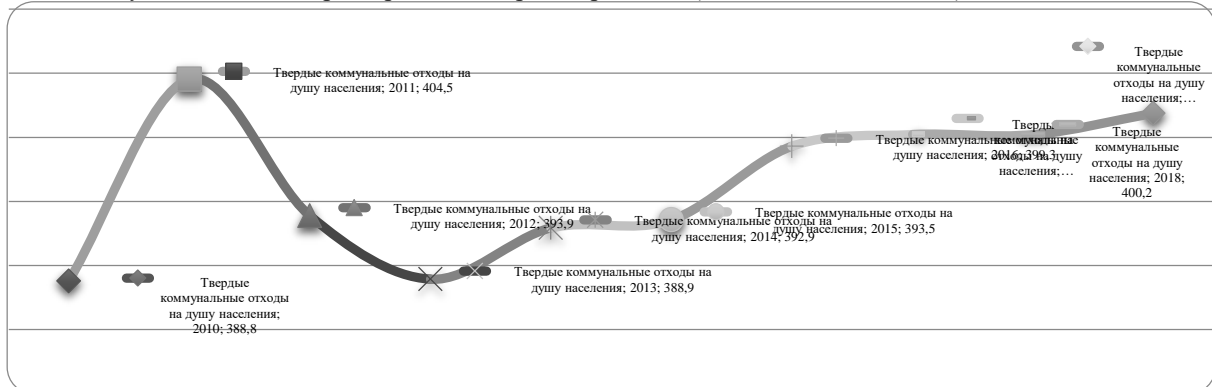


Рисунок 1 – Динамика формирования твердых коммунальных отходов на душу населения, кг.

Источник: собственная разработка на основе [1]

На рисунке 2 видно, что в Беларуси наблюдается постоянный рост и среднедушевых отходов производства, в 2019 году их уровень достиг 6460 кг/чел в год.

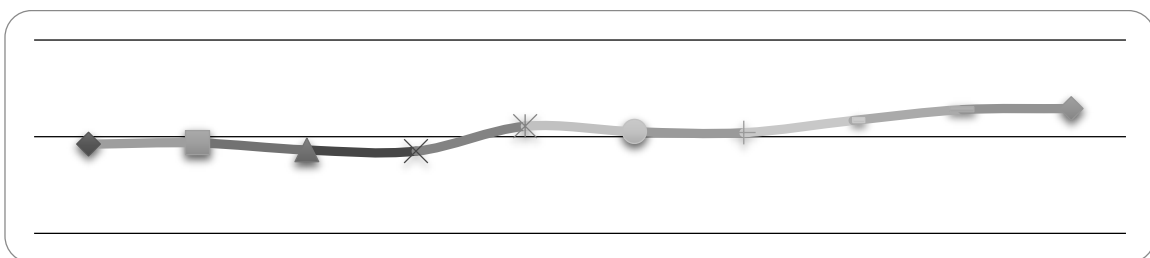


Рисунок 2 – Динамика формирования отходов производства на душу населения, кг.

Источник: собственная разработка на основе [1]

С увеличением объемов отходов все более актуальной становится проблема их переработки. В Беларуси этой проблеме уделяется пристальное внимание, за последние годы, объем переработки увеличился более чем в два раза и составляет порядка 20-25%. Помимо проблемы роста объемов отходов производства и потребления, остро стоит проблема отходов, которые невозможно или крайне затруднительно перерабатывать. Таким образом, в данной сфере перед государствами стоят две задачи: снижение количества вырабатываемых отходов и снижение доли отходов, не подлежащих переработке.

Одним из самых актуальных на сегодняшний момент направлений решения проблем управления отходами является сокращение отходов полимерной упаковки и одноразовой посуды. Так, в Евросоюзе первая Директива Европейского Парламента и Совета Европейского Союза об упаковке и отходах от упаковки, целью которой была гармонизация национальных мер по сокращению воздействия упаковки и ее отходов на окружающую среду, была принята еще в 1994 году. Эти процессы получили развитие и привели к тому, что в 2019 году Европейским Парламентом был принят закон о запрете производства и реализации на территории ЕС отдельных видов пластиковых изделий одноразового использования. Этот документ носит рамочный характер, то есть предоставляет каждой стране право применять целесообразные, с их точки зрения, инструменты для реализации целей, заявленных в данном документе. Например, анализ мер, используемых в различных странах для снижения объемов использования полиэтиленовых пакетов, позволил выделить следующие их виды:

- введение налога на бесплатное предоставление полиэтиленовых пакетов в магазинах;
- повышение цены полиэтиленовых пакетов;
- предоставление альтернативы выбора упаковки, в качестве которых могут выступать биоразлагаемые пакеты, бумажные пакеты тканевые сумки, и т.д.;
- использование маркетинговых коммуникаций с целью распространения информации о вреде, который они наносят экологии и экологизации мышления населения в целом;
- полный запрет на использование полиэтиленовых пакетов.

В Беларуси, по данным Республиканского научно-исследовательского УП «БелНИЦ «Экология», перерабатывают до 90% образующихся на предприятиях пластиковых отходов. Однако, что касается отходов, образующихся от жизнедеятельности граждан, точных сведений по их количеству и объемам их переработки пока нет. Но остроту проблемы можно оценить по следующим данным: по итогам 2018 года объем отходов составил порядка 60 млн. тонн, тогда как совокупная мощность предприятий, которые их перерабатывают, не превышает 13,7 млн. тонн в год [2]. Кроме того, в Беларуси производится ежемесячно более 700 тонн полиэтиленовых пакетов в месяц, из них 210 тонн – фасовочные, которые не поддаются переработке.

В 2020 году Советом Министров Республики Беларусь было принято Постановление, в котором прописаны меры на 2020–2023 гг. по поэтапному снижению использования полимерной упаковки. Среди них хотелось бы отметить следующие:

- внедрение депозитной системы обращения потребительской упаковки;
- определение перечня одноразовой пластиковой посуды, использование и продажа которой будут запрещены в объектах общественного питания;
- стимулирование производства биоразлагаемой упаковки;
- применение новых видов компенсаций: так, на компенсацию смогут рассчитывать производители, использующие в производстве продукции, предназначенной для реализации в Беларуси, экоупаковку, которая производится в республике с использованием не менее 30% собранных здесь вторичных материальных ресурсов [3].

Как видим, планируемые меры созвучны мерам, предпринимаемым для решения подобных проблем в Евросоюзе. Однако представляется целесообразным большее использование коммуникационных ресурсов на формирование экологического мышления как населения, так и повышения экологической ответственности бизнеса.

Список использованных источников

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/makroekonomika-i-okruzhayushchaya-sreda/okruzhayushchaya-sreda/sovместnaya-sistema-ekologicheskoi-informatsii2/i-othody/i-1-obrazovanie-othodov/>. – Дата доступа : 12.10.2020.
2. «Zero Waste настоящее и будущее пластика». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rlst.org.by/2019/11/20/zero-waste-nastoyashhee-i-budushhee-plastika/> – Дата доступа : 14.10.2020.
3. О поэтапном снижении использования полимерной упаковки : постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 13 янв. 2020 г. № 7 // КонсультантПлюс : Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2020.

**Власюк О.В., магістрант, гр. ПВМ-4, ФБСО
Науковий керівник: Денисюк О.Г.к.е.н., доц.,
проректор з науково-педагогічної роботи
та молодіжної політики**

Державний університет «Житомирська політехніка»

ОСОБЛИВОСТІ ВСТАНОВЛЕННЯ ЦІН НА МЕДИЧНІ ПОСЛУГИ ПІДПРИЄМСТВ ГАЛУЗІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

Як відомо, ціна – найважливіший критерій щодо прийняття споживчих рішень. Суть цінової політики полягає у встановленні оптимальних цін на товари, управління ними залежно від попиту на ринку, щоб досягти запланованого обсягу реалізації продукції та прибутку підприємства. Ціна та якість медичних послуг є обличчям медичного закладу. Розроблення цінової політики є кроком до ефективного ціноутворення. Нижче наведемо основні елементи, на які варто звернути увагу при встановленні ціни на медичні послуги конкретного медичного закладу для того, щоб ціна послуг була помічником медичного закладу в процесі досягнення його стратегічних цілей.

Досліджуючи та аналізуючи різні джерела щодо даної теми, звернемо увагу на те, що автори приділяють значну кількість наукових робіт саме процесу формування цінової політики. Найчастіше виділяють наступну послідовність формування ціноутворення:

- 1) встановлення цілей та завдань ціноутворення;
- 2) визначення попиту на продукцію;
- 3) оцінка витрат;
- 4) аналіз цін на товари конкурентів;
- 5) вибір методу ціноутворення;
- 6) встановлення остаточної ціни на продукцію.

Але незважаючи на стандартний перелік кроків та дій, вважаємо, що саме на останньому етапі реалізується перелік компетенцій та дій, які й здатні збільшити прибуток та забезпечити успіх підприємства на ринку. При формуванні кінцевої ціни необхідним є створення індивідуальної структури, яка буде ефективною та доцільною саме для специфіки діяльності окремого підприємства.

Ціна може бути як фактором успіху, так і причиною провалу. З огляду на сприйняття ціни, виділяються два окремих поняття: ціна та цінність. Ціна – це грошовий вимір цінності продукту (товару, ресурсу) чи послуги в процесі обміну. Цінність – це сприйнята покупцем (споживачем) користь або результативність продукту чи послуги. Так само, пацієнт, який сплачує за медичні послуги бажає, щоб якість та обсяг послуги відповідали її вартості, щоб номінальна ціна була, принаймні, не вища за реальну, а цінність була не нижчою за ціну.

Власне, ціна товару чи послуги є проявом цінової політики будь-якої компанії. Процесу розроблення цінової стратегії слід приділяти особливу увагу, її результатом буде ціна, яка, в сукупності із якістю товару чи послуги, представлятиме обличчя компанії на ринку. Тож розглянемо основні фактори споживчої оцінки.

Цінові очікування. На цінові очікування пацієнтів значний вплив мають поточні ціни на немедичні послуги, споживання яких є невід'ємною частиною повсякденного життя. Наприклад, середньостатистичний пацієнт очікує, що вартість медичного обслуговування буде відповідати рівню доходів населення в регіоні його проживання. Власне, з цим пов'язане диференціювання цін на одну й ту ж послугу в областях/містах України.

Цінове сприйняття. Вище ми вже зазначали даний фактор. Важливо встановити на послугу таку ціну, яка б не викликала у пацієнта відчуття невідповідності якості та ціни. При цьому, варто враховувати, що у випадку із наданням медичних послуг, поняття якості для пацієнта включає цілу низку показників як медичних, так і сервісних.

Довіра до цін. Діапазон довіри визначаються психологічними бар'єрами споживачів. Встановлення низьких цін викликає сумніви в якості товару чи послуги, занадто високі ціни викликають сумнів споживачів в покупці. Принципи формування довіри до цін в медичній галузі відрізняються кардинально. Пацієнт, у якого відсутня можливість придбати більш дороге медичне обслуговування, погоджується на більш дешеве лікування навіть розуміючи, що якість дешевого лікування може бути нижчою. В той же час, висока вартість медичного обслуговування, що пов'язане із складними клінічними випадками, інноваційними та науковими розробками, залученням спеціалістів високої кваліфікації, повністю приймається пацієнтом, і в даному випадку ціна приймає вторинну роль в процесі вибору медичного закладу для лікування.

Задоволеність цінами – найбільш нестійка категорія, особливо відносно цін в медицині. Задоволеність ціною варто розглядати як прямий показник задоволеності пацієнта наданим йому медичним

обслуговуванням (в більшій мірі – результатом лікування). Звертаючись до закладу медицини, пацієнт, скоріш за все, підозрює або завідомо знає про проблеми в його здоров'ї. Тому в процесі лікування пріоритети пацієнта, звичайно, зміщуються в бік отримання результату від лікування, а не пошуку дешевшої послуги. З іншого боку, у випадку відсутності позитивного результату лікування (на думку самого пацієнта) незадоволеність вартістю лікування проявиться, скоріше за все.

Ціновий імідж. Поняття «ціновий імідж» визначається як образ компанії, який сформований у споживача, виходячи із рівня її цін, а саме, чи сприймають споживачі компанію як постачальника товарів чи послуг, наприклад, за низьким цінами або дорогих/елітних товарів чи послуг. Ціновий імідж медичного закладу, як правило, формується ще на етапі розроблення концепції. Ціновий імідж має досить значний вплив на залучення нових пацієнтів в рамках обраного цінового сегменту. Але, варто брати до уваги, що отримавши якісне обслуговування в медичному центрі, пацієнт, в більшості випадків, не буде в подальшому скеровуватися даним фактором (ціновий імідж) у його відносинах із медичним закладом. В процесі «утримання пацієнта» більш вагомою являється якість медичного обслуговування.

Тож визначення цінової політики є однією з найважливіших завдань, що стоять перед будь-яким підприємством. Процес поетапного формування ціни є першим кроком до ефективності цінової політики підприємства. На останок вважаємо за потрібне ще раз зауважити, що встановлюючи ціну на медичні послуги (медичне обслуговування) слід керуватися поняттям «цінності послуги для пацієнта». Початкова причина звернення пацієнта до закладу медицини є отримання позитивного результату лікування та обслуговування на високому рівні. Пацієнту, як і іншому споживачу, важливо розуміти, за що він сплачує.

Отже, аналізуючи стан ринку галузі охорони здоров'я, купівельну спроможність споживачів, зміни у ціновій політиці конкурентів, можливі майбутні ризики при розробці цінової політики – підприємство досягне успіху. Вдала стратегія щодо цін – це збільшення обсягу загального прибутку, високий попит на продукцію і послуги та підвищення ефективності діяльності підприємства.

Список використаних літературних джерел

1. Данько В. В. Удосконалення системи управління закладами охорони здоров'я на інноваційних засадах / В. В. Данько // Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія : Економіка і управління. - 2019. - Т. 30(69), № 2. - С. 102-110. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/UZTNU_econ_2019_30\(69\)_2_22](http://nbuv.gov.ua/UJRN/UZTNU_econ_2019_30(69)_2_22).

2. Журавель В. І. Системний менеджмент змін охорони здоров'я України: умови, вимоги, стан, тенденції / В. І. Журавель, Т. Ю. Ткачук, В. В. Журавель // Актуальні проблеми клінічної та профілактичної медицини. - 2019. - Т. 3, № 1-2. - С. 20-28. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/akprkl_2019_3_1-2_5.

3. Коломієць О. О. Система охорони здоров'я в Україні: недоліки організації та ризики реформування / О. О. Коломієць // Економічний вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут". - 2018. - № 15. - С. 18-27. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evntukpi_2018_15_5.

4. Шведа Ю. І. Вплив конкуренції на ефективність системи охорони здоров'я України / Ю. І. Шведа // Ефективність державного управління. - 2018. - Вип. 3. - С. 169-180. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efdu_2018_3_15.

Гайдаєнко Т.М., магістрант
Науковий керівник: Ткачук Г.Ю., к.е.н., доц.,
кафедри менеджменту і підприємництва
Державного університету «Житомирська політехніка»

ВИКОРСИТАННЯ МАТРИЧНОГО МЕТОДУ ВИЗНАЧЕННЯ ПРАВ, ПОВНОВАЖЕНЬ ТА ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ ВІДДІЛУ МАРКЕТИНГУ

Необхідність здійснення підприємством маркетингової політики не викликає сумнівів за сучасних умов господарювання, адже знання свого споживача та умов, на яких підприємство може представити йому товар в найкращий спосіб є необхідним інформаційним ресурсом для досягнення прибуткової діяльності на ринку. Саме тому, для налагодження маркетингової діяльності на найвищому рівні на невеликому підприємстві, з метою уникнення зон відповідальності та дублювання обов'язків різними працівниками відділу слід використовувати матричний метод визначення прав, повноважень і відповідальностей між співробітниками відділу маркетингу при виконанні різних маркетингових функцій табл. 1.

Таблиця 1

Розподіл завдань, прав і відповідальності в системі управління маркетингом на ТОВ «Галактик»

Маркетингові функції	Генеральний директор	Маркетолог 1	Маркетолог 2
Маркетингові дослідження		Р	П, В
Дослідження ринку енергозберігаючих технологій		Р	П, В
Вивчення споживачів		Р	П, В
Вивчення конкурентів		Р	П, В
Вибір цільових ринків		Р	П, В
Визначення асортименту продукції	Р	П, І	У
Визначення цін	Р		У
Оцінка каналів збуту		Р	У
Укладання договорів з кінцевими споживачами		Р	П, В
Доставка товарів покупцям		Р	П, В
Організація рекламної діяльності		Р	У
Організація заходів щодо стимулювання збуту		Р	У
Організація зв'язків з громадськістю		Р	У
Аналіз результатів діяльності підприємства		Р	П, В
Аналіз ефективності маркетингової діяльності		Р	П, В
Розробка оперативних планів маркетингу		Р, В	П, У
Контроль маркетингу	Р	П, В	У

Серед основних завдань фахівців відділу маркетингу в сфері маркетингової політики підприємства виділимо: розробку короткострокової, середньострокової і довгострокової стратегії маркетингу; дослідження факторів, що визначають структуру і динаміку споживчого попиту на продукцію підприємства; дослідження споживчих властивостей виробленої продукції і висунутих до неї вимог з боку споживачів; дослідження споживчих властивостей виробленої продукції і збір інформації про задоволення ними покупців; аналіз відповідності продукції, що випускається потребам покупців; підготовка пропозицій щодо залучення сторонніх організацій по вирішенню проблем маркетингу, вивчення попиту на продукцію; виявлення системи взаємозв'язку між різними факторами, впливають на стан ринку й обсяг продажів; збір, систематизація та аналіз усієї комерційно-економічної інформації про потенційних ринках збуту продукції підприємства; розробка стратегії реклами по кожному товару і плану проведення рекламної кампанії; забезпечення зовнішньої реклами; організація участі підприємства у виставках.

На перетині вертикальних і горизонтальних ліній, за допомогою символів, вказані управлінські дії, за допомогою яких реалізуються права і обов'язки: Р - прийняття рішення (на основі підготовчої інформації); П - підготовка рішення; У - участь в підготовці рішень; В - виконання рішення.

Звідси видно, що маркетинговий відділ маж працювати злагоджено на основі положення про відділ із чітким розподілом завдань, прав і відповідальності в системі управління маркетингом.

Гаюров Хаким Шарифович
кандидат физико-математических наук, доцент
Тошматова Мунира Далиловна
кандидат экономических наук, доцент
Таджикский государственный университет права,
бизнеса и политики

РОЛЬ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Определение предпринимательской деятельности с точки зрения закона дано во 2 статье Гражданского Кодекса РФ. В соответствии с данной статьей предпринимательской является самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке.

Таким образом, предпринимательской деятельности присущие следующие характерные признаки:

- самостоятельность;
- рисковый характер деятельности;
- направленность на систематическое получение прибыли;
- регистрация осуществляемой деятельности в установленном законом порядке.

В соответствии с Федеральным законом «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 N 209-ФЗ субъектами малого предпринимательства (СМП) считаются зарегистрированные в соответствии с законодательством РФ и соответствующие условиям, установленным ч. 1.1 ст. 4 этого закона, хозяйственные общества, хозяйственные партнерства, производственные кооперативы, потребительские кооперативы, крестьянские (фермерские) хозяйства и индивидуальные предприниматели. Среднесписочная численность работников за предшествующий календарный год не должна превышать 100 человек для малых предприятий; для микропредприятий, выделяемых среди малых, - до 15 человек [3].

Малые предприятия играют важную роль в социально- экономическом развитии страны, влияют на ускорение научно- технического прогресса, на насыщение рынка товарами необходимого качества. Другими словами, малое предпринимательство способствует решению многих актуальных для государства экономических, социальных и прочих проблем. Большинство специалистов сходятся во мнении, что именно уровень развития малого предпринимательства в стране определяет то, насколько легко она может приспосабливаться к меняющейся экономической обстановке.

Развитие малого предпринимательства способствует оздоровлению экономики и успешному решению ряда проблем. Среди них можно выделить:

- развитие конкурентной среды;
- повышение качества товаров, работ, услуг, насыщение рынка конкурентоспособной продукцией;
- приближение производства товаров и услуг к конкретным
- содействие структурной перестройке экономики;
- привлечение личных средств населения для развития производства;
- создание дополнительных рабочих мест, сокращение уровня безработицы;
- более эффективное использование творческих способностей людей, раскрытие их талантов;
- вовлечение в трудовую деятельность социально уязвимых групп населения (женщин, учащихся, инвалидов, пенсионеров и др.);
- формирование социального слоя собственников;
- активизация научно-технического прогресса;
- освоение и использование местных источников сырья и отходов крупных производств;
- содействие улучшению деятельности крупных предприятий путем изготовления и поставки комплектующих изделий и оснастки.

Сектор малого предпринимательства – необходимый элемент развитой хозяйственной системы. Экономика и общество не смогут нормально существовать и активно развиваться без наличия сектора малого предпринимательства. Крупный бизнес в большинстве своем отражает экономическую и техническую мощь страны. Средний бизнес также оказывает влияние на развитие национального рынка, его можно назвать связующим звеном крупного бизнеса, малых предприятий и потребителя. Но именно в секторе малого предпринимательства создается и циркулирует основная масса национальных ресурсов, которые являются питательной средой для среднего и крупного бизнеса.

Секція 1. Сучасні моделі ефективного бізнесу підприємств

Для решения проблем, препятствующим развитию малого предпринимательства, были предложены мероприятия по совершенствованию государственной программы поддержки и развития малых предприятий:

- увеличение максимального объема кредита, предоставляемого «Фондом содействия кредитования малого и среднего бизнеса» для малых предприятий, с 3 до 5 млн. руб., а максимальный срок погашения кредита увеличить с 24 до 36 месяцев;
- смягчение требования, по которому получатель поддержки в виде поручительства «Фонда содействия кредитования малого и среднего бизнеса» должен осуществлять хозяйственную деятельность не менее 3 месяцев, до срока в 1 месяц для упрощения доступа к получению поддержки начинающими малыми предприятиями;
- организация биржи деловых контактов и на ее базе помощи в налаживании контактов, организации встреч, проведении эффективного нетворкинга, привлечении инвесторов для инновационных, обрабатывающих и производственных малых предприятий;
- содействие сотрудничеству крупных фирм с малыми производственными, инновационными предприятиями;
- снижение административных барьеров путем привлечения представителей малого предпринимательства для участия в разработке новых и экспертизе уже существующих НПЛ, регламентирующих надзор и контроль;
- введение дополнительного индикатора эффективности отдельного мероприятия по организации проведения ОРВ НПА;
- повышение осведомленности СМП о существующих государственных программах предоставления поддержки с помощью продвижения аккаунта ЦРПП в популярных социальных сетях, организации ежемесячной рассылки по электронной почте, реклама мероприятий господдержки СМП в различных объектах инфраструктуры развития бизнеса, а также ВУЗах.

Список литературы

1. Мартынович В.И., Найденов В.И. Развитие малого предпринимательства России в современных условиях // Вестник СГСЭУ. – 2016. - №3. – С. 51-56.
2. Саркисова Р. А. Роль малого бизнеса в условиях глобализации мировой экономики // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2017. – Т. 4. – С. 369–374.
3. Фролова Е.А. Развитие малого бизнеса как резерв экономического роста России // Актуальные проблемы управления: теория и практика. – 2016. – С. 186-190.

Грабовська Н.В.
Науковий керівник: Шепетюк Л.В, голова циклової комісії
економіки та організації виробництва
Гусятинський коледж ТНТУ імені Івана Пулюя

РОЗВИТОК МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ

Малий бізнес є провідним сектором ринкової економіки та позитивно впливає на формування конкурентного середовища та задоволення потреб споживачів. Але несприятлива економічна ситуація, що склалася в Україні в умовах пандемії, істотно обмежує можливості малого бізнесу, не дозволяючи йому нормально розвиватися. Враховуючи останні події, можна зазначити, що багато малих підприємств не змогли ефективно здійснювати виробничу діяльність в умовах карантину так і не змогли отримати заплановані прибутки. Через відсутність додаткових фінансових ресурсів і доступу до нових ринків сировини і матеріалів, вони не можуть відчутно покращити якість продукції, а відповідно конкурувати у ринковому середовищі.

У сучасних умовах ефективний розвиток економіки громади, збільшення надходжень до бюджетів всіх рівнів, а також вирішення соціальних проблем, у тому числі зменшення безробіття, підвищення життєвого рівня людей – здебільшого залежить від діяльності суб'єктів підприємництва. На сьогодні соціально-економічна ситуація в Тернопільській області характеризується продовженням спаду виробництва, зниженням інвестиційної активності, обмеженістю та нераціональним використанням фінансових, енергетичних та матеріально-сировинних ресурсів, зростанням безробіття та зниженням життєвого рівня населення. За інформацією Державної служби статистики України, на кінець 2019 року в Тернопільській області налічується 5 092 підприємства. Більшість із них – це малі підприємства – 4 782, крім того 307 – середні й 3 – великі. Найбільша кількість малих підприємств належить до сільського, лісового та рибного господарства – 1 029, до оптової та роздрібної торгівлі, ремонту автотранспорту – 919, до промисловості – 765, до операцій із нерухомим майном – 527, до будівництва – 387. Часопис «Forbes Україна» опублікував рейтинг українських міст, які є найсприятливішими для ведення бізнесу. Очолив список 38 українських міст - Івано-Франківськ, на другій сходинці опинилися Вінниця, а Львів посів третє місце. Київ опинився на четвертому місці, а Тернопіль замикає чільну п'ятірку. Обсяг реалізованої продукції (товарів і послуг) підприємствами Тернопільської області в листопаді 2019 року складає 71210819,2 тис. грн. Серед районів області цей показник найвищий у Тернопільському (8032550,9 тис. грн), Гусятинському (4059659,0 тис. грн) та Теребовлянському (3526242,8 тис. грн) районах. Дохідна частина обласного бюджету на 2019 рік становить 6 193 955 700 грн, а видатки – 6 192 575 510 грн. Основну частку валового доходу (більше ніж половину) забезпечує сільське господарство; у промисловості 40 % належить переробній галузі. Також можна сказати, що розвиток малого підприємництва в області гальмується низкою причин правового, фінансового, адміністративного, інформаційного та соціально-психологічного характеру. Великих збитків малі підприємства нашого регіону зазнало від запровадження карантину внаслідок COVID-19. Так, за даними Спільки українських підприємців України у кризовий березень 2020 року збанкрутіли і закрили свій бізнес приблизно 6% суб'єктів малого підприємництва. Частина власників бізнесу (переважно мікро-), заявляють про падіння доходів на 90-100% за березень - квітень 2020 року. Ці ж підприємці вже звільнили до 50% штату співробітників. Власники малого та середнього бізнесу фіксують зменшення доходів на 25-50%.

Тому формування сприятливого підприємницького середовища повинно бути одним із головних завдань діяльності громад, що постійно вимагає удосконалення функцій управління та узгодження спільних дій місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування з питань реалізації державної політики у сфері підприємництва на регіональному рівні. Для того, щоб покращити ситуацію потрібно органам місцевого самоврядування на місцях усувати основні перешкоди на шляху розвитку малого бізнесу. Але фінансова спроможність більшої частини територіальних громад нашої області залишається низькою. Брак професійних знань та досвіду у підприємців, відсутність знань щодо здійснення маркетингу і сучасного менеджменту для організації виробництва і збуту продукції та пасивності щодо набуття таких знань, що у свою чергу негативно впливає на структуру малого і середнього підприємництва, яке тяжіє до торгово-посередницької діяльності, а не до виробництва.

Оскільки основною складовою бюджету ОТГ є податки, які сплачують суб'єкти малого підприємництва, то для них краще, аби їх було більше і більше реалізували свою продукцію. Адже тоді вони матимуть кошти на ремонт доріг, покращення закладів освіти, на будівництво і покращення інфраструктури міста, культурний розвиток жителів та охорону здоров'я. Своєю діяльністю малі підприємства не тільки збільшують бюджет ОТГ, а й і держави, також запровадять нові робочі місця, які частково знизять рівень міграції, покращать економічне становище співмешканців громади, збільшать пропозицію на ринку певної продукції чи послуг і власники отримують прибуток. Тому для об'єднаних

Секція 1. Сучасні моделі ефективного бізнесу підприємств

територіальних громад потрібно всіма можливими способами підтримувати розвиток малих підприємств, робити все можливе аби вони удосконалювалися і розвивалися, збільшуючи при цьому обсяги продукції та її реалізацію на ринку збуту. Таким чином, об'єднані територіальні громади повинні:

- сприяти дотриманню умов для розвитку добросовісної конкуренції у сфері малого та середнього бізнесу, створення умов для підвищення якості та конкурентоспроможності продукції суб'єктів підприємницької діяльності;

- стимулювати розвитку малого та середнього підприємництва, зокрема у сфері «зеленого туризму»;

- здійснювати підтримку представників малого і середнього бізнесу, зайнятих у сфері виробництва сільськогосподарської продукції, а саме фермерської ініціативи.

Об'єднані зусилля територіальних громад та малих підприємств забезпечать поліпшення економічних показників господарської діяльності малого та середнього бізнесу, збережуть робочі місця та відкриють нові, будуть наповнювати бюджетів територій та сприятимуть підвищенню активності і впливу цього сектору економіки на процес становлення громадського суспільства.

Список використаних джерел

1. Козоріз М. А. Напрями модернізації механізмів реалізації державної політики регіонального розвитку в Україні / М. А. Козоріз // Регіональна економіка. – 2013. – № 2. – С. 52-61.

2. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>

3. Пухир С. Т. Інституційне забезпечення формування та реалізації державної регіональної політики в Україні / С. Т. Пухир // Регіональна економіка. – 2014. – № 2. – С. 17-26.

4. Кількість підприємств за видами економічної діяльності з розподілом на великі, середні, малі та мікропідприємства у 2019 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.te.ukrstat.gov.ua/files/SZE/DP1.htm> – Назва з екрана.

5. Політична карта Тернопільської області [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.opora.ua.org/article/vybory/parlamentski-vybory/political_map19/19646-politichna-karta-ternopils-koyi-oblasti – Назва з екрана.

**Денисюк О.Г., к.е.н., доц.,
проректор з науково-педагогічної роботи
та молодіжної політики**

Державний університет «Житомирська політехніка»

КОМПЛЕКСНА ОЦІНКА ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Функціонування підприємств як відкритих економічних систем характеризується надмірною складністю та багатогранністю явищ і потребує дослідження значної кількості показників. Кожний показник системи має самостійне значення і водночас є складовою узагальненої її властивості. Саме тому, отримані за допомогою звітності великі масиви значень показників, при їх індивідуальному дослідженні, фактично не дають змогу зробити остаточний висновок щодо розвитку підприємства та достовірної величини його вартості. Перед науковцями та практиками, в процесі оцінки вартості, постає необхідність використання формалізованих методів згортання значної кількості аналітичних характеристик з метою переходу до порівняно невеликої кількості узагальнюючих показників.

Вітчизняний та зарубіжний досвід господарювання й оцінки доводить життєвість використання комплексних показників для діагностики ефективності діяльності підприємств. Так, на основі фінансових показників (обсяг продаж, величина активів, чистий прибуток, власний капітал) американський журнал *Forbes* щорічно друкує рейтинг 2000 підприємств світу, а *Handelsblatt The Wall Street Journal Europe* – 500 підприємств Європи. Прикладом здійснення оцінки такого формату в Україні є оцінка діяльності банків, страхових компаній, бірж, кредитних спілок та суб'єктів в сфері торгівлі цінними паперами.

Одним з головних питань, що постають перед дослідниками є механізм вибору кількості показників, що будуть використані в процесі оцінки підприємства, в тому числі його вартості. Відзначимо, що економічній науці відомий так званий «порог складності», відповідно до якого особа, що приймає рішення, здатна проводити адекватну оцінку проблемної ситуації в результаті одночасного аналізу не більше ніж 3-7 параметрів, які її характеризують. Важливо підкреслити й те, що використання надлишкової кількості показників може спричинити втрату часу на математичне та аналітичне забезпечення дослідження функціонально взаємозалежних між собою показників.

Сутність інтегрального (комплексного) показника полягає в переході від опису досліджуваного об'єкта, який характеризується великою кількістю ознак, до описання меншим числом максимально компактних інформаційних показників, які відображають найбільш суттєві властивості явища [1]. Крім того, при виборі кількості показників, інформаційної бази оцінки, оціночних процедур, методики побудови інтегральних показників, необхідно обов'язково керуватися тим, з якою метою в цілому проводиться оцінка та які цілі перед собою ставить аналітик.

Колектив акторів на чолі з проф. О.Ф. Балацьким відзначає, що комплексна оцінка бізнесу (підприємства) здійснюється для реалізації наступних цілей [2, с. 482]:

- підвищення ефективності управління підприємством;
- прийняття обґрунтованих управлінських рішень;
- розробка плану розвитку підприємства та реалізації інвестиційного проекту;
- визначення поточної ринкової вартості підприємства з умови часткового або повного його купівлі чи продажу;
- визначення вартості цінних паперів підприємства, паїв, часток в його капіталі на випадок проведення різного роду операцій з ними;
- реструктуризації підприємства;
- визначення кредитоспроможності підприємства та обсягів застави при кредитуванні;
- виявлення реальної ринкової вартості майна при проведенні страхових операцій;
- оптимізація оподаткування підприємства.

Особливістю процесів оцінки вартості підприємства є обов'язкова її відповідність ринковій ситуації. Оцінка має враховувати не лише витрати та створення або купівлю підприємства, а й час, рівень ризиків, ринкову кон'юнктуру, рівень та модель конкуренції, економічні особливості об'єкта, що досліджується та його ринкову репутацію, макро- та мікроекономічне середовища існування [2, с. 427]. Вищезазначені чинники можуть бути враховані при застосуванні раціонального підходу до побудови комплексної оцінки вартості підприємства

Список використаних джерел:

1. Цал-Цалко Ю.С. Фінансовий аналіз. Підручник. – Вид. 2-ге, доповнене. – Житомир: ЖОО ГО «Спілка економістів України», 2009. – 516 с.
2. Экономический потенциал административных и производственных систем: Монография / Под общей ред. О.Ф. Балацкого. – Сумы: ИТД «Университетская книга», 2006. – 973с.

РОЛЬ РЕЙТИНГОВ В РАЗВИТИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ И НАУЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВУЗОВ

В современном мире рейтинг достаточно распространённое понятие для развитых стран. Деятельность рейтинговых агентств началась в США в конце XIX века, в дальнейшем рейтинговые агентства появились в Канаде, в 70-е годы XX века рейтинговая деятельность появляется в Европе, Азии, Австралии, в странах Латинской Америки [1]. Мировые рейтинговые агентства накопили достаточный опыт в методологии рейтингов стран, регионов, ведущих банков, корпораций, ценных бумаг, страховых компаний, университетов и других объектов исследования, однако проблема методологии рейтингования остаётся открытой, теоретические исследования рейтингов являются актуальными.

Системы образования всех стран развиваются в условиях усиления конкуренции на национальном и международном уровнях, повышения требований к качеству образования и эффективности деятельности, способности отвечать потребностям общества [2]. В связи с ростом конкуренции на рынке образовательных услуг, сравнение университетов достаточно востребовано.

Под конкурентоспособностью можно понимать способность субъекта участвовать в конкурентной борьбе и одерживать победу, используя при этом свои преимущества. Важнейшими же факторами конкурентоспособности как отдельного человека, так и компании являются умение нахождения неординарных идей и неожиданных бизнес-решений, нестандартное мышление, активность.

Рейтинг – это комплексная оценка потенциала университета, которая определяет его конкурентоспособность и подразумевает отнесение вуза к классу, категории или рангу. Для определения оценки используется совокупность многих показателей, полученных формализованными и интуитивными методами.

Несмотря на относительно длительную историю развития рейтинга в социально-культурном развитии, распространение рейтингов в сфере высшего образования сравнительно новое явление. Сегодня каждый вуз прилагает немало усилий для наращивания конкурентных преимуществ и завоевания прочных позиций на рынке образовательных услуг.

В образовательной сфере взаимодействует большое число участников, экономические интересы которых пересекаются. Усиливается конкурентная борьба вузов на рынке образовательных услуг за абитуриентов в связи с демографическими проблемами, за различные формы финансирования, за рынки труда, за рынки интеллектуальной собственности.

Сегодня в Беларуси назрела реальная потребность в объективном и независимом анализе деятельности вузов, в разработке действенных механизмов и инструментов внешнего и внутреннего мониторинга, в сравнительной оценке эффективности потенциала высшей школы, что может быть выражено в рейтинговой оценке.

Потребность ранжирования определяется наличием спроса на высшее образование, повышением требований общества к качеству образования и заинтересованности потенциальных потребителей образовательных услуг в лице абитуриентов и их родителей в доступной и достоверной информации о динамике, тенденциях, конкурентоспособности различных вузов.

Бизнес, взаимодействуя с вузами для подбора персонала из числа выпускников, заинтересован в результатах компетентных оценок. При первичном приёме на работу специалиста часто важную роль играет то, в каком вузе он обучался. Высокий рейтинг вуза предполагает востребованность его выпускников и более высокий уровень заработной платы. Предпринимательский сектор также может выступать в качестве инвестора, вкладывая средства в вузы, нуждаясь при этом в объективных данных об уровне научных исследований в вузах для принятия решения по инвестированию.

Формированию национальной системы рейтингования вузов и участию белорусских вузов в международных рейтингах способствует также интернационализация науки и высшего образования, развитие международного сотрудничества в научной и образовательной сферах. Уровень международной мобильности студентов находится в стадии интенсивного роста, вузы Беларуси повышают предложение образовательных услуг на мировом рынке: увеличивается количество иностранцев, приезжающих учиться в Беларусь, и численность белорусов, обучающихся в зарубежных вузах. Зарубежные партнёры должны иметь полную и надёжную информацию о белорусских университетах.

Необходимость совершенствования методов оценки деятельности вузов связана также с изменяющимися требованиями внешней среды – ускоряющимися темпами научно-технологического и социально-экономического развития общества.

Кроме этого результаты рейтинга являются источником информации о состоянии вуза для внутреннего пользования. Для научно-педагогических работников и руководства важно знать, какое место в научно-

образовательном пространстве занимает университет. Информация может быть использована с целью анализа своей деятельности, определения дальнейшего направления развития, оптимизации внутренних возможностей и разработки стратегии повышения конкурентоспособности. Вузы, являясь потребителями рейтингов, используют эту информацию для отслеживания изменений, происходящих во внешней среде, для определения своего положения на рынке, для возможности информирования общества о качестве предлагаемых услуг.

Таким образом, рейтинги вузов являются важнейшей составляющей в области обширного информационного поля, выполняя важную роль снижения информационной неопределённости для субъектов рейтингования и всех участников рынка образования. На основе совокупного воздействия вузовских рейтингов как информационных продуктов на участников рынка образовательных услуг мы можем сформулировать следующие функции рейтинга.

Информационная функция – рейтинг несёт информацию в виде оценок инновационного потенциала вуза. Выполняемая рейтингом информационная функция важна с нескольких позиций: прежде всего с позиции абитуриентов, выполняя функцию ориентира в образовательном пространстве; с позиции университета – в качестве собственного позиционирования; с позиции выпускника – обеспечение рыночной перспектив; с позиции работодателей – как качество выпускника на рынке труда.

Стимулирующая функция – рейтинг формирует особые конкурентные отношения в сфере образования, повышает деловую и научную активность вузов. В этом смысле рейтинг стимулирует конкуренцию между учебными заведениями, стимулирует инновационные процессы, содействуя совершенствованию образовательного пространства.

Рекламная функция служит для создания положительного имиджа вуза, для поддержания его деловой репутации, демонстрируя достижения вуза в научной, учебной, международной, социальной и других сферах.

Коммуникативная функция служит для взаимодействия между разными участниками экономических отношений: рынком образовательных услуг, рынком труда, рынком технологий. Коммуникативная функция реализуется при помощи контактов между заинтересованными участниками образовательного процесса, объединяя их в единую систему экономических отношений на входе и выходе.

Контрольная функция обеспечивает процесс достижения целей, поставленных перед учреждением образования. Контрольная функция включает в себя внешний контроль: государственный и общественный; внутренний контроль.

Наблюдается высокая степень доверия к рейтингам в силу простоты интерпретации результатов, однако рейтинги не лишены и определённых недостатков, методы рейтингования и сами результаты подвергаются вполне обоснованной критике со стороны исследователей этой проблемы.

Основная сложность работы с рейтингом состоит в обобщении и сравнении информации о различных явлениях или процессах. В первую очередь – это отсутствие информационной прозрачности в деятельности вузов. Разработчикам рейтингов приходится использовать показатели, характеризующие деятельность вузов, исходя из доступности соответствующих данных, однако полная информация по множеству аспектов деятельности вузов недоступна. Во-вторых, вузы могут предоставлять излишне оптимистичную информацию, завышая результаты своей деятельности. В связи с этим следует отметить важность источника информации полученных данных для построения рейтинга.

Главной методологической проблемой рейтингов является сложность агрегирования показателей различного характера и субъективность весовых коэффициентов индикаторов. Итоговый результат рейтинга состоит в комбинировании разного типа показателей в одном индексе, вследствие чего адекватность рейтинговой оценки может, например, зависеть от определения веса того или иного показателя при использовании метода сложения взвешенных значений индикаторов. Изменение весов индикаторов значительно влияет на результат, а определение веса не является научно-обоснованным. Разработчики рейтингов присваивают веса показателям исходя из собственного представления о важности того или иного показателя.

Проблемный момент рейтингов - использование экспертных методов оценки. Основным недостатком метода экспертных оценок является проявление субъективизма экспертов.

Очевидно, что рейтинг - это неидеальный механизм и может служить лишь косвенной информацией для принятия решений любого из заинтересованных участников процесса. Тем не менее уровень интереса к рейтингам не снижается и со стороны критиков и со стороны исследователей и аналитиков. На сегодняшний день известны несколько популярных рейтингов вузов, ежегодно появляются новые рейтинги и продолжается работа по анализу существующих методологий и разработке новых методов построения рейтингов: проблема эта становится всё более актуальной и требует дальнейших исследований.

Список литературы

1. Карминский А. М. Рейтинги в экономике : методология и практика / А. М. Карминский, А. А. Пересецкий, А. Е. Петров. – Москва : Финансы и статистика, 2005. - 240 с.
2. Агранович М. Л. Интернационализация высшего образования: тенденции, стратегии, сценарии будущего / М. Л. Агранович – Москва : Логос, 2010. - 280 с.

Зелінський Ю.П., студент групи ЗПВ-20-М
Бужимська К.О., к.е.н., доцент кафедри
менеджменту і підприємництва
Державний університет «Житомирська політехніка»

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Розуміння економічних аспектів управління конкуренцією дозволяє підприємству в умовах реформування економіки злагоджено функціонувати. Інколи покращення фінансових результатів і прийняття правильних рішень недостатньо для управління та обліку. Для цього необхідно також зосереджувати увагу на досягненні конкретних цілей і вирішенні конкретних задач для ефективної роботи підприємства, що дозволить досягнути високого рівня конкурентоспроможності в майбутньому. В існуючих умовах високої конкуренції підприємства залежать від розробки відповідного теоретичного і методичного апарату управління, застосуванні науково-обґрунтованої системи і механізму управління.

Розробка механізму конкурентоспроможності залишається однією із найважливіших задач, оскільки від цього напряму залежить виживання на ринку. Дж. К. Лафта трактує поняття механізму управління так: «Механізм управління – це сукупність засобів впливу, які використовуються в управлінні, або точніше, комплекс важелів, які використовуються в управлінні» [1]. Е. В. Третьяков оцінює поняття так: «Механізм управління – це сукупність взаємодіючих елементів (станів, процесів, соціально-економічних норм і правил), об'єднаних певною метою і є інструментарієм, що переводять об'єкт з одного стану в інший шляхом впливу на нього складових елементів [2].» Сутність цього поняття полягає в тому, що воно інтегрує основні елементи управління, дозволяє розкрити їх взаємозв'язок і порядок реалізації.

Всі дослідники, які оцінювали сутність механізму управління, сходяться в тому, що дане поняття можна розглядати як сукупність взаємопов'язаних компонентів, одним з яких буде система управління з керованою і керуючою підсистемами.

Формування і функціонування механізму конкурентоспроможності підприємства є предметом вивчення зарубіжних авторів. Величезна заслуга в цьому належить представникам класичної політичної економії А. Сміту, Д. Рікардо. У наступні періоди значного розвитку теорія конкуренції отримала завдяки працям А. Маршалла, Дж. Кейнса, В. Леонтьєва, М. Портера. У своїх роботах вони розглядали економічні основи сучасних міжнародних відносин, тенденції розвитку міжнародного ринку, питання, що стосувалися управління міжнародною конкуренцією. Д. Рікардо сформував теоретичну модель досконалої конкуренції, розвинув ідею цінового регулювання ринку і децентралізацію управління [3]. А. Маршалл пов'язував конкуренцію з боротьбою за рідкісні економічні блага і за фінанси споживача [4]. Сутність конкуренції, а також її рушійні сили були детально розглянуті в працях М. Портера, який зробив висновок, що всі учасники ринкових відносин без винятку: споживачі, виробники, постачальники, – є конкурентами [5]. Вчений також розробив концепцію п'яти сил конкуренції, яка визначає головні складові конкурентних відносин.

Суб'єкти господарювання вважаються конкурентоспроможними, якщо у своїй господарській діяльності досягають поставлених цілей, доставляючи споживачеві конкурентоспроможні товари та послуги. Безумовно, механізм управління представляє собою сукупність взаємопов'язаних елементів, в якості яких виступають методи та засоби. З їх допомогою має здійснюватися вплив на весь наявний внутрішній потенціал організації, на керовані параметри зовнішнього середовища з урахуванням тенденцій ринкової ситуації.

Для забезпечення бажаного рівня конкурентоспроможності підприємства необхідне комплексне функціонування всіх елементів механізму. Відсутність будь-якої ланки порушить послідовність і призведе до збою функціонування механізму управління.

Проведені дослідження дозволяють сформулювати основні пропозиції щодо формування механізму управління конкурентоспроможністю підприємства:

- визначення системи цілей, установок, стимулів діяльності та методів управління;
- побудова оптимальної організаційної структури управління конкурентоспроможністю підприємства;
- ведення показників оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства;
- розробка схеми взаємодії елементів механізму управління конкурентоспроможністю підприємства;
- аналіз внутрішніх і зовнішніх факторів, що впливають на конкурентоспроможність підприємства;
- контроль оцінок власної конкурентоспроможності, прогнозування конкурентоспроможності конкурентів і можливостей споживачів;
- розробка конкурентних стратегій дії в ринкових умовах;
- вироблення найбільш прийнятних шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємства.

На підставі оцінки стану підприємства, а також з урахуванням аналізу впливу факторів зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства встановлюється своєрідна стратегія, в якості якої може виступати досягнення стійкого зростання прибутку. Разом з тим, ця стратегічна мета може бути розділена на складові – оперативні цілі за такими напрямками: збільшення частки ринку, збільшення обсягу продажів, підвищення продавної ціни, зниження витрат виробництва продукції. Досягнення цих підцілей буде здійснюватися шляхом реалізації певних стратегій на відповідних управлінських рівнях підприємства, при цьому методи досягнення цих підцілей будуть різні.

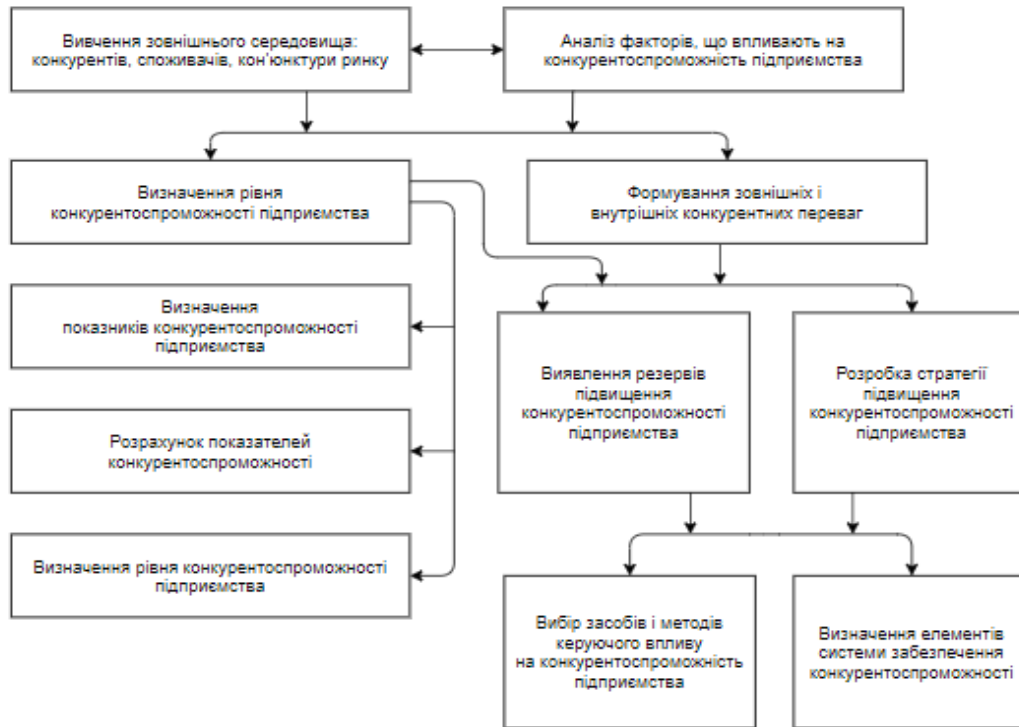


Рис. 1. Механізм управління конкурентоспроможністю підприємства

Якщо узагальнити, то механізм управління конкурентоспроможністю підприємства – це розробка цілей діяльності, аналіз зовнішніх і внутрішніх факторів, що впливають на конкурентоспроможність підприємства, оцінювання її рівня і вироблення напрямків керуючого впливу.

Після етапу обґрунтування цілей і розробки конкурентної стратегії слідує етап її реалізації. Виконання будь-якої стратегії передбачає проведення необхідних змін, без яких навіть найкраще опрацьована стратегія може потерпіти провал. Найбільш часто ці зміни зачіпають місію підприємства та організаційну структуру управління. Якщо існуюча організаційна структура управління підприємством дуже далека від вимог конкретної стратегії, то для ефективної її реалізації необхідна докорінна перебудова оргструктури. При розробці механізму управління конкурентоспроможністю необхідно враховувати зміну соціальних, політичних, демографічних, екологічних та інших умов. Розробкою і впровадженням механізму управління конкурентоспроможністю на підприємстві повинна займатися спеціальна служба або відділ.

Список використаної літератури

1. Лафта Дж. К. Менеджмент: уч. пособие. М.: ТК Велби, 2004.
2. Третьяков Е. В. Адаптация механизма управления социально-экономическим развитием муниципального образования к рыночным условиям: автореф. ... к.э.н. Ижевск, 2004.
3. Рикардо Д. Сочинения. — М.: Госполитиздат-Соцэкгиз, 1961. — Т. 3 — 320 с.
4. Маршалл А. Принципы экономической науки / А. Маршалл ; пер. с англ. Т. II. М. : Прогресс, 1993. 310 с.
5. Porter M. international competition. М.: Intern. relations, 1993. P. 58.

КООПЕРАЦИИ В СФЕРЕ ПЛОДООВОЩНОЙ ПРОДУКЦИИ

В Республике Узбекистан фрукты и овощи в основном выращиваются в частном секторе, 75-85% которого приходится на долю фермеров, но сегодня увеличение количества крупных предприятий в сфере садоводства приводит к усилению конкуренции между частным сектором. В такой системе сезонное созревание и транспортировка овощей, которые часто являются неудобными, важны для участия мелких и средних фермеров в соревнованиях.

В связи с этим в нашей стране создается ряд организационных, экономических и правовых основ. Поэтому разработка предложений и рекомендаций по развитию торгово-логистической инфраструктуры в плодоовощной отрасли и создание цепочки добавленной стоимости в отрасли является сегодня одним из самых актуальных вопросов.

В этой связи Указ Президента Республики Узбекистан от 23 октября 2019 года ПФ-5853 «Об утверждении Стратегии развития сельского хозяйства Республики Узбекистан на 2020-2030 годы», а также Постановление № PQ-4549 от 11 декабря 2019 года «О дальнейшем развитии сектора плодоовощной продукции и виноградарства, дополнительных мерах по созданию цепочки добавленной стоимости в отрасли и в определенной степени служит реализации задач, изложенных в других нормативных актах, связанных с этой деятельностью. «Сотрудничество в сфере продажи фруктов и овощей направлено на получение большего дохода за счет добровольного объединения определенных сфер деятельности для обеспечения потребителей продукцией крупных и мелких независимых сельскохозяйственных производителей с относительно низкими затратами и потерями. состоит из совокупности экономических отношений.

В системе экономических отношений, связанных с куплей-продажей товаров в плодоовощной сфере, задачи кооперативов можно разделить на задачи в целом - создание помещений для сельскохозяйственных предприятий и создание помещений для покупателей. Обобщение оставшихся задач в рамках этих двух больших групп дает возможность четко понять функции кооперативов.

Для этого (на уровне производителей, потребителей и общества), то есть для создания удобства, торговые кооперативы должны иметь следующую торгово-логистическую систему:

➤ выращивание овощей и фруктов предприятиями, полностью основанными на частной собственности;

➤ расширение механизмов свободного рынка в выращивании сельскохозяйственной продукции;

➤ организация плодоовощных кооперативов;

➤ большое количество плодоовощных хозяйств и промышленности

➤ экономическая потребность в сотрудничестве возрастает из-за сильной экономической конкуренции.

Кроме того, есть некоторые проблемы, которые необходимо решить при организации кооперативов в плодоовощном секторе, в том числе:

➤ организационная сложность их вовлечения в кооперацию в связи с тем, что основная часть овощей и фруктов выращивается фермерами;

➤ Разрозненное распределение фруктовых и овощных ферм и небольшие размеры изделия усложняют производственную систему;

➤ сложность внедрения современной науки и инновационных технологий в малых фермерских хозяйствах;

➤ отсутствие практического опыта организации процесса сотрудничества на основе принципов свободного рынка.

➤ кооперативы могут потерять свое экономическое значение из-за продолжения административного вмешательства по инерции в сельское хозяйство и кооперативы;

➤ снижение доверия к учредителям кооперативов и других организаций из-за отсутствия инфраструктуры;

➤ экономическая эффективность кооперативов может снизиться из-за нарушения внутренних и внешних экономических связей в кооперативной системе из-за неразвитости договорных отношений на уровне спроса.

Целесообразно создание плодоовощных кооперативов в Республике Узбекистан:

➤ увеличение площадей под овощными культурами и садами, виноградниками за счет сокращения посевов хлопка и зерновых должно стимулировать развитие производства;

➤ обеспечение принятия ряда правовых документов, направленных на развитие плодоовощной отрасли;

➤ создание Агентства по развитию садоводства и теплиц при Министерстве сельского хозяйства;

Секція 1. Сучасні моделі ефективного бізнесу підприємств

➤ обеспечение развития науки в области овощеводства и садоводства, расширение коммерциализации готовой продукции.

Литература

1.Эргашев Р. Х., Хамраева С. Н., Файзиева Ш. Ш. Инновационное развитие инфраструктуры сельского хозяйства: проблемы и пути его достижения //Феномен рыночного хозяйства: от истоков до наших дней. Партнерство в условиях риска и неопределенности. – 2020. – С. 310-319.

2.Khamraeva S.N. Analysis and problematic issues of food security in Uzbekistan.// TRANS Asian Journal of Marketing & Management Research. – 2020, No 4, pp. 31-35

Ковалевський В.О., аспірант
Науковий керівник: Юшкевич О.О., к.е.н., доцент
кафедри менеджменту і підприємництва
Державний університет «Житомирська політехніка»

КЛІЄНТООРІЄНТОВАНА СИСТЕМА АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Антикризове управління підприємства в сучасних умовах пандемії, нестабільності економіки викликаній спочатку девальвацією національної валюти, а потім такою ж стрімкою девальвацією набуває особливої уваги сьогодні. Причини виникнення криз в підприємстві мають різний характер походження. Перш за все, важливо розпізнати симптоми кризової діяльності, для того щоб завчасно запровадити програми антикризового управління. Для цього необхідно розділити внутрішні та зовнішні фактори впливу на кризовий стан. До внутрішніх факторів перш за все необхідно віднести застарілу систему управління підприємством, яка неспроможна задовільнити сучасні потреби ринку та клієнта.

Антикризовий менеджмент – це комплексна система управління, спрямована на запобігання та усунення кризи організації, а також ліквідацію її негативних наслідків. [1, с.2].

Системність процесу антикризового управління вимагає взаємоузгодженості дій всіх учасників даного процесу, які повинні ґрунтуватись на певних принципах при вирішенні завдань по досягненню головної мети — відновлення стабільної роботи та ринкової вартості підприємства [2, с. 71]. Етапи створення клієнтоорієнтованої системи антикризового управління підприємством є:

1 етап – трансформація від класичного маркетингу до клієнтоорієнтованого. Згідно міжнародним системам менеджменту якості початком та закінченням управління проектом є маркетинг. Вивчення ринку, потреб споживачів, якісний сервіс та зворотній зв'язок – основні принципи маркетингу орієнтованого на клієнта.

2 етап – розробка та впровадження у виробництво продукту відповідно до конструкційних та технічних вимог клієнта. Під час проектування нового продукту необхідно враховувати властивості товару важливі споживачеві.

3 етап – виготовлення товару у встановлені клієнтом строки. Виконуючи замовлення споживача необхідно не лише дотримуватись власних термінів виробництва, а й виготовляти готовий продукт враховуючи строки покупця.

4 етап – ринкове ціноутворення. Більшість вітчизняних підприємств застосовують радянську систему ціноутворення, яка базується на виробничих витратах підприємства. Клієнтоорієнтована ціна продукту формується з ринкової кон'юнктури товару.

5 етап – сервіс. Під час постачання готового товару необхідно враховувати сучасні вимоги до упаковки та клієнтоорієнтовані вимоги до логістики, а саме – доставку.

6 етап – гарантія. Для встановлення стійких бізнес-зв'язків велику роль відіграє не тільки якість продукції, а й її гарантійне обслуговування. Сьогодні репутабельність компанії визначається умінням швидкого реагування на рекламації, вирішенням питань якості та наданням гарантії, що підтверджує високу якість продукції.

Післякризовий стан підприємства потребує постійного моніторингу та діагностики можливих загроз, комплексного аналізу розмірів збитків та збереження потенціалу шляхом аналізу техніко-організаційного рівня та умов виробництва, аналізу використання виробничих ресурсів, аналізу перспектив кризи у галузі, використання глобальних узагальнених показників ймовірності банкрутства, оцінки бізнесу та операційної діяльності [3]. Створена клієнтоорієнтована система управління підприємством формує відповідну основу для антикризової програми, розробки комплексу доцільних та відповідних дослідженим умовам антикризових заходів, та забезпечує сприятливі передумови для вдалого вирішення задач по виявленню, попередженню, подоланню кризи та привабливі умови для споживачів компанії.

Література:

1. Чебашкина Г.А. Антикризисное управление и эффективное управление рисками предприятия в сфере предпринимательской деятельности в народной экономике России / Г.А. Чебашкина. Ю.А. Никонова // Интернет-журнал «Науковедение». – 2017. – Том 9. - №3. – С. 1-6.
2. Зверук Л.А. Антикризове управління підприємством в умовах інноваційного розвитку / Л.А. Зверук. Н.М. Давиденко // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». – 2017. - №1 (23).- 2 т. – С. 69-75.
3. Кушнір Н.Б. Особливості антикризового управління та економічної діагностики підприємства в сучасних умовах / Н.Б. Кушнір. Д.С. Войтович // Електронний журнал «Ефективна економіка». – 2016.

**Козловская И.А., студентка
экономического факультета,
Будурян Т.А., ст. преподаватель
Брестский государственный технический университет**

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КРІ В УПРАВЛЕНИИ ПРОЕКТАМИ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ

КРІ (Key Performance Indicator) – это показатель достижения успеха в определенной деятельности или в достижении определенных целей. КРІ используется как количественно измеримый индикатор фактически достигнутых результатов.

На русский язык термин наиболее часто переводится как «ключевой показатель эффективности», что является не вполне корректным: эффективность характеризует соотношение между достигнутым результатом и затраченными ресурсами, а с помощью КРІ можно измерять и другие параметры, например, степень достижения результата. Более правильным является перевод «Ключевой показатель деятельности» [1].

Наиболее актуально использование понятия КРІ в управлении проектами: КРІ являются измерителями результативности, эффективности, производительности бизнес-процессов. Это особенно важно для строительства, которое представляет собой проектный вид деятельности.

Можно выделить следующие виды показателей КРІ для оценки эффективности реализации проектов в строительстве.

1) КРІ результата – сколько и какой результат произвели, какие объемы работ выполнены, какой процент выполнения работ в установленный договором срок, процент выполнения работ без замечаний по качеству, процент выполнения работ без изменения стоимости. То есть этот показатель характеризует эффективность достижения результата. При реализации больших строительных проектов отклонения по стоимости и по срокам в 3–5% могут являться очень высоким результатом эффективности выполнения работ. На малых объемах выполнения однотипных стандартизированных работ КРІ результата значительно выше и стремится к 100%;

2) КРІ затрат – сколько ресурсов было затрачено. Показатели затратоемкости и затратоотдачи характеризуют эффективность производства. Комплексный подход к управлению затратами базируется на используемых технологиях, организации производства работ. Управление затратами на строительство (проектирование) определяет лидеров в строительной деятельности, характеризует конкурентоспособность организаций. Показатели затратоемкости и затратоотдачи рассчитываются и широко применяются в анализе хозяйственной деятельности строительных организаций.

3) КРІ функционирования – показатели выполнения бизнес-процессов. Позволяют оценить соответствие процесса требуемому алгоритму его выполнения. Эта группа показателей характеризует системность подходов к управлению проектами в строительстве. Отлаженность всех процессов уменьшает влияние факторов риска, позволяет организациям точнее прогнозировать результаты и гарантировать выполнение работ с планируемыми результатами. Показатели функционирования в настоящее время в строительстве не рассчитываются. Методическая база их расчета отсутствует.

4) КРІ производительности – производные показатели, характеризующие соотношение между полученным результатом и временем, затраченным на его получение. Показатели производительности широко применяются для оценки эффективности производства во всех сферах экономической деятельности. В строительстве, где высока доля ручного труда, в проектировании объектов, где главным ресурсом выступает человек показатели производительности труда оказывают непосредственное влияние на эффективность работы организации [2].

5) КРІ эффективности (показатели эффективности) – это производные показатели, характеризующие соотношение полученного результата к затратам ресурсов. Показатели эффективности реализации проектов характеризуют прибыльность (убыточность) производства. Показатели эффективности частные и общие широко используются для оценки эффективности в строительстве. Эти показатели могут использоваться для оценки деятельности проектных и строительных организаций как самими организациями, так и являться критериями отбора организаций на торгах, переговорах, использоваться органами государственного управления для сравнительного анализа эффективности и результативности.

При разработке показателей КРІ необходимо руководствоваться следующими правилами:

1) набор показателей должен содержать минимально необходимое их количество для обеспечения полноценного управления строительством. Использование коэффициентов отклонения реализации строительных проектов по срокам и по стоимости позволяет оценивать результативность работы как со стороны заказчика, так и со стороны подрядчика. Эти же показатели могут использоваться для оценки результативности работы проектных организаций;

2) каждый показатель должен быть измерим. Изменяемость результатов может быть в абсолютных значениях (например, стоимость 1 м² общей площади), так и в относительных (в процентах и в коэффициентах);

3) стоимость измерения показателя не должна превышать управленческий эффект от использования данного показателя. С точки зрения контроля и оценки эффективности реализации строительных проектов расчет и декларирование показателей КРІ должен осуществляться по окончании проектов – при сдаче объектов в эксплуатацию.

Преимущества использования показателей КРІ в операционной деятельности строительных организаций заключается в том, что планирование и анализ деятельности осуществляются на основе тех же результатов, которые нужны для успешной реализации строительных проектов. Все показатели должны быть не абстрактными, а базироваться на процессах, которые сформируют целевую установку достижения результативности не в самом процессе строительства, а в завершении реализации проектов в срок и по установленной в договоре стоимости.

При внедрении КРІ становится четкой и прозрачной система мотивации успешной деятельности организации: поскольку фиксируются плановые и фактические значения, то заказчику при выборе подрядчика на торгах понятно по каким критериям выбирать организацию-подрядчика. Строительные организации, в свою очередь, хорошо понимают, что от них ожидает заказчик, по каким критериям он оценивает результативность деятельности строительных организаций [3].

Стоит понимать, что получение оперативной информации о деятельности компании - потребность каждого руководителя. Именно для этого в организации создаются разнообразные системы отчетности, которые позволяющие оценить работу фирмы с разных ракурсов. Но, несмотря на множество отчетов, руководителю нередко по-прежнему нелегко ответить на важнейшие вопросы: Приближаемся ли мы к поставленным целям? Что мешает приближаться к цели? Для того чтобы ответить на данные вопросы необходим ограниченный набор ключевых показателей эффективности, которые ориентированы на измерение стратегических параметров. Их основная цель - не заменить иные системы отчетности, а занять место индикаторов деятельности компании, предупреждающих о возможности возникновения проблем.

Основой для разработки КРІ (Key Performance Indicators - КРІ) является стратегия компании в любой существующей форме и бизнес-модель фирмы. Анализ стратегических целей и их трансляция на бизнес-модель предприятия позволяют определить, какие количественные изменения в компании служат подтверждением того, что цель достигнута, и какова динамика этих изменений во времени. Из выделенного списка измеримых характеристик организации отбираются ключевые показатели эффективности. Отобранные КРІ сводятся в систему, т.е. разрабатываются процедура и допустимые форматы отчетности. Проводится планирование показателей на ближайший, обозримый для каждой конкретной организации, период [4].

Таким образом, ключевой показатель эффективности (КРІ) – это показатель деятельности организации, который помогает компании достигать стратегические и тактические цели. КРІ позволяют производить контроль деловой активности сотрудников, подразделений и компании в целом, оценивать результативность и эффективность работы каждого сотрудника. Внедрение в организации системы КРІ позволяет максимально точно оценить результат ее деятельности с учетом затрат и полученного результата. КРІ очень тесно связаны с мотивацией персонала, так как с помощью показателей КРІ можно создать очень эффективную систему мотивации и стимулирования сотрудников организации.

Однако абсолютно универсальных показателей КРІ не существует, так как организации работают в различных условиях и имеют специфику и особенности деятельности. Поэтому нужно уметь определять виды данных показателей, а также учитывать все правила и принципы их внедрения в организации.

Список использованных источников

1. КРІ (Key Performance Indicator): разработка и применение показателей бизнес-процесса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.logists.by/library/view/kpi-razrabotka-i-primeneniye-pokazateley-bizness-processa>. – Дата доступа: 07.11.2020.

2. Голубова, О. С. Организация и управление в секторах национальной экономики / О. С. Голубова // Показатели эффективности управления проектами в строительстве : сб. ст. / Белорусский национальный технический университет. – Минск, 2017. – С. 39–40.

3. Система КРІ (Key Performance Indicator): разработка и применение показателей бизнес-процесса. Показатели эффективности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.businessstudio.ru/articles/article/sistema_kpi_key_performance_indicator_razrabotka_i/. – Дата доступа: 07.11.2020.

4. Ключевые показатели эффективности [Электронный ресурс] / Маг консалтинг. – Москва, 2020. – Режим доступа: <https://mag-consulting.ru/ru/node/18>. – Дата доступа: 07.11.2020.

Котыш А.Ю.

Научный руководитель: Зазерская В.В.

декан эконом. факультета, к.э.н., доц. кафедры менеджмента

Брестский Государственный Технический Университет

БИЗНЕС-МОДЕЛЬ ИНТЕРНЕТА ВЕЩЕЙ

Цифровые инновации – ключевой фактор в решении многих социальных проблем, от устойчивой системы здравоохранения до повышения эффективности использования ресурсов и энергии. Одной из таких является Интернет вещей (Internet of Things).

Интернет вещей соединяет физический, цифровой и виртуальный миры в среду множества вещей, которые посредством беспроводных и проводных соединений и уникальных схем адресации могут взаимодействовать друг с другом для создания новых приложений или услуг и достижения общих целей. Приложения IoT, помимо решения вертикальных одноцелевых задач, можно использовать как многоцелевые приложения для совместной работы, взаимодействующие между отраслями, организациями и людьми, что представляет собой одну из основных парадигм цифровой экономики.

Исследовательский центр IERC (The International Energy Research Centre) подразделяет структуру IoT на восемь уровней: уровень сотрудничества и процессов; уровень приложений; уровень обслуживания; уровень абстракции; уровень хранения; уровень обработки; уровень сетевой коммуникации; физический уровень.

На основе этого, платформы Интернета вещей выступают не просто как технологические платформы, а как бизнес-системы. Заинтересованные стороны участвуют в одном или нескольких уровнях и создают новую собственную бизнес-модель в зависимости от их роли в системе Интернета вещей.

В общем виде, бизнес-модель определяет, кто ваши клиенты, что вы продаете, как вы производите свое предложение и почему ваш бизнес прибылен. Кто-что-как-почему описывает бизнес-модель, первые две (кто и что) обращаются к ее внешним аспектам, а вторые два (как и почему) относятся к ее внутренним аспектам. Удобно ответить на эти вопросы с помощью канвы бизнес-модели.

Особенностью платформ Интернета вещей является комбинация бизнес-моделей. Платформы используют уже описанные и разработанные модели в своей системе и, таким образом, формируют комплексную бизнес-модель. Комбинации моделей могут быть базой для использования IT технологий, обеспечивать безопасность и конфиденциальность или, например, способствовать удобству клиентов.

Таблица 1

Канва бизнес-модели Интернета вещей

Ключевые партнеры	Ключевые действия	Ценностные предложения	Взаимоотношения с клиентами	Сегменты потребителей
Производители оборудования Разработчики ПО Другие поставщики Интерпретация данных Запуск клиентов Дистрибьюторы Логистика Сервисные партнеры	Развитие клиентуры Разработка продукта Реализация Сервисный маркетинг Разработка платформ продаж Разработка ПО Работа с партнерами Логистика	Новизна Производительность Настройка дизайн Бренд / статус Цена Снижение цены Сокращение рисков Доступность Удобство Возможность обновления	Персональная помощь Специальная помощь Самообслуживание Автоматизированное обслуживание Сообщества	Массовый, нишевый, сегментированный, диверсифицированный рынки Многосторонние платформы
	Ключевые ресурсы Физические ресурсы Интеллектуальная собственность Возможности сотрудников Финансовые ресурсы ПО связи		Каналы Сбыт Интернет-продажи Собственные магазины Партнерские магазины Опт	
Структура расходов Стоимость разработки продукта, IT, персонала, оборудования / производства, логистики, маркетинга и продаж			Потоки выручки Продажа активов, плата за использование, абонентская плата, кредитование / аренда / лизинг, лицензирование, брокерские сборы, реклама, комиссия за запуск, плата за установку	

Многие из существующих бизнес-моделей могут применяться также для новых продуктов и услуг в рамках Интернета вещей. Успешные компании будут рассматривать более одной бизнес-модели и должны будут искать целостную модель в отношении всех архитектурных уровней IoT, чтобы получить максимальную выгоду.

ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ

Конкуренция как один из главных составляющих организма рыночной экономики предлагает завоевание рынка, победу над конкурентами в борьбе за потребителя, обеспечение получения устойчивой прибыли. Сам рынок, механизм его действия не могут нормально сосуществовать без развитых форм конкуренции. Как справедливо утверждал известный английский экономист Ф. Хайек: «Общества, которые полагаются на конкуренцию, успешнее других достигают своей цели».

Конкурентоспособность бизнеса – это такое же отношение, как и все остальное. В США это рассматривается как нормальная и здоровая часть социальной инфраструктуры. Формирование предпринимательской деятельности должна начаться в ранних стадиях, то есть в школах и на курсах профессионального обучения. Конкуренция проникает во все сферы и сектора, где рабочие вынуждены конкурировать за сохранение рабочих мест. Чтобы быть более конкурентоспособными, предпринимателям нужно быть более склонными к рискам и изменению образа жизни.

Формирование и обеспечение конкурентных преимуществ является фундаментальной основой для обеспечения конкурентоспособности товара. Стоит отметить, что в целом конкурентоспособность товара это совокупность потребительских и стоимостных характеристик производимой продукции, которая позволяет ей выдержать конкуренцию на определенном рынке в определенный промежуток времени.

В условиях высокой конкурентоспособности больших предприятий на мировом рынке, если какая либо продукция обладает конкурентоспособностью на одном географическом рынке, то вполне возможно, что она не сможет сделать того же на другом. Также продукция, которая вытесняется с рынка, неудачно ведет компанию по реализации и маркетингу и терпит провал, может через некоторое время добиться успеха. Связано это с такими факторами, как уход основного конкурента, рост цен на товары-заменители, реформы и кардинальные изменения в рекламной деятельности предприятия. Конкурентное преимущество часто сравнивают, более того приравнивают с конкурентоспособностью, не смотря на то, что между ними есть различия.

Конкурентное преимущество товара-это прежде всего существенное наличие превосходства над конкурентами в различных областях, то есть это результат над низкой стоимостью, качества и технического уровня производимой продукции. Важно отметить, что конкурентное преимущество это факт, который показывает реальный спрос и предпочтения потребителей на рынке. Конкурентное преимущество делят на внешние и внутренние:

- Характеристика внутренних аспектов деятельности предприятия, то есть уровень затрат, производительность труда, организация процессов, менеджмент, инновации, технология и т.п. относятся к внутренним конкурентных преимуществ;
- Внешние конкурентные преимущества базируются на умении предприятия создавать более значимые ценности для потребителей продукции, что дает возможность к более полному удовлетворению их потребностей, уменьшение расходов и повышения эффективности деятельности. К внешним конкурентных преимуществ относятся: информационные, качественные, конструктивные, ценовые, сбытовые и так далее.

Какое же различие между «конкурентоспособностью» и «конкурентных преимуществ»? Конкурентоспособность товара в отличие от конкурентных преимуществ испытывает очень сильное влияние стратегических и тактических изменений на рынке, не касающиеся деятельности предприятия, она же называет борьбу с другими предпринимателями и выигрывает на рынке товара и услуг.

Таким образом, определение конкурентоспособности-это ни столько показатель прибыли предприятия, рыночной доли или компетенции рабочего персонала, сколько соотношение с конкурентами и тех сил, которые есть на рынке. Конкурентоспособность предприятия это главный показатель конкурентоспособности любой страны, что вызывает постоянное наблюдение и контроль органов государственного управления.

И так, рассмотрим основные факторы, определяющие конкурентоспособность продукции на определенном рынке:

1. Фактор времени. Определение конкурентоспособности товара по фактору времени ссылаясь на первый основной принцип теории финансов «Сегодняшний доллар стоит больше, чем завтрашний».
2. Фактор качества товаров, который проявляется не только в улучшении показателей качества, но и в увеличении годовой производительности (полезного эффекта) товара и росте затрат на эксплуатацию и ремонт.

3. Фактор масштаба (объема) производства товара. За счет роста масштаба производства можно снизить себестоимость продукции и повысить ее качество.

4. Фактор новизны товара. Обеспечение конкурентоспособности осуществляется исходя из удовлетворения новых потребностей человека или удовлетворения уже существующих потребностей принципиально другим способом.

5. Фактор метода получения информации. В процессе производства и потребления продукции следует пользоваться одними и теми же подходами и методами получения информации и выполнения расчетов.

6. Фактор условий эксплуатации товара. Сохранение качества зависит от правильной эксплуатации товара, соблюдения рекомендаций по уходу за товаром. Важным фактором покупательских предпочтений являются продолжительность срока эксплуатации. При прочих равных условиях более конкурентоспособным товаром будет тот, у которого лучшие эксплуатационные свойства.

7. Фактор ценообразования. Цена определяет структуру производства, оказывает решающее воздействие на движение материальных потоков, распределение товарной массы, уровень благосостояния. Правильно установленная цена, разумная ценовая тактика, обоснованная ценовая стратегия составляют необходимые компоненты успешной деятельности любого предприятия.

8. Рыночный фактор. Необходимость в развернутой характеристике рыночных возможностей возникает уже при освоении производства новой продукции, предназначенной для конкретного рынка. Рыночный фактор характеризуется следующими критериями: тип рынка, емкость, стабильность и перспективность, подготовленность рынка.

9. Сбытовой фактор. Удачная конструкция и технология изготовления нового товара не обеспечивают его конкурентоспособности без эффективного сбыта.

10. Сервисный фактор действует на стадии предпродажного и послепродажного обслуживания.

Экономические показатели конкурентоспособности товара должны оценивать цену потребителя, т.е. затраты потребителя, необходимые для удовлетворения его потребности. Они включают затраты на приобретение товара и затраты по эксплуатации товара. Цена потребления (Цп) складывается из рыночной цены товара (Цт), а также расходов, связанных с эксплуатацией (Цэ), использованием этого товара в период его жизненного цикла:

$$Цп = Цт + Цэ$$

Принимая решение о покупке, покупатель обращает внимание не только на цену товара, но и на то, во сколько обойдется ему эксплуатация, содержание этого товара в процессе его использования. Установлено, например, что расходы по эксплуатации во много раз превосходят цену, по которой их приобретают. Так, рыночная цена грузового автомобиля составляет лишь 15% общих расходов по его эксплуатации, трактора – 20% [2, с. 253].

Таким образом, конкурентоспособность товара – относительный показатель, который отражает отличие характеристик данного товара от характеристик товара – конкурента как по степени соответствия конкретной общественной потребности, так и по затратам, связанным с производством товара, его маркетинговым сопровождением и использованием.

Список литературы:

1. Грибов В.Д., Грузинов В.П., Кузьменко В.А. Экономика организации (предприятия): учебное пособие. – 2-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2009. – 416 с.

2. Лифиц И.М Теория и практика конкурентоспособности товаров и услуг 2-е изд., перераб. и доп. – М.:Юрайт-Издат, 2009. – 464 с.

УДК 339.

Мартиненко О. М., магістрант, гр. ЗМО-20-1м, ФБСО
Науковий керівник: Орлова К. Є. к.е.н., доц.,
кафедри менеджменту і підприємництва
Державний університет «Житомирська політехніка»

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Умови ринкового середовища визначають необхідність концентрації управлінських зусиль на забезпеченні споживчоорієнтованого підходу в управлінні, засобом реалізації такого завдання є раціонально організована маркетингова діяльність.

Корпоративний маркетинг може бути визначений як управління відносинами з клієнтами компанії і генерація постійних клієнтів через багатоканальні, інтегровані маркетингові кампанії. Основною метою стратегічного управління маркетинговою діяльністю підприємства є удосконалення структури виробництва, що орієнтована на одержанні максимального прибутку. У цьому випадку компанії можуть активно розвиватися, бо можуть побудувати найефективнішу організаційну систему, де інформація відіграє важливу роль, оскільки вона дозволяє оцінити конкретну ринкову ситуацію і зробити відповідні управлінські рішення.

Стратегія – комплексний план розвитку підприємства. Г. Мінцберг характеризує компоненти стратегії через так звану комбінацію п'яти «П»: плану, патерна, позиції, перспективи та прийому (рис. 1).

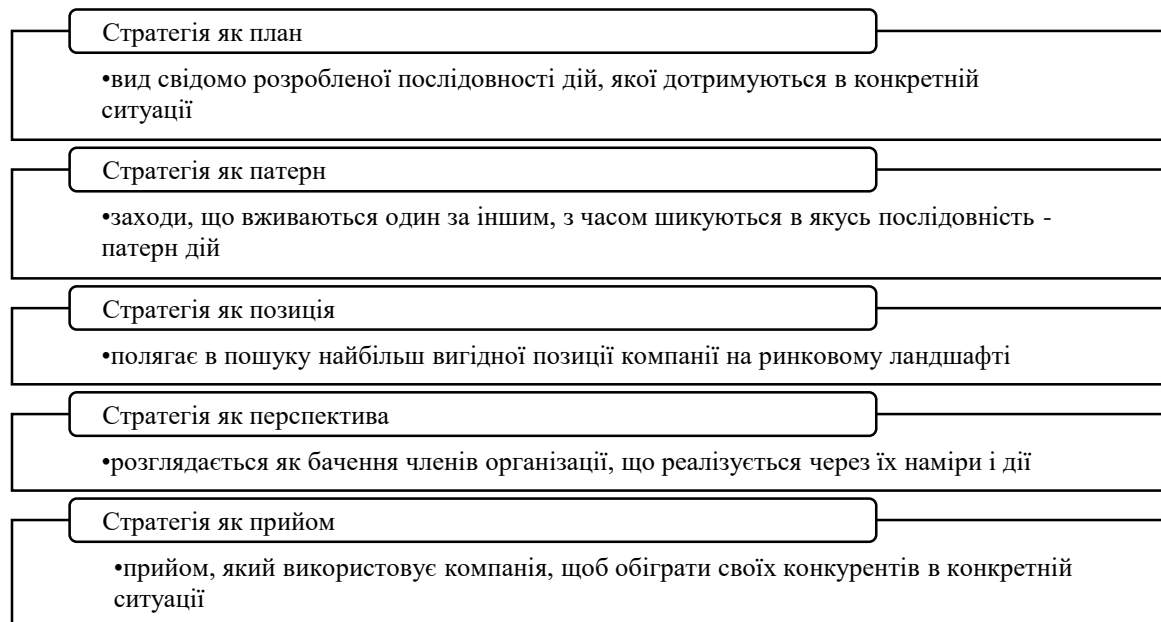


Рис.1. Компоненти стратегії

Маркетингова стратегія підпорядковується управлінській стратегії діяльності. Вибір стратегії, у свою чергу, залежить від таких чинників: факторів, що характеризують конкурентоспроможність галузі; факторів, що характеризують позиціонування, потенціал та конкурентоспроможність підприємства.

Організація маркетингової діяльності як у стратегічному, так і у тактичному аспектах ґрунтується на наступних принципах: принцип організаційної поведінки (якість, сервіс); принцип професійного керівництва (стимулювання, інформаційне забезпечення); принцип прибутковості та ефективності (управління попитом, конкурентоспроможність); принцип контролю та обліку (внутрішній та зовнішній аудит; принцип оптимального поєднання централізації та децентралізації (делегування, антикризове управління).

Раціональна організація маркетингової діяльності слугує важливою передумовою забезпечення ефективності його функціонування в цілому. Водночас, збільшення обсягу інформації, необхідного для ефективного управління ринковою діяльністю, спричиненою вступом вітчизняних компаній у ринкову систему, об'єктивно вимагає відповідного підвищення рівня професійної оснащеності маркетологів.

**Марчук А.В., магистрант МЭД-3,
Куган С.Ф., м.э.н., заведующий кафедры
Брестский государственный технический университет**

РОЛЬ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В ЛОГИСТИКЕ

Государственно-частное партнерства является достаточно интересной отраслью для изучения, так как служит промежуточным направлением в развитии между государственной и частной отраслями. Данная форма позволяет преодолеть противоречия, возникающие в том случае, когда некоторые объекты не могут быть переданы в частную собственность, а государство попросту не может обеспечить финансирование.

На сегодняшний день как в зарубежной, так и в отечественной хозяйственной практике понятие государственно-частное партнерство (ГЧП) завоевывает все большую распространенность и огласку. Данный инструмент выступает в качестве одной из форм эффективного взаимодействия публичного партнера и частных инвесторов с целью решения различных инфраструктурных и социальных проблем.

Создание, развитие и эксплуатация объектов транспортной инфраструктуры — дорог, мостов, тоннелей, портов, аэропортов — исторически рассматривалось как исключительная прерогатива государства. Однако в последние десятилетия ситуация изменилась. При росте требований к качеству инфраструктуры в условиях развития экономики все сильнее сказывается бюджетный дефицит и организационные недостатки, объективно присущие системе государственного управления. Вместе с тем попытки применения полной приватизации в этом секторе оказываются, как правило, неудачными, поскольку частные владельцы действуют исключительно в интересах извлечения прибыли, не заботясь о сохранении общественной направленности приватизированных предприятий.

В зависимости от характера решаемых в рамках ГЧП конкретных задач все множество существующих и постоянно вновь возникающих форм партнерств можно подразделить на отдельные модели. Очевидно, что любое такое деление в значительной степени условно, и во многих случаях партнерства используют и развивают формы, базирующиеся на преимуществах разных моделей и их сочетании. Тем не менее различаются организационные модели, модели финансирования и модели кооперации.

По этой причине в мировой практике все большее распространение получают механизмы государственно-частного партнерства (ГЧП), которое является "промежуточным" решением между стопроцентно государственным предоставлением услуг и полной приватизацией. Для сторон государственно-частного партнерства важно учитывать риски и их распределение в заранее определенных пропорциях.

Таким образом, в числе базовых признаков государственно-частных партнерств в экономической трактовке можно назвать следующие:

- сторонами государственно-частного партнерства являются государство и частный сектор;
- взаимодействие сторон закрепляется на официальной, юридической основе;
- взаимодействие сторон имеет равноправный характер;
- государственно-частное партнерство имеет четко выраженную публичную, общественную направленность;
- в процессе реализации проектов на основе государственно-частного партнерства консолидируются ресурсы и вклады сторон;
- финансовые риски и затраты, а также достигнутые результаты распределяются между сторонами в заранее определенных пропорциях.

Мировой опыт государственно-частного партнёрства к настоящему времени достаточно обширен, обозначились определенные предпочтения при выборе его конкретных форм и методов в отдельных сферах. Если подходить к партнерству по этому признаку, то можно выделить базовые модели, характеризующиеся специфическими формами отношений собственности, управления и источниками финансирования.

При реализации проектов государственно-частного партнерства в рамках его организационно-правовых моделей задействуются разнообразные конкретные формы сотрудничества государственных структур и предприятий частного бизнеса. Разнообразие механизмов, форм и методов государственно-частного партнерства позволяет достаточно широко использовать возможности частного капитала в решении государством многих проблем, связанных с публичным интересом. В отраслях производственной, транспортной и социальной инфраструктуры применяются все варианты концессионных соглашений, совместные предприятия с участием государственного и частного капитала, а также проекты, основанные на договорах гражданского и публичного права.

Вместе с тем факторами торможения процессов логистизации транспортной сферы являются морально и физически устаревшие основные фонды, дефицит капиталовложений, последствия санкций, сильные

различия российских регионов по уровню инфраструктурного обеспечения, низкий уровень развития внутрикорпоративной и межфирменной координации сопряженных бизнес-процессов, недостаточное использование сквозных логистических технологий при организации мульти- и интермодальных грузоперевозок в международном сообщении, сложности формирования в крупных транспортных узлах МТЛЦ, отвечающих требованиям международных стандартов, недостаток квалифицированных кадров в сфере логистики и управления цепями поставок.

Сегодня на рынке транспортных услуг появляется множество новых структур, складываются новые отношения между грузоперевозчиками и их бизнес-партнерами, оптимизируются экономические связи внутри отдельных компаний и всего транспортного комплекса, развиваются кластерные модели интеграции. В этой связи проблема формирования логистически-ориентированной системы бизнес-партнерства в транспортной сфере с развитием эффективных форм межфирменного и внутрикорпоративного взаимодействия становится все более актуальной и масштабной.

В условиях дефицита финансирования субъектов транспортного комплекса ситуация приближается к кризисной, качество и безопасность перевозок находятся под угрозой. Решение проблемы может быть найдено на основе консолидации ресурсов государства и частного транспортно-логистического бизнеса с использованием различных форм и механизмов государственно-частного партнерства (ГЧП). С оценки возможностей развития ГЧП мы и начнем рассмотрение проблематики бизнес-партнерства в сфере транспортной логистики.

Являясь объектами логистической инфраструктуры, логистические центры в настоящее время создаются и функционируют в условиях значительной нестабильности экономической необходимости привлечения инвестиций, высокоэффективных методов и способов управления их деятельностью. Затраты на строительство и дальнейшую эксплуатацию логистических центров, в конечном счете, несет их пользователи, поэтому одним из решений данной проблемы, является государственно-частного партнерство.

Безусловно, основным источником финансирования проектов по строительству логистических центров в рамках государственно-частного партнерства, должен быть частный капитал, ведь концепция ГЧП заключается в объединении административного, материального (нематериального) ресурса государства с финансовыми возможностями и предпринимательской инициативой частного сектора.

Государственно-частное партнерство дает возможность финансирования проекта по строительству логистических центров из разных источников и комбинирования собственных и заемных средств, наиболее распространенные источники финансирования, которые могут применяться при строительстве логистических центров. Пропорции в использовании источников финансирования, равно как и решение о том, какую форму финансирования использовать, будет зависеть от доступности финансирования на рынке и желания кредиторов нести определенные риски в соответствии развитием и колебанием рынка.

Таким образом, государственно-частное альтернативы в виде привлечения новых источников частного финансирования и управления с сохранением за государством права собственности. Такие партнерства позволяют создавать «эффект рычага» и привлекать частный капитал для повышения эффективности использования бюджетных средств, а также позволяют реализовывать преимущественно от привлечения частного сектора для создания, управления и предоставления логистических и инфраструктурных услуг.

Среди направлений развития логистического обеспечения интегрированных внутрихозяйственных и снабженческо-сбытовых операций можно выделить систематическое совершенствование договорной работы и оптимизацию состава бизнес-партнеров с учетом надежности и гибкости их подходов к взаимодействию, укрепление хозяйственных связей на основе максимально точного выполнения временных, адресных (территориальных) количественных и ассортиментных характеристик поставок (перевозок), гибкую ценовую политику, развитие дополнительных логистических услуг, в том числе складских и сервисных, немедленное реагирование на изменяющиеся предложения и запросы рынка, повышение эффективности системы складирования, оптимизацию уровня запасов, рационализацию тары и упаковки, унификацию грузовых единиц, оптимизацию величины заказов, разработку наиболее целесообразных маршрутов перемещения грузов на складах компании и за их пределами. Таким образом, государство выполняет в проектах государственно-частного партнерства разнообразные функции, в значительной степени определяющие успех проекта: частичное финансирование, обеспечение институциональной среды, рисков – путем гарантирования возврата кредитов как напрямую, так и косвенно. Помимо прямого финансирования государство может оказывать поддержку частному сектору в реализации проектов ГЧП.

Также следует учесть высокую ресурсоемкость, длинные сроки окупаемости проектов ГЧП по созданию логистических центров и недостаточность собственного капитала частных организаций. В связи с чем, необходимо использовать финансирование. Такими могут являться средства банков, инвестиционных фондов, ресурсы государства, представляемые под реализацию конкретных проектов на возмездной или безвозмездной основе, гранты и субсидии фондов развития.

РЫНОК ТРУДА В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ И ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

Механизм регулирования рынка труда охватывает весь спектр экономических, юридических, социальных и психологических факторов, определяющих функционирование данного рынка. Все указанные факторы находятся в разных странах в различном состоянии в зависимости от экономических и исторических условий развития рыночной экономики. Эти различия при наличии общих элементов (компонентов) привели к формированию разных моделей рынка труда.

Для экономической системы источником выступают затраты на воспроизводство рабочей силы, в границах стоимости рабочей силы и той её части, которая определяется ценой рабочей силы или её оплатой.

Теория воспроизводства человеческого капитала испытывает трудности формирования и развития. По своей целевой установке она достаточно привлекательна и перспективна не только в теоретическом, но и в практическом плане. Её зрелость и завершенность позволили бы создать механизм преодоления множества противоречий в развитии социально-экономических систем и общества в целом, определить, обосновать принципиальную возможность разрешения главного противоречия, противоречия между трудом и капиталом, снять, как минимум, остроту этого противоречия, столь существенно влияющего на судьбу современного мира, перспективы развития социума.

Для возобновления процесса производства необходимо возмещение затраченных факторов – через оплату труда рабочей силы, через амортизацию основных фондов и приобретение оборотных фондов (через цены). На этом этапе (возмещение), как правило, решается проблема расширения масштабов производства (количества) и его качества (кокурентоспособность).

В этот процесс в условиях рыночной экономики вступают такие факторы, как возвышение потребностей (цен), прирост факторов. И то, и другое осуществляются через спрос и предложение, а следовательно, цены на факторы производства и рабочую силу должны отражать её стоимость, т.е. условия воспроизводства рабочей силы, её количество, качество, здоровье, интересы к труду и т.д., т.е. формируется система производственных отношений, саморегулируемых (классическая политическая экономия) в условиях свободной конкуренции и регулируемых (Кейнс и его последователи). Пока это ещё экономическая теория, в том или ином варианте представленная и в настоящее время.

Опыт показал несостоятельность саморегулирования и государственного регулирования рыночной экономики, не дающих гарантий от нарушения макроэкономического равновесия с его негативными последствиями.

В настоящее время, когда активизируются процессы модернизации экономики, становится крайне актуальным формирование гибкого рынка труда, позволяющего решать проблемы обеспечения рациональной занятости рабочей силы, адекватно меняющимся внешним условиям. В этом направлении предстоит осуществить следующие меры:

- существенно расширить инфраструктуру рынка труда, позволив частным биржам труда заниматься трудоустройством, стимулируя создание кадровых агентств, осуществляющих набор, отбор, оценку кадров, создав мощную сферу частных учебных фирм, осуществляющих подготовку, переподготовку и переобучение кадров, причём для этого нужно создать хорошую законодательную базу, стимулирующую развитие всей этой инфраструктуры;

- создать систему информационного обеспечения безработных лиц и интересующихся гражданами в вопросах поиска работы, возможностях повышения квалификации, обучения и переобучения, планирования карьеры и т.д., используя для этого всевозможные средства передачи информации;

- внедрить и развить механизмы социального партнёрства, позволяющие повысить роль труда, его оплату, качество и производительность, создав для этого законодательную базу, среду, способствующую развитию конкуренции между ними;

- предусмотреть в системе высшего образования подготовку квалифицированных кадров по направлению «кадровый менеджмент», популяризовать данный вид профессии, содействовать его широкому внедрению на предприятиях;

- децентрализовать методы принятия решений в системе профессионального образования, позволив профессиональным колледжам самостоятельно формировать программы подготовки кадров в сотрудничестве с предприятиями, учреждениями и организациями, исходя из требований местного рынка труда, а на руководящие инстанции возложить функции контроля за качеством и целеориентированностью реализации программ подготовки кадров.

- внедрить систему выборочных мониторинговых обследований предприятий в целях определения профессионально-квалификационной структуры занятых и прогнозирования тенденций спроса на кадры в

среднесрочной перспективе на базе Министерства труда и социальной защиты населения Республики Узбекистан.

Реализация вышеназванных задач на практике позволит создать саморазвивающуюся и саморегулирующуюся систему нивелирования спроса на кадры и их предложения на рынке труда в соответствии с принципами рыночной экономики. При этом, прямое регулирование рынка труда, традиционно осуществляемое государством, будет заменено саморегулированием рынка труда.

В практике деятельности государственных структур, связанных с функционированием рынка труда, он рассматривается с учетом различных социально-экономических факторов, а также политических проблем, исходя из принципа единства социальных и экономических процессов. При этом под эффективной политикой на рынке труда понимается прежде всего проведение активной политики занятости, улучшение функционирования рынка труда и создание эффективной сети специальных институтов и социальной инфраструктуры, действующих в соответствии с рынком, а не наперекор ему, с тем, чтобы мотивированное поведение трудящихся и предприятий было не только взаимно совместимым, но также социально и политически приемлемым.

В условиях рыночной системы хозяйствования процессы, происходящие на рынке труда, всегда взаимосвязаны с общими тенденциями экономического роста. Многие ученые с мировым именем обращали свой научный интерес к этим процессам в рамках изучения важнейших особенностей функционирования рыночной экономики в целом, формируя известные научные школы и направления.

Изучение общих тенденций функционирования рынка труда, как показывает мировая практика, позволяет выявить, что высокий уровень экономического роста всегда сопровождается революционной перестройкой рынка труда. В Европе в процессе формирования современной рыночной экономики промышленная революция соответствовала новому разделению труда, которое окончательно сформировало его механизмы, однако это произошло не без разрушительных социальных последствий. Так, одной из необходимых составляющих успешного развития английского капитализма был избыток дешевой рабочей силы, которая перетекала из деревень и семейных мастерских на фабрики и мануфактуры.

Однако не весь международный опыт следует вслепую копировать. Так, для названных двух стран характерно, что первоначально это были военные режимы, которые железной рукой повели экономику по пути быстрого роста, что сопровождалось большими социальными издержками, на наш взгляд, совершенно недопустимыми в современных условиях Узбекистана. Вместе с тем, положительной стороной здесь было то, что правительства получили прочную поддержку предпринимателей и среднего класса, видевших в них гарантию своего благосостояния и роста доходов.

На отечественном рынке труда такие тенденции проявляются пока еще не в полной мере, за исключением несомненного факта наличия дешевой и достаточно высокопроизводительной рабочей силы. В силу ряда особенностей демографического характера создаваемые новые рабочие места едва успевают за тенденциями общего роста населения, а потенциально свободная рабочая сила зачастую привязана к своим экономически неэффективным рабочим местам и характеризуется традиционно низким уровнем миграции по стране.

Конечно, экономический подъем нельзя смоделировать в кабинетах, но есть вещи очевидные. Необходимо создать условия для опережающего роста предложения труда над спросом. Сам механизм взаимодействия спроса и предложения в условиях равновесного рынка труда хорошо известен. Так, общая абстрактная модель рынка труда предполагает следующие его основные характеристики: наличие большого числа независимых друг от друга конкурирующих между собой покупателей и продавцов. В процессе конкуренции цена трудовых затрат и услуг устанавливается на таком уровне, при котором спрос равен предложению. При этом цена, при которой спрос равен предложению, называется равновесной, а рынок, на котором цена колеблется вокруг равновесного уровня, равновесным рынком.

Большинство населения даже самых развитых стран способно лишь занимать готовые рабочие места, и только малая часть может открывать новые. Практика многих десятилетий развития рыночной экономики в западных странах демонстрирует, что создатели новых эффективных рабочих мест появлялись при любом экономическом подъеме. Основные задачи, которые они перед собой ставили, были следующими: господствовать над самым главным в новых технологиях, обеспечить высокий уровень кадрового потенциала своих предприятий и профессионально знать рынки, чтобы быть способными самим ориентировать свое производство.

Литературы

1. Данные Международной организации труда // <http://www.ilo.org>.
2. Данные Международной организации труда // <http://www.ilo.org>.
3. Указ Президента Республики Узбекистан от 17 января 2019 года №635 «О Государственной программе по реализации Стратегии действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан в 2017-2021 годах в “Год активных инвестиций и социального развития”».
4. 2.Эргашев Р. Х., Хамраева С. Н., Файзиева Ш. Ш. Инновационное развитие инфраструктуры сельского хозяйства: проблемы и пути его достижения //Феномен рыночного хозяйства: от истоков до наших дней. Партнерство в условиях риска и неопределенности. – 2020. – С. 310-319.

УПРАВЛЕНИЕ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК В СТРОИТЕЛЬСТВЕ С ПОЗИЦИИ ФИНАНСОВЫХ ПОТОКОВ

Одним из приоритетных направлений развития современной экономики Республики Беларусь является строительный комплекс и его основные составляющие организации строительной отрасли. Деятельность данных организаций во многом определяет состояние экономики и решение социальных задач общества. Как показал анализ, наряду с положительными тенденциями в строительной отрасли существует ряд проблем, затрудняющих ее дальнейшее развитие. Реализация принятых нормативных документов определяющих развитие строительной отрасли требует перемен в методах управления цепями поставок. Управление цепями поставок на основе финансовых потоков строительных организаций, позволит решить проблемы неплатежеспособности, улучшит финансовое положение организаций, повысит конкурентоспособность выполняемых ими работ на рынках.

Строительство доступного и комфортного жилья, снижение стоимости и гарантия качества строительства – основные пути развития строительного комплекса, предусмотренные программой социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016-2020 годы. В соответствии с которой, главными задачами строительного комплекса и предприятий промышленности строительных материалов являются повышение конкурентоспособности продукции за счет инноваций, которые будут способствовать снижению затрат и росту качества продукции. Продукция предприятий промышленности строительных материалов имеет высокий уровень материалоемкости, материальные затраты составляют максимальную долю в общем составе затрат по выпуску продукции. Требования к управлению финансовыми потоками в цепях поставок имеют прямое отношение к общей структуре затрат и материальным затратам [1]. В модели управления цепями поставок и финансовыми потоками в них, они напрямую связаны с элементом – исходящим потоком.

Основные проблемы строительного комплекса это:

1. снижение объемов выпускаемой продукции и выполняемых работ;
2. низкий уровень использования инновационных технологий в процессе производства и управления;
3. низкий уровень рентабельности производства и продаж;
4. высокий уровень материальных затрат [2].

Для решения ряда указанных проблем актуально моделирование основных финансовых потоков с использованием ценовой стратегии основанной на различных вариантах применения систем налогообложения. Достижения максимального по объему входящего финансового потока цепей поставок с наименьшими затратами, возможно при внедрении в практику инновационных разработок, как для отдельных организаций, так и для цепей поставок в целом.

Управление строительным комплексом путем формирования оптимальных цепей поставок с позиции финансовых потоков, позволяет увязать звенья цепи через финансовые и материальные потоки, а также предусмотреть более результативное выполнение функций координации на всех этапах потоковых процессов в цепях поставок. Применение инновационной разработки позволит снизить затраты на каждом участке цепи, а применение различных вариантов экономического обоснования стоимости в соответствии с действующими системами налогообложения позволит увеличить входящие финансовые потоки (выручку) за счет увеличения объемов реализации. Увеличение входящих финансовых потоков и снижение исходящих финансовых потоков повысит эффективность всей цепи и будет выгодно потребителю любого уровня. Для предприятия промышленности строительных материалов, таким станет применение нового конструктивного решения.

В результате реализации мероприятий по внедрению использования в строительстве инновационных разработок, предприятия промышленности строительных материалов получают прибыль, как основной источник эффективности финансовых потоков в цепях поставок организаций строительного комплекса в целом и промышленности строительных материалов в частности.

Список литературы

1. Постановление Совета Министров Республики Беларусь № 969 от 31.12.2019 г. / Об утверждении объемов строительства жилья [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 12.09.2020.
2. Постановление Совета Министров Республики Беларусь № 969 от 31.12.2019 г. / Об утверждении объемов строительства жилья [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 12.09.2020.

Молодиченко Д. А., магістрант, гр. МОМ-19, ФБСО
Науковий керівник: Орлова К. Є. к.е.н., доц.,
кафедри менеджменту і підприємництва
Державний університет «Житомирська політехніка»

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

В економічній науці проблема конкурентоспроможності, як сукупності притаманних економіці певної країни факторів, здатних забезпечувати пропозицію товарів і послуг, виготовлених за найкращих умов, є однією із найважливіших, оскільки саме в її межах вирішується чимало важливих проблем соціального та економічного розвитку країни. У сучасних умовах, коли кількість підприємств, що пропонують свої товари і послуги, постійно зростає, забезпечення і збереження належного рівня конкурентоспроможності є ключовим завданням кожного вітчизняного підприємства, котре прагне зміцнити свої позиції як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Найбільш узагальнено конкурентоспроможність підприємства можна визначити як потенційну або реалізовану здатність економічного суб'єкта до ефективного довготривалого функціонування у нестабільному зовнішньому середовищі.

Конкурентоспроможність підприємства ґрунтується на:

- конкурентних перевагах підприємства;
- здатності підприємства витримувати конкуренцію на певному ринку;
- позиції даного підприємства відносно конкурентів.

Одним із способів забезпечення і збереження підприємствами конкурентних переваг є диверсифікація його діяльності. Проблематика визначення ефективності диверсифікації досліджувалася такими вченими, як А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд, Р. Гріфін, І. Ансофф, Г. Мінцберг, М. Портер, Ч. Беррі та інші. Водночас, складність диверсифікації як економічного явища обумовлює доцільність подальших досліджень щодо ідентифікації сутності та визначення ключових форм / напрямів диверсифікації.

Якщо систематизувати визначення поняття диверсифікації вітчизняними та зарубіжними вченими, то їх можна звести до наступного: «диверсифікація» – це розширення номенклатури товарів (послуг) підприємства за рахунок споріднених чи нових, які можуть виготовлятися і збуватися з використанням існуючого потенціалу, а також розвиток діяльності фірми в абсолютно нових для неї галузях. Крім того, в частині зарубіжних публікацій диверсифікацію розглядають як засіб управління фінансовими та операційними ризиками та як один з напрямів стратегічного розвитку підприємств. Серед існуючих вітчизняних трактувань найбільш адаптованими до сучасних умов є наступні визначення диверсифікації:

- стратегія, яку вибирають фірми, що прагнуть вижити, підвищити ефективність та знизити ризик за рахунок освоєння нових напрямів діяльності;
- елемент антикризового управління, який включає в себе, як розширення асортименту виробленої продукції або спектра наданих послуг, так і вихід за межі основної діяльності, з метою забезпечення стабільних умов функціонування підприємства за рахунок, насамперед, внутрішніх резервів інноваційного розвитку.

Отже, узагальнюючи вищезазначене, можемо стверджувати, що диверсифікація є інструментом стратегічного розвитку підприємства, що забезпечує розширення сфери його діяльності на інші, споріднені або неспоріднені, напрями. Залежно від того, за рахунок яких саме видів діяльності / видів продукції / послуг відбувається таке розширення, прийнято виділяти форми диверсифікації:

1. Вертикальна або концентрична диверсифікація – передбачає розширення існуючого спектру видів діяльності за рахунок таких, що пов'язані із існуючими за технологічним циклом. Наприклад, для сільськогосподарського підприємства, що здійснює вирощування пшениці, вертикальна диверсифікація передбачатиме виробництво борошна.

2. Горизонтальна диверсифікація – передбачає освоєння нових видів діяльності, які не пов'язані із існуючими за технологічним циклом, проте орієнтовані на тих самих споживачів. Наприклад, для виробника одягу прикладом реалізації стратегії горизонтальної диверсифікації буде запровадження виробництва взуття для існуючого сегменту споживачів.

3. Конгломератна диверсифікація – базується на розширенні існуючого асортименту за рахунок видів продукції / послуг, які жодним чином не пов'язані з поточним предметом діяльності підприємства. Наприклад, виробник макаронних виробів може запровадити надання транспортних послуг з вантажного перевезення. Конгломератна диверсифікація є найбільш складною формою та вимагає значних ресурсів, тож, зазвичай, реалізується великими підприємствами із вагомим потенціалом.

Отже, диверсифікація є важливим інструментом забезпечення конкурентоспроможності підприємства у сучасних змінних умовах, та вирішує завдання, пов'язані із збільшенням обсягів доходів та прибутку підприємств. Залежно від існуючої ринкової ситуації, а також від наявних ресурсів підприємства можуть впроваджувати різні форми диверсифікації.

Носко Н.В., старший преподаватель
Носко О.П., студентка, гр. А-39, СФ
Брестский государственный технический университет

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ФОРМ И СТРУКТУР УПРАВЛЕНИЯ СТРОИТЕЛЬСТВОМ

Анализ организационных аспектов трансформации экономической системы и перспективных форм организации управления социально-экономических систем предполагает, в первую очередь, решение проблемы организационных преобразований строительной системы с макроэкономических позиций. Методологической основой решения этой сложной проблемы является системный подход.

Функционирование системы управления в строительстве является нормальным только в случае органического и гармоничного взаимодействия всех ее элементов, несмотря на то, что каждый из них играет самостоятельную роль в реализации целой системы.

При разработке организационной структуры строительная организация рассматривается как условно замкнутая система, то есть такая система, в которой изменение мощности или специализации одной из составляющих структуры этой организации оказывает влияние на мощность и специализацию других собственных подразделений, как выполняющих такой же набор работ, так и связанных с ней технологически.

Приведение структуры управления строительного производства в соответствие с изменяющимися условиями должно происходить на основе комплексного проектирования систем управления, включающего выбор целей функционирования, формирование состава решений, реализующих выбранные цели, проектирование технологии подготовки управленческих решений, формирование структуры управления. Поэтому важно, чтобы она соответствовала ряду требований (табл. 1).

В целом, при выборе организационной структуры наиболее значимыми, считают О.С. Виханский и А.И. Наумов [2], являются следующие факторы:

- размер и степень разнообразия деятельности, присущие организации;
 - географическое размещение организации;
 - технология;
 - отношение к организации со стороны руководителей и сотрудников организации;
 - динамизм внешней среды;
- стратегия, реализуемая организацией.

Проектируя современную модель эффективного бизнеса строительного предприятия необходимо учитывать факторы, влияющих на формирование организационных форм и структур управления строительством. За основу взята классификация, представленная в научной работе Н.Г. Аракелян [3].

Таблица 1

Требования к структуре управления

Требования	Основные положения
Целенаправленность	Ориентация на достижение ряда целей, в первую очередь, способствую реализации организацией миссии.
Перспективность	В рамках ОСУ необходима работа не только над оперативными проблемами, но и над определением и проработкой стратегии, связанной с будущим развитием организации.
Оптимальность	Сокращение числа ступеней и уровней управления при установлении рациональных связей между ступенями, уровнями и звеньями управления.
Способность к развитию	В условиях совершенствования производства, изменений условий функционирования ОСУ должна быть гибкой для восприятия корректирующих воздействий.
Устойчивость	Неизменность основных свойств, целостность функционирования ОСУ и ее элементов, в краткосрочном периоде, при различных внешних воздействиях, немедленная выработка контрмер, возвращающих систему в прежнее состояние.
Оперативность	Быстрота реакции на принятие управленческих решений, а также быстрое и четкое их доведение до управляемой системы.
Надежность	Достоверность передачи всей информации от управляющей системы к управляемой и обратно.
Экономичность	Достижение необходимого эффекта от управления, при минимальных затратах на управленческий аппарат.

Источник: составлено автором на основе [1].

Организационно-технологические:

- схожие типы возводимых объектов и их конструктивные решения;
- сопоставимый объем (масштаб) выполняемых работ;
- территориальное размещение объектов;
- устойчивые и взаимовыгодные связи между производственными единицами в едином технологическом процессе;
- уровень организации труда, механизации и автоматизации строительного производства;
- технологическая однородность производственных процессов и видов работ, выражающаяся в однородности используемых машин и оборудования, строительных материалов и конструкций, технологических приемов и операций;
- возможность обеспечения внутригодовой равномерности производства строительного-монтажных работ и использования трудовых ресурсов;
- возможность оперативной корректировки проектно-сметной документации по объекту;
- организационно-технологическая замкнутость производственного цикла;
- прогрессивность применяемых технологий;
- лучшие условия по реализации инноваций.

Экономические и управленческие:

- возможность повышения конкурентоспособности организации;
- возможность получения приемлемой прибыли и ее наращивания;
- обеспечение сбалансированности производственной программы с мощностью строительной организации;
- более эффективное использование ресурсов;
- упрощение взаимодействия с властями региона и другими его субъектами;
- получение преимуществ в налогообложении и упрощение отчетности;
- стабильность кадров;
- возможность привлечения крупных заемных средств;
- устранение дублирования управленческих функций;
- предотвращение негативных последствий рисков;
- создание единого информационного пространства.

Социально-психологические:

- уровень квалификации работников, занятых в строительстве;
- социально-психологические особенности коллективов и индивидов;
- заинтересованность в результатах труда (моральные и материальные стимулы);
- стиль управления;
- сопоставимость результата труда в натуральном и денежном выражении.

Внешние связи:

- профсоюзные, общественные организации и их влияние на систему управления;
- количество заказчиков, поставщиков, проектных, научно-исследовательских и снабженческих организаций и их влияние на строительство;
- взаимовыгодные взаимодействия с внешними организациями.

Такие факторы как специализация, кооперирование и комбинирование, развиваясь в определенных сочетаниях и пропорциях, формируют производственную структуру организации и служат основой для построения систем управления этими организациями.

Таким образом, все сказанное позволяет сделать вывод о том, что чем совершеннее структура управления, тем эффективнее воздействие на объект управления и выше результативность работы предприятия.

Список использованных источников:

1. Мильнер, Б.З. Теория организации: Учебник / Б.З. Мильнер. – 8-е изд., перераб. и доп. – Москва: ИНФРА-М, 2019.– 848 с.
2. Виханский, О.С. Менеджмент: Учебник / Виханский О.С., Наумов А.И. – 6-е изд., перераб. и доп. – Москва: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2019. – 656 с.
3. Аракелян Н.Г. Формирование структуры управления строительством в регионе с учетом зонирования строительных организаций: Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. – М., 1988. – 124 с.

УДК 331.101.6

Постриган В.С., магістрант ФБСО
Мальованна А.О., магістрант ФБСО
Науковий керівник: Виговський В.Г.к.е.н., доц.
кафедри менеджменту і підприємництва
Державний університет «Житомирська політехніка»

ВИЗНАЧЕННЯ ВПЛИВУ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ПРОДУКТИВНІСТЬ ПРАЦІ ДП «НОВОГРАД-ВОЛИНСЬКЕ ДОСВІДНЕ ЛІСОМИСЛИВСЬКЕ ГОСПОДАРСТВО»

Продуктивність праці – найважливіший якісний показник використання трудових ресурсів підприємства і головний фактор зростання обсягів виробництва продукції. Ефективність використання трудових ресурсів відображається у показниках продуктивності праці. Зростання продуктивності праці є умовою збільшення обсягів виробництва продукції, основним чинником економічного зростання. Іншими словами, під продуктивністю праці розуміють результативність праці або здатність людини виробляти за одиницю часу певний обсяг продукції.

Продуктивність праці важливо оцінювати за обсягами чистого доходу від реалізації продукції та чистим фінансовим результатом у поєднанні із обсягами зростання витрат на оплату праці та інше матеріальне стимулювання працівників.

Для визначення впливу мотивації персоналу на ефективність фінансово-економічної діяльності підприємства побудовано багатofакторну лінійну модель нормальної регресії. Результуючим показником обрано чистий дохід підприємства, так як він є результатом опосередкованого впливу мотивації праці.

Факторами, які мають зв'язок із мотивацією персоналу, та які істотно впливають на чистий дохід підприємства, було обрано: основну заробітну плату (X_1), додаткову заробітну плату (X_2), чисельність працівників (X_3). Так як ми оцінюємо вплив трьох факторів на показник чистого доходу, то обсяг вибірки буде обширний і міститиме дані з 2012 по 2018 роки, адже кількість якісних змінних має бути зваженою до числа спостережень, для того щоб модель була адекватною (табл. 1).

Таблиця 1

Вхідні дані для побудови багатofакторної моделі

Рік	Чистий дохід, тис. грн. (У)	Фактори		
		Основна ЗП, тис. грн. (X_1)	Додаткова ЗП, тис. грн. (X_2)	Чисельність працівників (X_3), чол.
2013	107916	28127	7398	609
2014	118932	30143	8448	609
2015	129917	31852	9212	611
2016	130910	33440	12624	651
2017	153653	44899	14246	629
2018	171145	58444	14985	656
2019	197474	62836	15709	652

Можемо проаналізувати отримані результати:

1. Показник адекватності моделі $\mu = 2.321079\%$ (<5%) – це означає модель є адекватною статистичним даним і її можна застосовувати.

2. Показник кореляції $R = 0,970641$ показує, що присутній дуже сильний прямий зв'язок між чистим доходом та факторами.

3. Показник детермінації $R^2 = 0,9421437$ задовольняє нормативним вимогам побудови лінійної моделі.

4. Аналіз довірчих інтервалів моделі $\beta = (1,15852 \times 10^5 \quad -9,876645 \quad 19,681462 \quad -103,737997)$ показав, що найбільшого позитивного ефекту можна досягти за допомогою маніпуляції додатковою зарплатою. При збільшенні додаткової зарплати на 1 тис. грн. чистий дохід зростає на 19,681 тис.грн.

5. Аналізуючи коефіцієнти еластичності $\epsilon = (-2,431025 \quad 2,578 \quad -2,782151)$, можемо зробити висновок, що при зменшенні основної заробітної плати та чисельності працівників на 1% чистий дохід збільшиться

Секція 1. Сучасні моделі ефективного бізнесу підприємств

відповідно на 2,4% і 2,8%, при збільшенні додаткової заробітної плати на 1% чистий дохід збільшиться на 2,6%. Сумарна еластичність $\sum e = -2,635176$ показує, що при зменшенні всіх факторів на 1% чистий дохід зросте на 2,6%.

Головним фактором трудової активності працівників на підприємстві є заробітна плата. Тому ми провели кореляційний аналіз продуктивності праці, щоб визначити, яким чином на цей показник впливає підвищення заробітної плати.

За допомогою кореляційного аналізу ми можемо проаналізувати вплив середньомісячної заробітної плати на продуктивність праці персоналу. Як функція використовується продуктивність праці (y), а як фактор-аргумент - середня заробітна плата (x) (табл. 2).

Таблиця 2

Кореляційний аналіз продуктивності праці

N	y_i	x_i	$x_i - \bar{x}$	$y_i - \bar{y}$	$(x_i - \bar{x})^2$	$(y_i - \bar{y})^2$	$(x_i - \bar{x}) \times (y_i - \bar{y})$
2015	31,87	1109,1	-558,52	-3,69	311946,82	13,63	2062,06
2016	46,1	1215,79	-263,63	-7,24	69501,83	52,45	1909,22
2017	60,1	1365,49	82,50	0,54	6805,92	0,29	44,38
2018	95,8	1660,38	205,17	-0,30	42093,91	0,09	-61,96
2019	100,6	2006,51	534,49	10,70	285677,42	114,45	5717,95
Σ	334,4	7355,27			716025,91	180,91	9671,66

На основі отриманих результатів з таблиці 2 проведемо розрахунки.

$$\bar{x} = \frac{7355,27}{5} = 1924,01$$

$$\bar{y} = \frac{334,4}{5} = 45,56$$

$$R = \frac{\sum (x_i - \bar{x}) \times (y_i - \bar{y})}{\sqrt{\sum (x_i - \bar{x})^2 \times \sum (y_i - \bar{y})^2}} = \frac{9671,66}{716025,91 \times 180,91} = \frac{9671,66}{\sqrt{129536247,378}} = \frac{9671,66}{113814} = 0,85$$

$$y = \frac{\sum (x_i - \bar{x}) \times (y_i - \bar{y})}{\sum (x_i - \bar{x})^2} \times (x_i - \bar{x}) + \bar{y} = \frac{9671,66}{716025,91} \times (x_i - 1924,01) + 45,56 = R = 0,85$$

$$= 0,0135x_i - 25,99 + 45,56 = -25,99 + 0,0135x_i$$

$$R^2 = 0,72 \text{ або } 0,72\%$$

$$y = -25,99 + 0,0135x_i$$

Як видно з наведених розрахунків, коефіцієнт кореляції складає 0,85, що свідчить про сильний прямий зв'язок заробітної плати з продуктивністю праці, тобто підвищення середньої заробітної плати призводить до збільшення продуктивності праці

Коефіцієнт детермінації $R^2=0,72$, тобто показує, що продуктивність праці залежить на 72% від заробітної плати. Отримане лінійне рівняння регресії і коефіцієнт регресії при "x" свідчать, що в середньому при зростанні середньої заробітної плати на 100 грн. продуктивність праці зросте на 1,35%. Отже, рівень продуктивності праці напряму залежить від матеріального її стимулювання.

ФОРМИРОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН

Инвестиционная политика означает не только законы, постановления и управление, защита собственности, но и для устойчивого развития инвестиций понятны цель и ожидаемые результаты воздействия. Инвестиционная политика, формирование и развитие влияют на решения инвесторов. В законах об инвестиционной политике указывается уровень прозрачности страны в области инвестирования, а также предоставляется список секторов куда не разрешено вложение инвестиций.

Взаимовыгодное сотрудничество с зарубежными партнерами убедительно, так как в Узбекистане созданы все условия для укрепления доверия иностранных инвесторов. Государственная инвестиционная политика страны рассчитана на долгосрочную перспективу и направлена на создание всех необходимых условий для эффективной работы инвесторов. К тому же все предпосылки для этого есть: выгодное географическое положение, развитая транспортная сеть, наличие достаточных и недорогих природных ресурсов, высокий уровень развития производственной и социальной инфраструктуры, квалифицированные кадры и другие факторы, позволяющие заглядывать инвесторам далеко в будущее.²

Инвестиционная политика – это система мер, направленная на стимулирование инвестиционной активности, включая формирование благоприятного инвестиционного климата, привлечение дополнительных источников инвестирования и создание единых стандартов обоснования эффективности инвестиций. Стратегической целью государственной инвестиционной политики является модернизация экономики, способная обеспечить эффективное экономическое развитие государства.

За последние годы Республика Узбекистан широко развивает свой инвестиционный потенциал, бизнес среду и инвестиционный климат. В Узбекистане создана широкая система правовых гарантий и льгот для иностранных инвесторов, разработана целостная система мер по стимулированию деятельности предприятий с иностранными инвестициями.

Углублению процессов структурных преобразований, модернизации и диверсификации промышленности способствовало осуществление активной инвестиционной политики.

В Послании Президента Республики Узбекистан Ш. Мирзиёева Олий Мажлису от 24 января 2020 г. отмечена особая важность привлечения инвестиций в экономику нашей страны: «Благодаря самоотверженному труду нашего народа мы достигли весомых результатов в 2019 г. – в Год активных инвестиций и социального развития. Значительно возрос приток инвестиций. Объем прямых иностранных инвестиций составил 4,2 млрд долл., что – обратите внимание – на 3,1 млрд долл., или в 3,7 раза, больше по сравнению с 2018 годом. Доля инвестиций в валовом внутреннем продукте достигла 37%».³

Иностранные инвесторы, а также их инвестиции в республике законодательно защищены и гарантированы государством. Основой регулирования инвестиционной деятельности является созданная в Республике Узбекистан национально-правовая база, куда входят принятые Законы Республики Узбекистан «Об иностранных инвестициях», «Об инвестиционной деятельности», «О гарантиях и мерах защиты прав иностранных инвесторов», «О свободных экономических зонах», а также ряд нормативно-правовых актов, принимаемых в форме решений Президента Республики Узбекистан и постановлений правительства.

На этой основе этими и другими актами установлены правовые гарантии, предоставлены более 380 льгот и преференций, предусмотренных в более 70 нормативно-правовых актах. В частности, более 70 льгот предусмотрены в налоговой, более 50 в таможенной, более 50 в банковской сферах и более 40 льгот и преференций предусмотрены в сфере иностранных инвестиций.

Отличительная особенность проводимой в Узбекистане инвестиционной политики состоит в том, что приоритет отдается инвестиционным проектам, направленным на создание новых высокотехнологичных производств, обеспечивающих глубокую переработку местных сырьевых ресурсов.

Важную роль в экономическом развитии Узбекистана играют прямые инвестиции, которые по отношению к другим формам притока иностранного капитала считаются наиболее полезными (создание новых рабочих мест, распространение современных научных знаний, техники и технологий; увеличение производственного потенциала и модернизации производства; увеличение налоговых поступлений в бюджет и т.д).

²Модернизация инвестиционной политики регионального развития: монография/ И.А. Арташина, Ю.Н. Жулькова. – Н.Новгород: НИУ РАНХиГС, 2012. – С. 6

³<https://president.uz/ru/lists/view/3324>

Республика Узбекистан обладает существенными преимуществами для привлечения иностранных инвестиций. Помимо выгодного географического расположения в Центральной Азии, а также социальной и политической стабильности, страна располагает значительными запасами богатых природных ресурсов, обладает большим потенциалом для дальнейшего развития промышленной и сельскохозяйственной инфраструктуры.

Со своей стороны государство гарантирует и защищает права иностранных инвесторов, осуществляющих инвестиционную деятельность на территории Республики Узбекистан. Если последующее законодательство Республики Узбекистан ухудшает условия инвестирования, то к иностранным инвесторам в течение 10 лет с момента инвестирования применяется законодательство, действовавшее на дату инвестирования. При этом иностранный инвестор имеет право по своему усмотрению в уведомительном порядке применять те положения нового законодательства, которые улучшают условия его инвестирования.

В Узбекистане успешно функционируют предприятия, полностью основанные на иностранном капитале и зарубежных методах корпоративного управления. Создание на базе собственного сырья импортозамещающих производств обеспечивает экономическую независимость страны. Опыт страны в реализации программ локализации показывает, особенно в части снижения зависимости от внешних рисков, формирования внутреннего спроса и насыщения рынка необходимыми потребительскими товарами и комплектующими изделиями. В результате проводимая в государстве активная инвестиционная политика, в свою очередь, обеспечивает в полной мере возможность пользоваться ресурсами, увеличению доходов местного и государственного бюджетов, увеличению степени производства, улучшению условий жизни населения, а также увеличению финансовой возможности.

На сегодняшний день одним из актуальных форм и методов государственного регулирования инвестиционной деятельности остаются такие, как разработка и осуществление государственных и инвестиционных программ и прямое управление государственными инвестициями; предоставление государственной помощи в виде дотаций, субсидий, субвенций, бюджетных ссуд на развитие отдельных территорий, отраслей, предприятий, производств; проведение финансовой и кредитной политики, политики ценообразования, амортизационной политики; контроль за соблюдением государственных норм и стандартов и др.

В рамках создания инвестиционного климата и развивающейся бизнес среды, был принят Указ Президента Республики Узбекистан «О мерах по кардинальному улучшению инвестиционного климата в Республике Узбекистан», который был принят 1 августа 2018 года. Этот документ предусматривает реализацию мер, направленных на кардинальное улучшение инвестиционного климата, повышение доверия инвесторов в последовательности государственной политики в данном направлении.

В этом Указе впервые был установлен принцип защиты доверия государству, который предусматривает механизмы защиты добросовестных инвесторов и субъектов предпринимательства от непредсказуемости административных действий должностных лиц. Указом Президента усилены правовые инструменты по защите собственника. В частности, усовершенствован порядок изъятия земельных участков для государственных и общественных нужд.

В связи с выше изложенным, в условиях Узбекистана предлагается реализовать следующее:

1. При формировании инвестиционной политики учитывать с учетом принципов, рекомендации международных организаций.
2. Ввести механизм регулирования и поощрения внутренних инвестиции
3. Разработать отдельный механизм разрешения инвестиционных споров, основанный на опыте некоторых зарубежных стран.

Литература

1. Модернизация инвестиционной политики регионального развития: монография/ И.А. Арташина, Ю.Н. Жулькова. – Н.Новгород: НИУ РАНХиГС, 2012. – С. 6
2. Эргашев Р.Х., Хамраева С.Н. Совершенствование механизмы инновационного развития инфраструктуры сельского хозяйства VI Международной научно-практической on-line конференции соискателей высшего образования и молодых ученых «Менеджмент субъектов хозяйствования: проблемы и перспективы развития» 19–21 декабря 2019 г. в г. Житомир, Украина, 355-361 с.
3. Эргашев Р. Х., Равшанов А. Д. Инновационной направления устойчивого развития аграрного сектора Узбекистана. – IV Международной Научно-практической конференции "Формирование эффективной модели развития предприятия в условиях рыночной экономики" Житомир, (24-25 ноября 2016 года). 325-327 стр.2016.

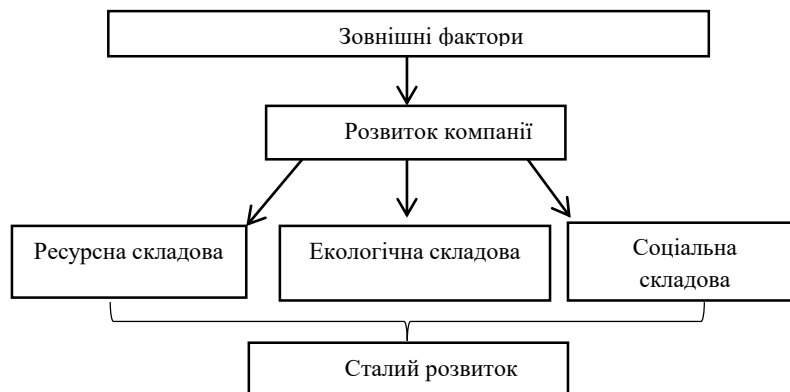
РЕАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ

Зосередження уваги на стратегії сучасної моделі бізнесу прямопропорційно впливає на розвиток компанії та її успіх в майбутньому. Правильно обраний вектор дає не тільки відповідний матеріальний результат, але й залишає слід в суспільстві.

У 2015 році 193 країни прийняли 17 глобальних цілей задля гармонійного розвитку світу. Більшість міжнародних компаній активно включились в підтримку міжнародних цілей шляхом їх реалізації та популяризації серед широких верств населення [1].

Орієнтуючись на інтеграцію з ЄС, Україна, її окремі регіони та підприємства мають впроваджувати найбільш прогресивні практики, зокрема і елементи концепції сталого розвитку. Тому доцільно розглянути концепцію ефективної бізнес-моделі сучасних підприємств в рамках цілей сталого розвитку в Україні.

Економічний вимір сталого розвитку є складовою і однією з важливих частин сучасного розвитку суспільства. Під сталим розвитком підприємства вбачають всі фактори виробництва, які при взаємодії призводять до ефективного та збалансованого розвитку соціально-економічної системи, і, шляхом адаптивності та гнучкості, ефективного його використання для нейтралізації зовнішніх дестабілізаційних чинників і, створених конкурентним середовищем, загроз без ризику для життєдіяльності підприємства [2].



**Рис.1. Схема сталого розвитку компанії
(складено авторами на основі ресурсу 6)**

Формування сучасного ефективного підприємства базується на чотирьох основних факторах:

- здатність до саморозвитку і гармонійної взаємодії з навколишнім світом, забезпечення стійких умов зростання та створення надійного середовища функціонування.
- раціональне використання природних ресурсів, збереження екології.
- підвищення якості життя власних працівників.
- взаємодія компанії і людей, популяризація цінностей і долучення інших до їх реалізації. Варто пам'ятати, що у 21 столітті компанія повинна бути соціально відповідальною [6].

Для того, щоб активно впровадити Цілі сталого розвитку в компанії, необхідно здійснити перший етап, а саме оцінку розвитку підприємства, яка заснована на таких принципах:

1. взаємозв'язок всіх систем компанії (економічної, екологічної, соціальної),
2. досягнення стійкого розвитку підприємства з урахуванням всіх факторів, що мають безпосередній вплив на зовнішнє середовище,
3. визначення мети та особистих цілей [3].

Другий етап аудиту полягає в наступному - розробка стратегій втілення цілей, аналіз та побудова концепції реалізації, створення планів та ідей.

Третій етап – затвердження вибору і пошуку альтернативних партнерів з спільною метою. Важливістю всіх трьох етапів є системний підхід, який визначає необхідність аналізу внутрішніх і зовнішніх факторів [5].

Як приєднатись до творення свідомого та прогресивного суспільства можна побачити на прикладі іноземних компаній. Компанія LEGO фінансує створення дитячих освітніх програм для досягнення Цілі 4 «Якісна освіта», NIKE використовує вторинну сировину для створення своїх новинок (Ціль 12 «Відповідальне споживання та виробництво»). Hewlett-Packard - випускає велику кількість реклам, які закликають до відповідальності. Microsoft - зменшила до 0% використання операцій, що спричиняють викид вуглецю. S&P Global - створила 12 команд з працівників, які локально підтримують екологічні ініціативи.

Зокрема, варто звернути увагу й на українські компанії, які зробили вагомий крок у досягненні цієї концепції. Компанія «Моршинська» в Україні виробила екологічно чисті пляшки, які в подальшому можуть перероблятися, а також запустила соціальний проєкт «Зелена торба», що закликає людей до сортування мусору та зменшення забруднення навколишнього середовища. Медіагрупа 1+1 створила декілька ініціатив з метою досягнення ментального та фізичного здоров'я працівників: медичне страхування, «Естафета добра», проєкт «Healthy LifeStyle», програма «Майндфулнес челендж» - гармонізація учасників свого внутрішнього світу, програма «ВЕЛЮРИТМ» та «Плюси біжать». Компанія «Carlsberg» втілила ряд проєктів у напрямку склопереробки: створені контейнери на 3 заводах України для збору склотари, представлено два прототипи паперових біорозкладних пляшок для пива, фінансування громадської організації «Україна без сміття», фінансування громадської організації «Україна без сміття», підтримка проєкту «Друге життя».

Узагальнюючи проведені дослідження, можна стверджувати, що формування сучасної ефективної моделі бізнесу неможливе без реалізації концепції сталого розвитку як в середині компанії, так і популяризації за її межами. Варто пам'ятати, що зараз компанії мають неабиякий вплив на суспільство, тому формування стійкої корпоративно-соціальної відповідальності та її демонстрація є невід'ємним фактором кожної прогресивної компанії.

Використані джерела

1. Внесок українського бізнесу в реалізацію Україною Цілей сталого розвитку 2016-2020 рр. [Електронний ресурс]: Центр «КСВ», 2020 – URL: <https://drive.google.com/file/d/1O-cFeNTNNKIVNsFpaZLPGoRilH1hIV16/view>
2. Гальчак Х. Р. Забезпечення сталого розвитку підприємства як основа формування соціальної відповідальності [Електронний ресурс]: Національний університет “Львівська політехніка”, 2016 – URL: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/34862/1/12_69-74.pdf
3. Грицина Л. Принципи сталого розвитку підприємств: порівняльний аналіз [Електронний ресурс]: «Економічний дискурс», 2017, випуск 1 – URL: <http://ed.pdatu.edu.ua/article/view/127289/122059>
4. Дідух С. М. Стратегія сталого розвитку підприємств з виробництва харчових продуктів та напоїв [Електронний ресурс]: 2015 – URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2015/115.pdf
5. Квятковська Л. А. Реалізація принципів концепції сталого розвитку в діяльності підприємства [Електронний ресурс]: Вісник соціально-економічних досліджень, 2013, випуск 1 – URL: file:///C:/Users/%D0%9A%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D1%82%D0%B8%D0%BB%D0%BE/Downloads/Vsed_2013_1_14.pdf
6. Корольова А. О., Іванченко В. О. Екологічна та ресурсна складова сталого розвитку підприємств України [Електронний ресурс]: Наукові записки, 2015 – URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/81589139.pdf>
7. How 17 Companies Are Tackling Sustainable Development Goals (and Your Company Can, Too) [Електронний ресурс]: SDGFUNDERS, 2016 – URL: <https://sdgfunders.org/blog/how-17-companies-are-tackling-sustainable-development-goals-and-your-company-can-too/>

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЯ ЖИВОТНОВОДСТВА

Направлением системной модернизации отрасли животноводства является создание конкурентоспособного производства животноводческой продукции, что предполагает активизацию инновационных процессов и разработка методологической базы. Поэтому разработка и внедрение новейших технологических и организационно-экономических решений требует уточнения комплекса вопросов, связанных развития животноводства на инновационной основе.

Основным механизмом достижения главной цели системы животноводства является инновационное развитие, а базовыми категориями, составляющими основу методологии его исследования – воспроизводство, эффективность, интенсификация, конкурентоспособность, инновация, инновационный процесс, инновационная деятельность, инновационная привлекательность, инновационная политика, инновационный капитал, инвестиции.

Воспроизводство, как непрерывный процесс воссоздания факторов производства (природных ресурсов, рабочей силы, средств производства), может происходить на простой, суженной и расширенной основе. Именно расширенное воспроизводство является ключевой целью инновационного развития системы животноводства и её подсистем.

Степень достижения целей каждой из стадий кругооборота капитала (денежной, производительной и товарной) определяет эффективность инновационного развития животноводства, а выбор путей её повышения – направления инновационных процессов в отрасли.

Инновационное развитие животноводства тесно связано с интенсификацией и является одной из форм её проявления, так как включает одновременно процесс расширенного воспроизводства и качественное совершенствование его стадий на основе внедрения достижений научно-технического прогресса.

Конкурентоспособность производства отражает качество хозяйствования в условиях конкурентного рынка, способность состязаться с аналогичными производителями и товарами по качеству, цене, издержкам и другим показателям с целью завоевания рынка и получения более высокой доходности. Степень достижения конкурентоспособности животноводства определяется уровнем его инновационного развития.

Инновация – конечный результат внедрения новой или усовершенствованной продукции (услуги), техники, технологии, организации производства, системы его управления с целью получения различных видов эффекта и ускорения процесса расширенного общественного воспроизводства.

Инновационная деятельность, применительно к животноводству, означает совокупность последовательно осуществляемых действий по созданию новой или улучшенной животноводческой продукции, усовершенствованной технологии и организации её производства, на основе использования результатов научных исследований и разработок, или передового производственного опыта с целью модернизации производства и выхода на новые рынки.

В процессе внедрения инновации в отрасли животноводства конечном итоге определяются следующие показатели:

- доля затрат на исследование и научные разработки в стоимости валовой продукции животноводства;
- доля животноводческих предприятий, осуществляющих инновационную деятельность в общем их числе;
- доля животноводческой продукции, произведенной по инновационным технологиям в её общем объеме;
- количество патентов, используемых в отрасли животноводства;
- сальдо экспортно-импортной технологий;
- сравнительный уровень доходности производства продукции по традиционным и инновационным технологиям и др.

Литература

1.Эргашев Р. Х., Хамраева С. Н., Файзиева Ш. Ш. Инновационное развитие инфраструктуры сельского хозяйства: проблемы и пути его достижения //Феномен рыночного хозяйства: от истоков до наших дней. Партнерство в условиях риска и неопределенности. – 2020. – С. 310-319.

2.Эргашев Р.Х., Хамраева С.Н. Совершенствование механизмы инновационного развития инфраструктуры сельского хозяйства VI Международной научно-практической on-line конференции соискателей высшего образования и молодых ученых «Менеджмент субъектов хозяйствования: проблемы и перспективы развития» 19–21 декабря 2019 г. в г. Житомир, Украина, 355-361 с.

ХМАРНІ SAAS ТЕХНОЛОГІЇ - ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ДЛЯ БІЗНЕСУ

Сьогодні для малих і середніх компаній доступний широкий спектр ІТ-рішень, заснованих на хмарних технологіях. Замовляючи послугу хмарних обчислень, клієнт вибирає покупку або оренду обчислювальних ресурсів, ресурсів зберігання і передачі даних в центрі обробки даних. Користувачам хмарних сервісів необхідно лише знати, як підключитися до ресурсів, і як запустити додаток, необхідний для виконання роботи. Не обов'язково знати конкретне розташування центру обробки даних, як працюють або обслуговуються ресурси в хмарі.

Модель SaaS - це відсутність витрат на покупку і обслуговування комп'ютерного обладнання, на яке потрібно встановити «стаціонарне» ПО. Стабільність системи підтримує розробник.

Згідно з дослідженням IDC, ринок SaaS досяг ємності більше \$ 110 млрд вже в 2019 році, коли в 2018 році загальна виручка компаній склала \$ 50 млрд.

Переваги:

1. Доступно в будь-який час дня і тижня;
2. Продовжувати роботу можна в дорозі з мобільного пристрою;
3. Економія в порівнянні з «коробковими» версіями - близько 60%;
4. Оновлення відбуваються автоматично;
5. Серйозна захист даних;
6. Повний комплекс ліцензійного ПЗ;

Недоліки SaaS:

1. Без підключення до Інтернету робота переривається;
2. Не такі гнучке, як стаціонарні системи для офісів

Розглянемо, як saas рішення для бізнесу допомагали компаніям зі світовими ім'ям поліпшити свої показники. Кейсами поділилися лідери ринку хмарного програмного забезпечення - Salesforce і Workday.

Англійська компанія Aston Martin понад 100 років виробляє престижні спортивні автомобілі. Більшість моделей збирається вручну, тому за більш ніж століття діяльності було випущено менше 100 тисяч автомобілів. У 2016 році компанія презентувала модель DB11 - перший продукт, який був виготовлений при впровадженні шестирічної дорожньої карти Second Century. Авто позиціонується як поєднання виняткового дизайну, чудової продуктивності і завжди актуальною розкоші.

Щоб привернути увагу до нової розробки, Aston Martin треба було поліпшити роботу з базами даних. У компанії накопичилася величезна кількість інформації, і її потрібно було структурувати. Багато дані надходили від дилерів - понад 150 представництв в більш ніж 40 країнах світу. Через відсутність єдиної інформаційної системи з дилерами Aston Martin пропускала потенційних клієнтів.

За рік до випуску DB11 компанія впровадила систему Sales Cloud . До неї лише 10 співробітників працювали з даними про клієнтів, в основному аналізуючи їх вік. Для адаптації до нової системи ІТ-відділ Aston Martin використовував інший інструмент від Salesforce - Trailhead , який містить навчальні уроки.

Тепер понад 150 співробітників Aston Martin і 500 працівників дилерських центрів використовують Sales Cloud для збору, відстеження та поширення інформації про можливість компанії та вподобання споживачів. Також аналізуються дані про клієнтів, які вважали за краще інших автовиробників в преміум-класі.

Sales Cloud була інтегрована в сервіс Q від Aston Martin, Туди надходять сотні пропозицій в рік від споживачів: поміняти забарвлення, індивідуально підлаштувати технічні характеристики, додати аксесуари. Завдяки ПО від Salesforce компанія змогла швидше й ефективніше працювати з такими запитами.

Співробітники і партнери Aston Martin мають постійний доступ до статистичних викладок, використовуючи мобільний додаток Salesforce 1 Mobile App. Цей інструмент став важливим для дилерів, які постійно перебувають в дорозі.

Для зручного корпоративного спілкування почав використовуватися сервіс Chatter від Salesforce.

Ще один продукт компанії задіюється, щоб забезпечити індивідуальний підхід до клієнта. За допомогою Marketing Cloud менеджери Aston Martin шукають нові зв'язки зі споживачами. Компанія пропонує нові відносини покупцям її автомобілів, у яких закінчилася гарантія. Вона також використовує модуль Social Studio для відстеження відгуків в соцмережах про продукцію, обслуговуванні і самому бренді.

В майбутньому Aston Martin планує застосувати Sales Cloud, щоб зрозуміти «точки пристрасті» у клієнтів. Заради довірчих відносин з ними виробник хоче знати про навіть таких перевагах, як любов до

хорошого провину або філантропія. Ще в планах англійців - створити нову платформу для клієнтів. Там вони зможуть ділитися своїми «точками пристрасті» і створювати віртуальний гараж для автомобілів.

Заснований у 2000 році, сайт TripAdvisor є зараз найбільшим туристичним сайтом. Його щомісячна аудиторія складає більше 300 млн унікальних користувачів, з яких зареєстрованих - понад 70 млн. Сайт працює на 25 мовах в 45 країнах.

В кінці 2011 року TripAdvisor був відділений від материнської компанії - іншого туристичного сайту Expedia, ERP-систему якого використав. Система не була віддаленою, вона встановлювалася на сервер і комп'ютери в офісі. Менеджери TripAdvisor були незадоволені швидкістю її роботи: доводилося чекати, щоб отримати аналітику і звіти. При постійно зростаючій відвідуваності сайту така ERP-система стримувала розвиток.

Альтернативу запропонувала компанія Workday. Її система для управління трудовими ресурсами (Human Capital Management) впроваджувалася 5 місяців. На установку системи для управління фінансами (Financial Management) пішло 7 місяців.

Бізнес-додатки SaaS від Workday принесли такі результати:

- Зниження сукупних витрат на 50%;
- Дані, що стосуються бізнес-процесів і організаційних змін, стали краще і швидше поширюватися серед співробітників. Сама інформація стала точніше;
- Більш широкий вибір аналітичних інструментів;
- Поява мобільних рішень;
- На закриття звітного періоду йде менше часу - замість тижнів займає кілька днів;
- Журнал реєстрації подій завжди під рукою;
- Зниження витрат на навчання персоналу, який став активніше залучатися до бізнес-процеси;
- Менеджмент компанії перестав дбати про ліцензії для програмного забезпечення - платформа Workday швидко оновлюється.

SaaS - послуга, яка надається через веб-інтерфейс. Програмне забезпечення розгортається в дата-центрі і надається на умовах оренди з регулярними платежами. У вартість входить не тільки використання ПЗ, а й витрати провайдера на технічну підтримку, оновлення та захист даних. Так роблять всі сервіси.

Наприклад, Worksection забезпечує управління проектами, дозволяючи повний контроль фінансів і термінів. А в тарифах не враховується кількість підключених учасників (як у інших аналогічних програм). Від ціни залежить тільки кількість проектів і обсяг хмарного сховища.

SaaS для малого бізнесу і більших організацій - відмінний спосіб різко скоротити капітальні витрати без втрат для функціональності.

Смачило В.В., к.е.н., доцент
Кузьменко І.М. здобувач освіти
освітнього рівня бакалавр
Харківський Національний Університет
Будівництва та Архітектури

РОЗВИТОК БІЗНЕСУ ПІД ВПЛИВОМ COVID-19

Сьогодні бізнес зазнає значних втрат і збитків через пандемію коронавірусної інфекції. Це відбувається не в окремих країнах, а по всьому світу. Обмеження, заборони, нові правила існування для бізнесу примушують підприємців пристосовуватись до нових умов в найкращому випадку, в найгіршому - зовсім припиняти існування своїх підприємств. Кожна сфера, кожний вид діяльності так чи інакше страждає від пандемії, схоже на те, що це затягнеться на довгий час, можна сказати навіть невизначений. Тому одним із пріоритетних напрямків для бізнесу стала діджиталізація, за можливості впровадження дистанційної роботи для своїх працівників, переведення основних бізнес-процесів в он-лайн простір. Через такі тенденції з'явилося як багато підприємств, які вдало пристосувалися до змін та виявилися досить прибутковими, так і навпаки – не змогли (або не мають можливості через специфіку діяльності) перейти на он-лайн режим та закрилися або потерпають збитків. Окрім того, пандемія вплинула на структуру споживання та змінила попит на різні типи товарів, задала нові вимоги до продукції різного призначення або до появи нових продуктів.

Прогнозовано стали більш популярними безконтактні платежі, значно зріс попит на інтернет-магазини. Під час лок-дауну 52% людей вперше замовили товар чи послугу або замовили їжу через інтернет, чого не робили раніше [4]. Пандемія дала великий поштовх для розвитку онлайн-інфраструктури банківських операцій, послуг. На багатьох сайтах з'явилася можливість оплачувати придбане за допомогою таких сервісів, як: Google Pay, Apple Pay, PayPal, Venmo та Square Cash. За даними MasterCard Україна увійшла до ТОП-10 країн за кількістю платежів за допомогою телефонів, смарт-годинників, браслетів [1]. Не так давно в Україні з'явилися сервіси з доставки їжі, товарів з супермаркетів, кур'єрських послуг. Платформи Glovo, Raketa, Bolt, Zakaz.ua користуються великим попитом наразі, доставка їжі, ліків, продуктів з магазину інколи є найоптимальнішим або єдиним варіантом для людини. У сервісах передбачають, що після скасування карантину попит на доставку продуктів не надто зменшиться, адже люди встигнуть відчутти переваги послуги.

Під час карантину особливо постраждала індустрія кіно. Закриті кінотеатри завдали шалених збитків усім дотичним компаніям що спеціалізуються на дистрибуції кіно та організації різноманітних кіноподій. Компаніям довелося урізати заробітну плату працівникам топ-менеджменту, рядовим працівникам закладів, деяким фірмам довелося скоротити персонал [4]. На фоні цих подій вигідно себе почувають стрімінгові онлайн-сервіси з прокату кіно, серіалів, різноманітних шоу. Закордонні платформи Netflix, Amazon Prime, HBO, Apple TV+ до карантину користувалися популярністю, після впровадження карантину їх переваги стали ще більш очевидними (рис.1).

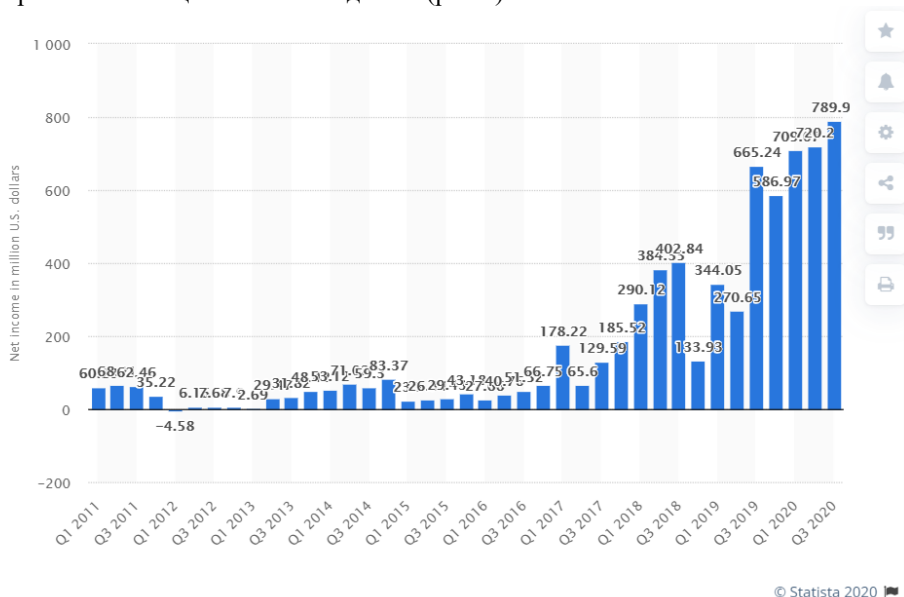


Рисунок 1. Динаміка чистого прибутку компанії Netflix [2]

В Україні теж існують декілька сервісів для легального перегляду фільмів, серіалів, телешоу та спортивних подій. Серед найбільш відомих – Oll.TV, divan.tv, Megogo, TakFlix. Оформлюючи підписку на сервіс можна отримувати доступ до великої кількості медіа-файлів, багато з додатків пропонують ексклюзивні фільми та серіали.

Досить цікавим стало те, як почав розвиватися бізнес компаній, які спеціалізуються на навчальних онлайн-курсах. З початком пандемії коронавірусної інфекції у більшості країнах закрилися навчальні заклади, недержавні комерційні освітні організації (курси програмування, вивчення іноземних мов тощо), почалося впровадження дистанційного навчання, проте не всім закладам вдалося на відповідному рівні запровадити це нововведення.

У вигідному положенні опинилися онлайн-платформи з вивчення різноманітних дисциплін. Вони існували і до пандемії, проте саме в 2020 році стали користатися великим попитом. Ви можете купити відповідний курс та навчатися дистанційно, проводячи лекцію онлайн за допомогою відео-конференцій. Серед найбільш популярних сервісів наразі є Coursera, EdEra, Prometheus, Khan Academy, Udemy. Більшість з них на даний момент стали відкритими для користувачів, проте якщо ви маєте бажання отримати сертифікат після проходження курсу, то потрібно буде заплатити деяку суму. В загалом дана сфера бізнесу є доволі перспективною, не зважаючи на подальший розвиток подій у світі, користуватися попитом подібні рішення з навчанням, здобуванням освіти онлайн будуть багато людей по всьому світу.

Якщо брати сферу туризму, то пандемія COVID-19 дала поштовх для вітчизняного туризму. Цього року на відпочинок за кордон поїхати все ж таки можна було, найпопулярніші напрямки були відкриті (Туреччина, Єгипет), навіть без особливих обмежень, людям не потрібно було робити тестування або залишатися на самоізоляції. Проте криза пов'язана з епідемією все ж таки відбилася на доходах та заощадженнях людей. Збільшення внутрішнього туризму характерно для всіх країн. Наприклад за статистичними даними українських операторів мобільного зв'язку кількість туристів до Херсонської, Миколаївської та Одеської областей зріз на 30% порівняно з попереднім роком. [3]

Вплив теперішньої ситуації з епідемією відчувають і держави, і підприємства, і звичайні люди. Є надія, що зовсім скоро ми зможемо повернутися до звичайного життя, проте коли це станеться поки що ніхто не може сказати. В такому випадку підприємцям, бізнесу, потрібно звикати до нових реалій, пристосовуватися до нововведень, шукати нові способи існування. Державним органам допомагати існувати бізнесу за допомогою тимчасових дотацій і виплат на допомогу.

Джерела:

1. Офіційний сайт MasterCard URL: <https://newsroom.mastercard.com/eu/press-releases/wearable-payments-are-taking-off-across-europe-eightfold-increase-in-transactions-in-just-a-year/>
2. Портал статистичних даних Statista.com - <https://www.statista.com/statistics/273884/netflixs-quarterly-net-income/>
3. Почути український бізнес в умовах пандемії URL - <https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/blog/2020/get-ukrainian-business-heard-during-the-covid-crisis.html>
4. Як карантин та коронавірус змінили малий та середній бізнес URL: <https://hromadske.ua/posts/yak-karantin-ta-koronavirus-zminili-malij-ta-serednij-biznes>

**Смачило В.В., к.е.н., доц.
Попова Є., здобувач ступеню «магістр»**
*Харківський Національний Університет
Будівництва та Архітектури*

ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Створення сприятливого для бізнесу середовища (business-friendly environment) для існуючих малих та середніх підприємств (МСП) та потенційних підприємців є однією з головних цілей ЄС, яку озвучує Європейська комісія (European Commission). Цей напрям діяльності ЄК є безумовним базисом сприяння досягненню цілей сталого розвитку (ЦСР) як основних стратегічних орієнтирів розвитку людства (Sustainable Development Goals). Вітчизняне нормативно-правове поле та пакет стратегічних документів також спрямовані на розвиток підприємництва. Вагому підтримку в цьому процесі надають міжнародні програми та фонди через систему міжнародної технічної допомоги (МТД), наприклад «Конкурентоспроможна економіка» (USAID).

Саме підприємництво, в його різноманітні види та форми є основою розвитку соціально-економічних систем. А його вплив на ринок праці є вирішальним – від загальноекономічного й забезпечення зайнятості до соціальної стратифікації через диференціацію доходів. В той же час, вплив соціального підприємництва, безумовно, є значно ширшим і сильнішим, аніж розвиток просто малого та середнього бізнесу. Його своєрідна роль полягає у формуванні значної частки ВВП, забезпеченні зайнятості, в тому числі й соціально ексклюзивних верств населення, та цільовому спрямуванні на вирішення великої сукупності проблем громад.

Вважаємо, що ключовим для соціального підприємництва є наявність соціальної складової під час здійснення підприємницької діяльності. Найчастіше, обрання соціальної місії та мети базується на вирішенні проблем певної категорії населення або на частковому вирішенні глобальних проблем людства (у відповідності з ЦСР).

Узагальнення проблем людства, а також шлях їх вирішення, отримало свою реалізацію в Цілях сталого розвитку (Sustainable Development Goals), яких в 2015р. було прийнято 17 на основі аналізу та перегляду Цілей Тисячоліття та досягнення яких заплановано на 2030 р. Вказані цілі покладено в основу стратегічних документів розвитку Європейського Союзу та окремо – європейських країн.

Інтеграція України у світове співтовариство зумовила перегляд напрямів розвитку та імплементації Глобальних цілей ООН та Стратегії розвитку ЄС до державних і регіональних стратегій розвитку в усіх сферах: «Стратегія сталого розвитку України 2020», Державна стратегія регіонального розвитку на період до 2020 року та інших. В свою чергу, стратегії національного рівня знаходять своє відображення в стратегічних документах на рівнях області та міста. Указом Президента України затверджено забезпечення дотримання цілей сталого розвитку до 2030 року, які проголошені резолюцією Генеральної Асамблеї Організації Об'єднаних Націй від 25 вересня 2015 року № 70/1 та результати їх адаптації з урахуванням специфіки розвитку України, викладені у Національній доповіді «Цілі сталого розвитку: Україна 2017».

Очевидно, що соціальне підприємництво, суттю якого є першочергове вирішення проблеми з використанням інструментів бізнесу, а вже потім власне економічне збагачення, спрямоване на усунення сукупності проблем, які визначені в ЦСР в цілому. Можна сказати, що соціальне підприємництво є квінтесенцією ЦСР, адже спрямоване на вирішення глобальних проблем через локальні виміри і, одночасно, є інструментом досягнення ЦСР.

Ряд проблем, які знайшли своє відображення в цілях 1 «Подолання бідності у всіх її формах та усюди», 5 «Забезпечення гендерної рівності, розширення прав та можливостей усіх жінок і дівчаток», 8 «Сприяння поступальному, всеохоплюючому та сталому економічному зростанню, повній і продуктивній зайнятості та гідній праці для всіх», 10 «Скорочення нерівності всередині країн і між ними» знаходяться у безпосередньому зв'язку із ринком праці у розрізі його кількісного або якісного наповнення.

В Національній доповіді «Цілі сталого розвитку: Україна» розвитку підприємництва у розрізі ринку праці присвячено: завдання 8.3 – підвищити рівень зайнятості населення; 8.4 – скоротити частку молоді, яка не працює, не навчається і не набуває професійних навичок; 8.6 – створити інституційні та фінансові можливості для самореалізації потенціалу економічно активної частини населення та розвитку креативної економіки.

В доповіді, підготовленій Державною службою зайнятості «Щодо зайнятості та безробіття населення (за даними Державної служби статистики України)» зроблено акцент на ключові проблемні моменти ринку праці, які означені за 2019р. у порівнянні з 2018р. А саме: - рівень зайнятості серед чоловіків становить 64,0%, то серед жінок – лише 52,9%; найвищий рівень безробіття серед молоді до 25 років - 15,4% робочої сили відповідного віку (майже удвічі вище, ніж серед усього населення). В порівнянні з середнім за європейськими країнами, де відбулося скорочення з 15,2% до 14,4%, вище. Вказане окреслює проблемне поле та, відповідно, сфери прикладання соціального підприємництва в Україні.

ПРОЦЕС ПРОВЕДЕННЯ КОМПЛЕКСНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Комплексне дослідження ефективності господарської діяльності підприємства – це система заходів, спрямованих на збір, узагальнення обробку вхідної інформації та репрезентацію отриманих висновків щодо визначення ефективності об'єкта аналізу та встановлення подальших напрямків його розвитку. Пропонуємо аналітичний процес комплексного дослідження ефективності господарської діяльності підприємства реалізувати за наступними етапами:

1. Підготовчий етап – передбачає визначення об'єкта дослідження, мету та завдання, опрацювання матеріалів попередніх досліджень, формування напрямків використання отриманих результатів. На даному етапі важливо встановити виконавців, джерела інформації, кінцевих користувачів. Також підготовчий етап передбачає розробку макетів аналітичних таблиць, графіків, схем і методичних вказівок для їх формування.

2. Аналітичне опрацювання інформації – етап передбачає збір, класифікацію інформації, перевірку її доброякісності, створення допоміжної інформації. На даному етапі проводиться розрахунок показників, формування аналітичних таблиць, визначення впливу факторів та кола взаємодіючих факторів, встановлюється їх взаємозв'язок, визначаються резерви підвищення ефективності діяльності підприємства.

3. Узагальнення аналітичної інформації – етап передбачає проведення узагальнюючої оцінки ефективності господарської діяльності підприємства, оформлення результатів проведеного дослідження, підрахунок зведених резервів виробництва, розроблення пропозицій щодо їх використання, здійснення контролю за реалізацією заходів підвищення результативності функціонування організації.

Методологія комплексного економічного аналізу ґрунтується на методичних положеннях про суть ефективності виробництва, розглядає підприємство як сукупність техніко-технологічної, економічної та соціальної підсистем, кожна з яких характеризується своїми показниками ефективності. Аналіз фахової літератури дав можливість зробити висновок, що для проведення комплексного дослідження ефективності господарської діяльності найчастіше використовують такі методики:

1) методики оцінки на основі нормативних значень фінансових коефіцієнтів (більшість державних методик, модель У. Бівера);

2) діагностика стану підприємства із застосуванням комплексних багатофакторних моделей прогнозування загрози настання банкрутства на основі нормативних значень єдиного інтегрального показника (моделі Е. Альтмана, Р. Таффлера і Г. Тішоу, Г. Спрінгейта, Д. Фулмера, Р. Ліса, Ю. Бріггема, Г. Давидової і А. Белікова, Р. Сайфуліна і Г. Кадикова, Г. Савицької, О. Терещенка, М. Чумаченка тощо);

3) якісна оцінка (формально-логічні методи та методи експертних оцінок).

Складність проведення комплексних досліджень пов'язана з визначенням системи показників, оскільки на формування ефективності господарської діяльності впливає велика кількість взаємопов'язаних факторів. Комплексна економічна оцінка є характеристикою, яку отримують за одночасного, узгодженого вивчення сукупності параметрів, які відображають всі або більшість аспектів зміни та розвитку економічних явищ і процесів. Вона містить загальні висновки про результати діяльності об'єкта дослідження. Більшість розроблених методик комплексної економічної оцінки зводяться до визначення інтегрального параметра. Зведення певної кількості показників у єдиний інтегральний показник дає змогу визначити поточний стан і порівняти його з нормативним значенням або цільовим параметром. Проте, інтегральний показник є лише загальним орієнтиром економічної ситуації. Розрахунок одного інтегрального показника не дає можливості виявити резерви підвищення ефективності діяльності підприємства за окремими напрямками господарювання. Труднощі пов'язані з розрахунком узагальнюючого показника ефективності господарської діяльності виникають на етапі визначення часткових його складових, оскільки велика кількість одиничних показників ефективності та їх взаємозалежність формують значний кореляційний зв'язок. Складність побудови інтегрального показника також пов'язана з визначенням і аналітичною оцінкою його нормативного значення. Таким чином, для проведення комплексного дослідження ефективності діяльності підприємства важливим є якісне формування системи одиничних показників.

Зважаючи на вищенаведене можемо зробити висновок, що комплексне дослідження ефективності господарської діяльності підприємства застосовується з метою формування рекомендацій для прийняття оптимальних управлінських рішень і подальшого раціонального витрачання ресурсів у сферах стратегічного управління, фінансового планування, інвестиційно-інноваційної діяльності, визначення кредитоспроможності, ідентифікації місця підприємства в умовах конкуренції.

РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

В настоящее время малый бизнес превратился в значимую сектор национальной экономики Узбекистана. Необходимо отметить, что проводимая в нашей стране работа по улучшению делового климата находит своё позитивное отражение в рейтингах деловой среды международных экономических организаций.

Как отмечено в докладе Всемирного банка, Узбекистан в настоящее время входит в первую десятку стран мира, которые за последний год достигли наилучших результатов в области улучшения деловой среды для предпринимательской деятельности.

Благодаря принимаемым мерам доля малого бизнеса и частного предпринимательства в валовом внутреннем продукте возросла с 31 процента в 2000 году до 58,7 процента в 2019 году, или в 1,9 раза. В этой сфере сегодня производится треть всей промышленной и 98 процентов сельскохозяйственной продукции. В ней трудится более 78 процентов всего занятого населения.

Развитие малого бизнеса и предпринимательства обусловлено созданием сильной правовой основы в стране. Были приняты более 16 тысяч нормативно-правовых документов по улучшению делового климата для предпринимателей.

В Узбекистане придерживаются принципа приоритетности прав субъектов предпринимательства. За последние годы ставка налогов от оборотных средств микрофирм и малых предприятий снижены на 2,5 раз. Предприятия специализированные на производство потребительских товаров имеющие большой спрос освобождаются от налогов на 5-7 лет. Предприятия обновляющие технику и технологию, проводящие модернизацию полностью освобождаются от таможенных платежей.

Для развития малого бизнеса и предпринимательства наряду с выше перечисленными условиями в перспективе мы предлагаем воспользоваться следующими предложениями:

- для дальнейшего развития малого бизнеса и предпринимательства необходимо совершенствовать систему государственного урегулирования и усилить контроль над не обоснованным вмешательством государственной власти и других органов управления в деятельность предпринимателей;
- эффективно организовать выдачи не используемых зданий и площадей крупных предприятий субъектам малого бизнеса и предпринимательства;
- совершенствовать систему подготовки и повышения квалификации специалистов для предприятий малого бизнеса;
- совершенствовать работу баз единых сведений о существующим сырье, материальной технике, трудовых и других ресурсах региона;
- формирование инфраструктур предоставляющие субъектам малого бизнеса консалтинговую, организационную помощь в получении информации. И создание между ними конкурентную среду;
- совершенствование механизма обеспечивающего сотрудничество между субъектами малого бизнеса и представителями государственной власти, общественными организациями предпринимателей, а также коммерческими структурами;
- оказанные услуг в выполнение инвестиционных проектов направленных на производство конкурентоспособных товаров, повышение объемов экспорта, улучшение использования ресурсами местного сырья, в создание дополнительных рабочих мест;
- упрощение связей между субъектами предпринимателей и коммерческими банками, расширить тарифы услуг банков во время кредитования, оказания лизинговых услуг и других банковских операций.

Литература

- 1.Ш.М.Мирзиёев “Посланием к парламенту страны – Олий Мажлису”. 24 января 2020 года
- 2.Эргашев Р. Х., Хамраева С. Н., Файзиева Ш. Ш. Инновационное развитие инфраструктуры сельского хозяйства: проблемы и пути его достижения //Феномен рыночного хозяйства: от истоков до наших дней. Партнерство в условиях риска и неопределенности. – 2020. – С. 310-319.
- 3.Эргашев Р.Х., Хамраева С.Н. Совершенствование механизмы инновационного развития инфраструктуры сельского хозяйства VI Международной научно-практической on-line конференции соискателей высшего образования и молодых ученых «Менеджмент субъектов хозяйствования: проблемы и перспективы развития» 19–21 декабря 2019 г. в г. Житомир, Украина, 355-361 с

Таргоня К.О., магістрант
Науковий керівник: Юшкевич О.О., к.е.н., доцент
кафедри менеджменту і підприємництва
Державний університет «Житомирська політехніка»

ІМІДЖЕВА СКЛАДОВА РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Успіх туристичного бізнесу залежить від низки факторів, у тому числі й від сформованого іміджу. Створення позитивного іміджу та високої репутації підприємства – складний та тривалий процес, що передбачає створення фірмового стилю, визначення соціально значущої ролі підприємства. Його індивідуальності та ідентичності. Ці фактори найчастіше стають визначальними в ринковому середовищі, забезпечують суспільний рейтинг підприємства та його фінансовий успіх.

Позитивний імідж значно підвищує конкурентоспроможність туристичного бізнесу на ринку. Він приваблює споживачів і партнерів. Прискорює продаж та збільшує обсяг, полегшує доступ до фінансових, інформаційних, людських та матеріальних ресурсів.

На даний час стає реальною необхідністю виділитися із маси, вдосконалити манери, покращити репутацію. Власники туристичного бізнесу намагаються привернути до себе увагу конкретних адресних груп: інвесторів, акціонерів, партнерів, споживачів та інших життєво важливих груп суспільства. Тому, не випадково слово «імідж» потрапляє у свідомість людей, заповнює всі сфери людської діяльності й в усьому керує поведінкою людей. Успіх діяльності та престиж організації певною мірою залежить від її іміджу, який можна розглядати як систему уявлень про організацію та її працівників.

Термін імідж (з англійської мови Image – образ) означає відображення в психіці людини у вигляді образу тих чи інших характеристик об'єкта чи явища [2]. Як правило, імідж розуміють як особливе індивідуальне обличчя компанії, але імідж – це цілісне утворення, одночасно обернене як у зовнішній світ (чим зазвичай і обмежуються, кажучи про імідж), так і всередину компанії.

В суспільній свідомості все більш закріплюється уявлення про імідж як про певну цінність, від якої залежить успішність діяльності будь-якої організації та галузі. Це поняття використовується в засобах масової інформації, в системі маркетингу, реклами і зв'язків з громадськістю. Імідж відносять до таких соціальних реальій, як людина, група людей, організація, окремі сектори галузей економіки і результатам їх діяльності [1].

Шморгун Л. Г. підкреслює: «Під іміджем організації можна розуміти визначене відображення в індивідуальній чи масовій свідомості не тільки певних характеристик об'єкта або явища, а й зовнішніх атрибутів, таких як бренд, товарна марка, логотип, стиль ділової етики та інше» [2].

Отже, імідж туристичної компанії – обличчя організації, спеціально створений образ фірми на ринку товарів і послуг. Імідж компанії відображає її комерційну політику – орієнтацію роботи на запити певного класу споживачів. Створення іміджу – результат великої роботи професіоналів у галузі маркетингу, дизайну, психології, лінгвістики і реклами, PR-фахівців.

Ретельно продуманий імідж організації в туристичному бізнесі формує позитивний образ у споживачів: привабливий, наділений особливим характером, обумовлений потребою. Його основні графічні засоби індивідуалізації дають можливість позиціонувати компанію на ринку, знайти свого споживача або клієнта.

Розроблений спеціально імідж туристичної компанії може не збігатися з іміджем, який складається або вже склався у споживача в різні моменти її роботи. Тому, якщо створений імідж організації успішно працює, важливо підтримувати його на належному рівні та постійно стежити за зміною запитів споживачів.

В умовах подальшого інтенсивного розвитку інформаційно-комунікаційного сектору життєдіяльності суспільства, роль іміджу в забезпеченні успішного функціонування туристичної організації зростатиме. Імідж стає не тільки образом для визначеної аудиторії, а й надзвичайно важливим інформаційним продуктом, що є в розпорядженні всього суспільства.

Таким чином, розвиток туристичного бізнесу багато в чому залежить від того, наскільки ефективно використовуються інформаційно-інтелектуальні чинники невідчутного характеру, провідне місце в складі яких займає імідж. Саме імідж є тим спонукальним чинником, завдяки якому споживачі вступають в ділові фінансові відносини з компанією. Імідж туристичного бізнесу необхідно розглядати з точки зору його сприйняття покупцями туристичних продуктів. У цьому полягає його особливість.

Література:

1. Джи Б. Имидж фирмы: Планирование, формирование, продвижение / Пер. с англ. А. Вихровой. – СПб.: Питер, 2000. – 224 с.

2. Шморгун Л.Г. Імідж організації, його характеристика та взаємозв'язок з культурою [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

https://pidru4niki.com/16520205/menedzhment/imidzh_organizatsiyi_yogo_harakteristika_vzayemozvyazok_kulturoyu

ОЦІНКА ПОКАЗНИКІВ ЯКОСТІ МАСЕЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Якість продукції відіграє провідну роль в процесі забезпечення її конкурентоспроможності, і є одним із головних факторів впливу на її рівень. Конкурентоспроможність продукції виступає одним із елементів триади: конкурентні переваги - конкурентоспроможність продукції – конкурентоспроможність підприємства. Рівень якості, в свою чергу характеризує місце продукції та її основних властивостей серед аналогічної продукції (або у порівнянні з аналогічними базовими показниками) в процесі задоволення потреб споживача. Саме тому, управління якістю продукції займає важливе місце в процесі забезпечення конкурентоспроможності підприємства адже виступає вагомим важелем її досягнення.

Молочна галузь в Україні наразі переживає тяжкі часи, адже обсяги виробництва та реалізації молочної продукції катастрофічно і безупинно падають. Починаючи із 90-х років скорочується поголів'я ВРХ та чисельність фермерських господарств та сільськогосподарських підприємств впливаючи тим самим на діяльність переробних підприємств сільськогосподарської продукції, що в цілому відображується на якості кінцевої продукції.

Якість молочної продукції оцінюється відповідними показниками, які включають ряд органолептичних та фізико-хімічних показників. Основними органолептичними та фізико-хімічними показниками якості молочних продуктів є: зовнішній вигляд, смак, запах, консистенція; ступінь чистоти, густина, кислотність, вміст сухих речовин, жирність, температура продукту та ін. Наприклад, продукти із дефектами зовнішнього вигляду і консистенції в багатьох випадках містять речовини, шкідливі для організму людини.

Оцінка якості масла здійснюється двома шляхами. Перший – лабораторне вивчення її хімічного вмісту, тобто хімічного складу продукції контрольної партії (контрольної закупки) та органолептичний метод, який в свою чергу базується на дослідженні за допомогою органів чуття: зору, слуху, нюху, дотику та смаку. При цьому органи чуття людини в процесі проведення дослідження виступають приймачами даних відчуттів. потім аналізуються дані і записується відповідний результат.

У табл. 1 та табл. 2 представлено оцінку відповідності хімічних показників якості продукції ТОВ «Галіївський маслозавод» ГОСТ Р 52969-2008, та наведено порівняльну характеристику органолептичних показників якості масла селянського солодковершкового (несолоне, солоне) ТОВ «Галіївський маслозавод» та ГОСТ Р 52969-2008.

Узагальнюючи зробимо висновок, що продукція ТОВ «Галіївський маслозавод» за хімічними показниками повністю відповідає вимогам ГОСТ Р 52969-2008, що засвідчує її високий рівень якості.

Таблиця 1

**Оцінка відповідності хімічних показників масла
селянського солодковершкового ТОВ «Галіївський маслозавод» ГОСТ Р 52969-2008**

Найменування вершкового масла	ГОСТ Р 52969-2008			ТОВ «Галіївський маслозавод»
	Масова частка, %			
	жиру, не менше	вологи, не більше	повареної солі, не більше	
Традиційне солодковершкове несолоне	82,5	16,0	-	Масова частка жиру складає 82,5%, вологи по двом видам масла трохи менше, ніж за ГОСТ, проте це не суперечить даним умовам
солоне	82,5	15,0	1,0	
Селянське солодковершкове несолоне	72,5	25,0	-	Масова частка жиру складає 73%, частка вологи відповідає вимогам ГОСТ
солоне	72,5	24,0	1,0	

Звернувши увагу на табл. 1. можна зробити наступні висновки. За органолептичними показниками якості продукція ТОВ «Галіївський маслозавод» відповідає вимогам ГОСТ Р 52969-2008, як по продукції вищого так і першого гатунку. Існуючі розбіжності ні в якому разі не свідчать про низький рівень якості продукції, адже усі вони в межах норми. Таким чином, можна зазначити, що продукція досліджуваного підприємства повною мірою відповідає стандартам якості.

Секція 1. Сучасні моделі ефективного бізнесу підприємств

Слід визнати що за органолептичними показниками продукція заводу також відповідає вимогам, прописаним у ГОСТ Р 52969-2008, тобто відповідає стандартам якості, визначеним на рівні галузі, особливо що стосується продукції вищого гатунку.

Таблиця 2

Порівняльна характеристика органолептичних показників якості масла селянського солодковершкового ТОВ «Галіївський маслозавод» та ГОСТ Р 52969-2008

Показник якості	Виробник			
	Характеристика за ГОСТ Р 52969-2008 масла солодко вершкового		ТОВ «Галіївський маслозавод»	
	Вищий гатунок	Перший гатунок	Вищий гатунок	Перший гатунок
Смак та запах	Виразний вершковий та прикус пастеризації, без сторонніх запахів та присмаків	Невиразний вершковий або присмак пастеризації	Виразний вершковий смак, проте не достатньо виразний смак пастеризації, без сторонніх прикусів та запахів	Невиразний прикус пастеризації
Кондисценція та зовнішній вигляд	Плотна, пластична, однорідна, поверхня на зрізі блискуча або слабо-блискуча, на вигляд суха	Поверхня рихла або слоїста, з однорідними маленькими краплями вологи	Плотна, пластична, однорідна, поверхня на зрізі блискуча на вигляд суха	Поверхня рихла з однорідними маленькими краплями вологи
Колір	Від світло-жовтого, однорідний за масою	Від світло-жовтого, незначна неоднорідність за масою	Світло-жовтий, однорідний за масою	Білий, незначна неоднорідність за масою
Маркування та упаковка	Упаковка правильна, маркування чітке		Упаковка правильна, маркування іноді не чітке	

Отже, дослідження показників якості продукції та визначення рівня її якості має важливе значення в процесі конкурентної боротьби підприємства на ринку, адже приймає безпосередню участь у проведенні оцінки конкурентоспроможності підприємства та визначення його місця у загально ринковій конкурентній боротьбі.

В процесі забезпечення якості продукції великої ваги набуває:

- тип ринку, адже за умов монополії забезпечення високого рівня якості не виходить на перший план та не відіграє вирішальної ролі процесі виробництва та реалізації продукції;
- бажання керівництва виробляти продукцію відповідно встановленим стандартам якості, затвердженим на відповідному рівні;
- впровадження систем управління якістю продукції на кожному етапі її виробництва та реалізації, для ТОВ «Галіївський маслозавод» актуальною може бути система «від лану-до столу»;
- соціальна спрямованість підприємства, яка передбачає орієнтацію вищого керівництва компанії на відповідність соціальним нормам суспільства в якому воно господарює;
- запровадження системи жорсткого технічного контролю якості продукції на усіх ключових етапах її виробництва, з метою попередження виробництва бракованої неякісної продукції, яку потрібно повторно перероблювати у продукт більш низької якості із більшими витратами;
- використання у виробництві продукції ресурсозберігаючих технологій;
- забезпечення екологічності як кінцевої продукції, так і процесів її виробництва, реалізації та утилізації;
- управління якістю на кожному етапі ланцюга петлі забезпечення якості продукції та процесів її виробництва та реалізації тощо.

Таким чином, оцінка якості продукції є певним узагальненням цілого комплексу робіт щодо її проектування, планування та виробництва. Рівень якості є моментним показником, який узагальнює увесь процес її забезпечення на певну конкретну дату і є також порівнювальним показником, адже може бути встановлений лише в процесі порівняння або з базовим виробом (стандартом) або із продуктом найближнього конкурента.

РАЗВИТИЕ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В УЗБЕКИСТАНЕ

Сегодня роль цифровой экономики в мире и тенденции ее развития возрастают. Например, в 1992 году изменение скорости потока данных составило 100 гигабайт в день глобального трафика на основе интернет-протокола (IP), тогда как в 2019 году этот показатель превысил 89000 гигабайт в секунду. Учитывая, что эти данные относятся к начальным этапам развития цифровой экономики, нетрудно представить себе темпы ее развития. По прогнозам, к 2022 году объем глобального IP-трафика достигнет 150,700 Гб в секунду, что будет связано с увеличением количества новых пользователей в Интернете и дальнейшим расширением Интернета.

В мировом масштабе две страны являются лидерами по географии развития цифровой экономики. Это США и Китай. На эти страны приходится 75 процентов всех патентов, связанных с технологией блокчейн, 50 процентов стоимости Интернета вещей и более 75 процентов мирового рынка открытых технологий облачных вычислений. В частности, они контролируют 90 процентов рыночной капитализации 70 крупнейших цифровых платформ в мире.

Согласно Постановлению Президента Республики Узбекистан «О мерах по повсеместному внедрению цифровой экономики и электронного правительства» от 28 апреля 2020 года ПП-4699 к 2023 году планируется удвоить долю цифровой экономики в ВВП. Стратегия экономического развития основана на таких факторах, как развитие промышленности, электронной коммерции, услуг и сельского хозяйства, усиление предпринимательства, предоставление финансовых ресурсов.

Под цифровой экономикой подразумевается такая система экономических, социальных и культурных отношений, основой которых является повсеместное применение цифровых технологий. Существует множество определений цифровой экономики.

Цифровая экономика:

➤ формирование бизнес-моделей и выстраивание бизнес-процессов на основе возможностей цифровых технологий (ИКТ и Интернет) и обмена большими данными (BIG DATA) ;

➤ это совокупность отношений, складывающихся в процессах производства, распределения, обмена и потребления, основанных на онлайн-технологиях (ИКТ и Интернет) и направленных на качественное удовлетворение потребностей в жизненных благах.

К 2025 году цифровая экономика мира достигнет 23 трлн. дол. США. Её доля в мировом ВВП с нынешних 17,1 % увеличится до 24,3%. В мире будет 100 млрд. соединений для стимулирования цифровой трансформации в коммунальном хозяйстве, в промышленном и сельском хозяйстве, транспорте, финансах и др. Количество предприятий использующих облачные технологии составит 85%, искусственный интеллект – 86%, цифровые большие данные – 80%.

В Узбекистане развитие Цифровой экономики является одним из приоритетных направлений государственной экономической политики. Доказательством данному высказыванию служит Постановление Президента Республики Узбекистан Ш.М. Мирзиёева от 3 июля 2018 года № ПП-3822 «О мерах по развитию цифровой экономики в Республике Узбекистан», в котором говорится: «Государством принимаются широкомасштабные меры по развитию цифрового сектора экономики, внедряются системы электронного документооборота, развиваются электронные платежи и совершенствуется нормативно-правовая база в сфере электронной коммерции». [1].

Цифровая экономика, функционирующая на информационно-технологических платформах, развивается с интенсивной скоростью, что обуславливает необходимость создания новых моделей и технологий таких платформ. Это Сквозные (комплексные) технологии Цифровой экономики:

1. Big Data технологии;
2. Технология интернет вещей (IoT - Internet of Things);
3. Мобильные технологии;
4. Облачные технологии (Cloud computing);
5. Технологии виртуальной (VR – virtual reality) и дополненной реальности (AR – augmental reality);
6. Нейротехнологии и искусственный интеллект (ИИ);
7. Цифровые платформы;
8. Квантовые технологии;
9. Робототехника;
10. Блокчейн и криптовалюта технологии;
11. Краудсорсинг и краудфандинг.

Технологии «блокчейн» (технологии распределенного реестра данных), «искусственный интеллект», использование возможностей суперкомпьютеров, а также деятельность по крипто-активам являются одним из направлений развития цифровой экономики во многих странах мира [3].

В Республике Узбекистан разработана и активно внедряется национальная стратегия «Цифровой Узбекистан»-2030, где поставлена задача: в 2030 году доля цифровой экономики в ВВП республики должно составлять 30 %. Интенсивно разрабатывается и внедряется программа развития сельского хозяйства до 2030 года, а также программа цифровое «Умное сельское хозяйство»

Однако, процесс формирования цифровой экономики является не всегда гладким и молниеносным.

На сегодняшний день выявлены следующие проблемы при выполнении национальной стратегии «Цифровой Узбекистан»-2030:

- оснащение регионов Узбекистана оптико-волоконными системами пока имеет недостаточный объем;
- скорость и процент беспроводного широкополосного покрытия интернетом невысокие;
- затруднен доступ к базовой сетевой инфраструктуре в отдаленных районах страны;
- несмотря на активную подготовку специалистов в отрасли ИКТ, ощущается дефицит высококвалифицированных кадров;
- процессы эффективного развития цифровой экономики требуют постоянно модернизации технической и технологической платформ [2].

Для скорейшего устранения этих проблем и достижения поставленных целей разработана национальная программа и «дорожная карта» цифровой экономики до 2030 года.

Не смотря на трудности внедрения современных инновационных решений, в настоящий период можно выделить следующие основные технологии, которые зародились с начала периода формирования цифровой экономики.

Технология «больших данных», которая позволяет анализировать и обрабатывать большое количество данных разного формата на экстремальном пределе практичности.

К категории «большие данные» относятся большинство потоков данных свыше 100 Гб в день. Самое распространенное его определение — это набор информации, по объему превосходящей жесткий диск одного персонального устройства и не поддающейся обработке классическими инструментами, применяемыми для меньших объемов. С другой стороны, BIG DATA - это различные инструменты, подходы и методы обработки как структурированных, так и неструктурированных данных для того, чтобы их использовать для конкретных задач и целей.

Необходимо отметить, что в Мире объем всех данных увеличивается в геометрической прогрессии: в 2011 г. объем сгенерированной информации достиг 1,8 зеттабайт, в 2012 — 2,8 зеттабайт. В 2020 г. эта цифра достигнет 40 зеттабайт. В 2020 г. объем рынка BIG DATA в денежном выражении будет около 70 млрд долл. [5].

Внедрение технологии «блокчейн» (цепочка блоков) в отрасли и сферы национальной экономики Республики Узбекистан было обсуждено на САММИТЕ по ИКТ в мае 2019 года. В частности, поднимались такие вопросы как место и роль данной технологии в достижении рыночных реформ, основных целей развития и экономической конкурентоспособности, развитие цифровых архивов, в частности в инвестиционной деятельности, в торговле, на бирже крипто-активов.

12 ноября 2018 года впервые в Узбекистане состоялось первое пилотное внедрение технологии «блокчейн».

Внедрение было осуществлено в рамках совместного проекта между узбекским Фондом поддержки развития цифровой экономики «Цифровое доверие» и российской компанией Blockchain Industrial Alliance. Данная технология внедрена в область автоматизированной системы реестров для Государственного центра экспертизы и стандартизации лекарственных средств, изделий медицинского назначения и медицинской техники [10].

Данная технология позволяет хранить и обрабатывать данные, которые доступны любому медицинскому учреждению, имеющему права доступа. Со временем эта система позволит врачам, поставщикам лекарственных средств и медицинских изделий, пациентам получать различные виды информации 24 часа в сутки 7 дней в неделю.

Таким образом, технология «блокчейн» включает в себя регистрацию различных транзакций, подтверждение подлинности личности, осуществляющих ту или иную операцию, заключение контрагентов.

Следующая технология, которая в настоящее время получают широкое распространение системы искусственного интеллекта (англ. Artificial intelligence, AI) [3].

Под искусственным интеллектом понимается современная научная технология создания интеллектуальных машин, программных комплексов, способных осуществлять обработку текста на естественном языке, осуществлять машинное обучение, осуществлять работу экспертных систем, выдавать рекомендации, осуществлять работу на уровне виртуальных агентов

Список литературы

1. Постановление Президента Республики Узбекистан «О мерах по развитию цифровой экономики в Республике Узбекистан» № ПП – 3822 от 3 июля 2018 года. // Национальная база данных законодательства, 04.07.2018 г., № 07/18/3832/1452.
2. Постановление Президента Республики Узбекистан “ Рақамли иқтисодиётни ривожлантириш мақсадида рақамли инфратузилмани янада модернизация қилиш чора-тадбирлари». ЎзР Президентининг қарори. 21 ноябрь 2019 йил
3. Гулямов С.С.и др. Рақамли иқтисодиётда блокчейн технологиялари. Т,2019год. 409 стр.
4. Жуковская И.Е. Инновационные подходы к управленческим процессам в условиях становления цифровой экономики //Вестник факультета управления Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2018, Выпуск № 4. – С. 21-29.
5. Лapidус Л.В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией. –М.: ИНФРА-М, 2019год. 378 стр...
6. И.А.Хасаншин.и другие. Цифровая экономика. Москва. 2019 год. 288 стр.
- 7.Эргашев Р.Х., Хамраева С.Н., Файзиева Ш.Ш. Инновационное развитие инфраструктуры сельского хозяйства: проблемы и пути его достижения //Феномен рыночного хозяйства: от истоков до наших дней. Партнерство в условиях риска и неопределенности. – 2020. – С. 310-319. <https://elibrary.ru/item.asp?id=42671986>
8. www.mitc.uz/ - официальный сайт Министерства информационных технологий и коммуникаций Республики Узбекистан

СОЦІАЛЬНИЙ ПАКЕТ ЯК ІНСТРУМЕНТ РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ РОБОТОДАВЦЯ

В сучасному бізнес-середовищі під впливом євроінтеграційних процесів для суб'єктів господарювання крім питань підвищення конкурентоздатності та управління якістю продукції постає не менш важливе питання соціальної відповідальності. Водночас концепція корпоративної соціальної відповідальності є важливою при досягненні таких цілей сталого розвитку, як подолання бідності, гідна праця та економічне зростання. В межах досягнення цих цілей соціальний пакет виступає у якості актуального протягом останніх десятиліть інструменту реалізації соціальної відповідальності роботодавця.

Доволі часто коли мова йде про соціальний пакет робиться акцент на необхідності відрізнити його від соціальних гарантій. У вітчизняній практиці існує думка, що соціальний пакет – це всі пільги, які надає підприємство своїм працівникам понад соціальні гарантії. Деякі ж науковці включають соціальні гарантії до соціального пакета, але такий підхід не відповідає рівням соціальної відповідальності і не дозволяє виокремити сутність соціального пакета як вибіркового явища, відсутність якого, на відміну від соціальних гарантій, не тягне за собою правової відповідальності.

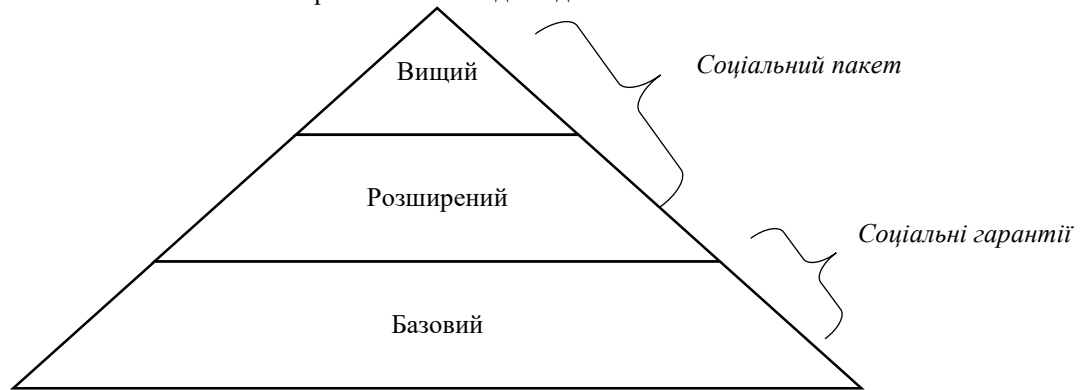


Рис.1. Розподіл соціальних гарантій та соціального пакету за рівнями соціальної відповідальності

Джерело: складено авторами на основі [1].

Оскільки, соціальний пакет – це сукупність пільг для працівника на розсуд роботодавця, не кожен з них хоче нести додаткові витрати, яких можна уникнути. В такому випадку варто аргументувати економічну доцільність та провести аналіз ефективності соціального пакета.

Так, соціальний пакет підвищує внутрішній рівень корпоративної культури, за умови якщо він є релевантним для працівників і відповідає їхнім потребам. Працівники будуть зацікавлені в тому, щоб як мінімум залишитись в компанії, а в кращому випадку – прагнути кар'єрного зростання, прикладаючи додаткових зусиль для цього. При цьому бажання працівників щодо наповнення соціального пакета залежать від віку, статі, географії та їхнього життєвого циклу [2].

Така складова соціального пакета як оплата навчання (тренінги, семінари і т.д.) як мінімум дозволяє тримати кваліфікацію працівника на належному рівні, а в кращому випадку – підвищує їхню кваліфікацію. Застосування новітніх технологій та актуальних на даний момент часу знань може впливати на продуктивність праці. Але звичних методів підвищення кваліфікації недостатньо. Працівники зазначають, що їм потрібен час та підтримка керівництва щоб скористатись наданими можливостями [2]. Важливо сформувати в компанії культуру навчальності, що дозволить виявити найталановитіші кадри. Разом з тим, організоване дозвілля та відпочинок дозволяє працівникам попередити професійне вигорання.

Соціальний пакет є системою заходів, які роботодавець може впровадити на робочому місці для досягнення як соціального, так і економічного ефекту. Соціальний пакет можна розцінювати як інвестиції в персонал, окупність яких проявляється в збільшенні продуктивності праці, виявленні та збереженні важливих працівників.

Список використаних джерел:

1. Олійник О.О. Соціальна відповідальність: Навч. посіб. Рівне, 2017. 222 с.
2. Closing the Skills Gap: What Workers Want. URL : https://go.manpowergroup.com/hubfs/MPG_WhatWorkersWant_2020.pdf?hsLang=en

Хлуп'янець Дар'я Ігорівна, МО-61, ФБСО
Науковий керівник: Виговський В. Г., к.е.н.,
доц. кафедри менеджменту і підприємництва
Державний університет «Житомирська політехніка»

ОСОБЛИВОСТІ B2B МАРКЕТИНГУ

Враховуючи особливості сучасного стрімкого розвитку будь-якого бізнесу, можна говорити про B2B маркетинг як про новий інструмент організації ефективного управління промислового підприємства. Як відомо, промисловий ринок є однією з найважливіших складових частин економіки будь-якої країни, тому виникає необхідність і доцільність його дослідження та практичного застосування методів B2B маркетингу.

Особливості B2B маркетингу на різних промислових ринках описували в своїх працях такі вчені: І.Акімова, А. Ковальов, А. Длігач, С. Ілляшенко, О. Новиков, Н. Чухрай та інші.

B2B маркетинг - це продаж товарів і послуг промисловим і інституціональним клієнтам. До таких відносяться державні установи, промислові підприємства, підприємства, що обслуговують комунальну сферу, освітні та медичні установи, організації оптової та роздрібною торгівлі.

B2B маркетинг охоплює комплекс ділових взаємовідносин між різними господарюючими суб'єктами, які здійснюють господарську діяльність в межах певної галузі чи ринку. Основним предметом B2B маркетингу є покращення відносин між різними учасниками промислового ринку, що виникають внаслідок ділової активності, тобто купівлі-продажу. Об'єктом B2B маркетингу є промисловий ринок, а його суб'єктами - виробники, посередники, банківські установи, державні органи та обслуговуючі фірми, які офіційно діють на цьому ринку, вступають у ділові відносини і здійснюють власну підприємницьку діяльність.

Споживачі на промисловому ринку володіють рядом специфічних відмінностей, таких як: покупець-організація зазвичай купує товари з метою подальшого продовження підприємницької діяльності, кількість споживачів на таких ринках є досить невеликою та обмеженою, що дає можливість продавцям встановити постійні персоналізовані зв'язки зі споживачем.

З огляду на специфічність промислового маркетингу, фахівці виділяють ряд особливостей, які полягають в наступному:

- Відносно вузьке й стабільне коло споживачів, що ускладнює процес підвищення конкурентоспроможності товарів і послуг;
- Низька ефективність застосування реклами в порівнянні зі споживчим маркетингом;
- Висока роль мережі Інтернет для просування товарів та послуг;
- Необхідність адаптації рекламних повідомлень і текстів для пересічних читачів, клієнтів;
- Необхідність організації технічного обслуговування товарів в залежності від галузі.

Особливості маркетингу B2B:

1. Орієнтація B2B маркетингу на клієнта. В рамках спрямованості промислового маркетингу в бік клієнта ефективна маркетингова стратегія на ринку даного виду продукції вимагає максимально можливого розуміння потреб і бажань клієнтів, орієнтація на умови і стан конкуренції на галузевому ринку "B2B", облік специфічних особливостей джерел промислового маркетингу, зіставлення потреб покупця і особливостей компанії та інші.

2. Залежність попиту на послуги і товари даного ринку від попиту на споживчі товари. Попит на ринку "B2B" може носити назву похідного. Тому активність промислових клієнтів, а саме інтенсивність і масштаб закупівель відображають попит кінцевих споживачів на товар.

3. Складність товару або послуги, тобто технічна складність продукту. Він потребує значних вкладень, високого ступеня новаторства, збільшує можливі ризики.

4. Взаємозалежність покупця і продавця.

5. Складність процесу закупівлі. Складність цього процесу полягає у складності прийняття рішення про закупівлю. Якщо в споживчому маркетингу часто дане рішення приймається одним індивідом або невеликою узгодженою групою з урахуванням кінцевого використання товару або послуги, з орієнтацією на потреби і бажання обмеженого кола осіб, то у випадку з маркетингом "B2B" рішення приймається групою осіб на основі збору і аналізу інформації про товар, що збувається, а також з урахуванням стану зовнішнього середовища.

Отже, B2B маркетинг є сучасним інструментом ефективного менеджменту. Він спрямований на якісне задоволення потреб корпоративних клієнтів, на підвищення ефективності взаємин на промислових ринках й оптимізацію суспільних трансформацій загалом. B2B маркетинг має ряд особливостей, тому для просування товарів на промислових ринках головну увагу слід приділяти особливостям саме клієнтів та створенню у них позитивного іміджу. Специфічними особливостями B2B маркетингу є також залежність від попиту на споживчі товари, технічна складність товару та процесу закупівель, великий ризик.

Храпак В.Ю., магістрант
Науковий керівник: Ткачук Г.Ю., к.е.н., доц.
кафедри менеджменту і підприємництва
Державного університету «Житомирська політехніка»

ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ КЕРІВНИКА

В сучасних умовах розвитку та функціонування економіки важливим для менеджерів є вміння чітко формулювати свої цілі, грамотно управляти власним часом та часом своїх підлеглих. Така риса для менеджерів є особливо корисною сьогодні, коли теза «Час – це гроші» набула особливого значення. Сутність тайм-менеджменту можна сформулювати як якісне виконання роботи, досягнення поставлених цілей за мінімальний проміжок часу. Час можна порівняти з іншими ресурсами, однак на відміну від них він є безповоротним – його неможливо накопичувати, передавати або зберігати, тому важливо навчитися використовувати його з максимальною вигодою. Відомий вчений Пітер Друкер зазначав, що «Час – найобмеженіший капітал, і якщо не можеш розпоряджатися ним, не зможеш розпоряджатися нічим іншим». Саме тому, грамотний розподіл часу менеджера та управління ним є запорукою успіху діяльності підприємства в сучасних умовах.

Важливим кроком при створенні ефективної системи є управління власним часом для керівника є визначення мети діяльності як на короткий, так і на довготерміновий період. Чітке встановлення періодів планування сприяє більш точній оцінці обстановки в цілому, полегшує виділення головного, підвищує рівень виконання і допомагає керівнику ухвалити правильне рішення, як найбільш доцільно використовувати робочий час. Кожний період планування повинен розглядатися окремо. Кожен період включає в себе широкий спектр діяльності, а саме: планування, розподіл, постановку цілей, делегування, аналіз тимчасових витрат, моніторинг, організація, складання списків і розстановка пріоритетів.

Вважаємо, що раціоналізація діяльності менеджера може бути підвищена через використання технологій тайм-менеджменту.

1) Прискорений аналіз за принципом Ейзенхауера. Цей принцип є простим допоміжним засобом у випадках, коли необхідно визначити черговість виконання завдань. Пріоритети встановлюються за такими критеріями, як терміновість і важливість справи.

2) Принцип Паретто (співвідношення 80:20). В процесі роботи за перші 20% часу, що витрачається, досягається 80% результатів. Це означає, що не слід відразу братися за найлегші, цікаві або мінімальні за часом виконання справи. Необхідно розпочинати виконання завдань з врахуванням їх значення і важливості.

3) Складання планів для за допомогою методу «Альпи». Даний метод передбачає складання переліку усіх завдань за день визначення їх тривалості з врахування бюджету робочого часу, резервування часу на непередбачувані справи, делегування частини завдань підлеглим, контроль за виконанням завдань.

4) Управління вільним часом. Тайм-менеджмент допомагає більш ефективно використовувати не тільки робочий час, а й час відпочинку. Зокрема, рекомендується не брати роботу додому, організувати побут так, щоб він займав мінімум часу, заздалегідь ретельно планувати вільний час і слідувати цим планам, зокрема регулярно практикувати емоційне (театри, концерти, виставки і т. П.) і фізичне (спорт, фітнес) перемикання. В американських компаніях, якщо рядовий співробітник залишається на роботі довше, ніж це встановлено у нього в трудовому договорі, даний факт може послужити причиною звільнення, оскільки це свідчить про те, що співробітник не встигає зробити свої завдання в свій робочий час. Використовувати для активного відпочинку не тільки вихідні, але і як мінімум один вечір робочого дня на тиждень, а також використовувати як міні-відпустки довгі вихідні та святкові дні

Тайм-менеджмент безумовно необхідний, але розглядати його як універсальний і єдиний механізм для вирішення питань підвищення ефективності роботи керівника не потрібно. Тайм-менеджмент, як і будь-який інший метод, має свої обмеження. В першу чергу, тайм-менеджмент орієнтований на особисту ефективність менеджера, співробітника організації. При цьому продуктивність праці конкретного керівника виходить далеко за рамки особистих орієнтирів, вона пов'язана з великим об'ємом контактів і актів взаємодії з іншими посадовими особами усередині підприємства і за його межами.

Грамотно побудована та організована управлінська діяльність має позитивний вплив на діяльність підприємства та дозволяє отримувати конкурентні переваги на ринку. Основними завданнями, які дозволяє розв'язати тайм-менеджмент є постановка мети діяльності, планування завдань на різні періоди діяльності, ведення обліку часу в процесі реалізації завдань. Послідовне застосування в практиці діяльності технологій тайм-менеджменту, дозволяє керівникові значно підвищити продуктивність і результативність своєї повсякденної діяльності.

**Эргашев Р.Х.-д.э.н., профессор кафедры
“Инновационная экономика”,
Хусайнов О.Дж, соискатель кафедры
“Инновационная экономика”
Каршинский инженерно-экономический
институт Республике Узбекистан**

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ИНФРАСТРУКТУРЫ В ОТРАСЛИ ЖИВОТНОВОДСТВА

В современных условиях мировой интеграции обеспечение продовольственной безопасности страны требует адаптацию отрасли к изменяющейся внешней окружающей среды, влияющим к разнообразным инновациям и научно-техническому прогрессу на основе устойчивого развития сельского хозяйства.

Поэтому во многих развитых странах мира современный этап развития сельского хозяйства определяется как переход к инновационной модели, способствующей систематической интеграции аграрной и научно-технической сфер для повышения ее эффективности.

В частности, возникает необходимость к созданию интеллектуального сельского хозяйства, в целях оптимизации системы производства и распределения, а также внедрения новых бизнес- модели, которые теперь будут больше фокусироваться на эффективном использовании земли, энергии и других природных ресурсов, а также на потребностях беднейшего населения мира.

Эти проблемы представляют серьезную угрозу основному праву на достаточное питание и праву каждого человека на свободу от голода. С этой точки зрения, реформирование инновационной продовольственной системы является основным инструментом содействующим спасению семейных предпринимателей от бедноты, продовольственной безопасности, устойчивому сельскому хозяйству.

В Узбекистане также обращается внимание на обеспечение всех условий для активизации инновационных процессов во всех отраслях экономики, включая сельское хозяйство. Инновационное развитие позволяет решить существующие проблемы в сельском хозяйстве и радикально изменить его облик на новый этап развития инфраструктуры сельского хозяйства и сферы услуг.

Здесь методы и механизмы инновационного развития инфраструктуры должны не только соответствовать современным рыночным принципам народного хозяйства, но и учитывать особенности каждого региона. В целом, всестороннее изучение инновационной деятельности и процессов в секторе сельскохозяйственной инфраструктуры, критическое исследование существующей ситуации и совершенствование организационно-экономических основ инновационного развития сельскохозяйственной инфраструктуры, становятся объективной необходимостью.

В целом, инфраструктурный комплекс представляет собой особый сектор экономики и особенность экономической деятельности, которая реализуется на основе государственно-частного партнерства и при государственной поддержке и направлена на создание и улучшение условий социально-экономического и технологического развития на глобальном, национально-региональном уровнях, а также на уровне предприятий.

Инфраструктура, оказывающая услуги для производителей сельскохозяйственной продукции может характеризоваться типом инфраструктуры с точки зрения материального обеспечения, финансового обеспечения, информационной поддержки и рекламы, инновационного предложения, специальных услуг, транспортировки и хранения, а также предложения инноваций (рисунок 1). Классификация сельскохозяйственной инфраструктуры в этом порядке будет в полной мере отражать функцию ее роли и позволит разрабатывать научные рекомендации и практические рекомендации по расширению видов услуг, предоставляемых фермерским хозяйствам в будущем.

Исследования показали, что отрасли животноводства постоянно используют сельскохозяйственную технику, финансовые услуги, специальные услуги, транспортные и складские услуги. Инновационные услуги предоставляются научно-исследовательскими институтами, исследовательскими центрами и лабораториями.

Услуги сельскохозяйственной инфраструктуры являются универсальными, не могут быть реализованы одновременно, разновидность обслуживания технологии, инфраструктурные компании не могут быть сгруппированы по одному или двум показателям.

Инвестиционно-инновационное развитие животноводства является очень активным процессом тесно связано с использованием финансовых ресурсов, привлечением дополнительных источников финансирования, процессом поиска инвесторов путем внедрения новых знаний и идей, новых технологий, организации обслуживания, внедрения новых форм управления в инфраструктуре. Эта проблема может быть решена только в контексте соответствия инвестиций инновациям и взаимовыгодного развития инвестиционных и инновационных процессов.

Такой подход возлагает обязанность изучения инвестиций и инноваций как единую систему, ее успешное развитие и функциональность тесно связаны с уровнем экономического роста и устойчивым развитием животноводства и инфраструктуры, которое оказывает ему услуги.

Инвестиционное и инновационное развитие животноводства является очень активным процессом и тесно связано с использованием финансовых ресурсов, привлечением дополнительных источников финансирования, процессом поиска инвесторов путем внедрения новых знаний и идей, новых технологий, организации обслуживания, внедрения новых форм управления в секторах инфраструктуры.

Эта проблема может быть решена только в контексте соответствия инвестиций инновациям и взаимовыгодного развития инвестиционных и инновационных процессов. Этот подход возлагает обязанность изучения инвестиций и инноваций как единую систему, ее успешное развитие и функциональность тесно связаны с уровнем экономического роста и устойчивым развитием животноводства и инфраструктуры, которое оказывает ему услуги.

Как известно, раньше создание кластеров на основе области знаний, были ориентированы только на индустриальные страны, а на сегодня в других развивающихся странах, в том числе в аграрно-индустриальных странах, эти процессы реализуются, что, в свою очередь, расширяет возможности инновационных процессов и в результате представляет новую конкурентоспособную продукцию и услуги на мировой рынок.

В исследовании с целью развития животноводства, обеспечивающей продвижения сельскохозяйственной продукции на мировой рынок, достижения конкурентоспособности в сельскохозяйственном производстве и обеспечения продовольственной безопасности страны формирования инновационной инфраструктуры и инновационной системы, обеспечивающей устойчивое развитие сельского хозяйства через инновационное развитие животноводческой инфраструктуры, разработано стратегия инвестиционно-инновационного развития сельскохозяйственной инфраструктуры, исходя из приоритетных направлений аграрной политики правительства и развития стратегий.

Литература

1.Эргашев Р. Х., Равшанов А. Д. Инновационной направления устойчивого развития аграрного сектора Узбекистана. – IV Международной Научно-практической конференции "Формирование эффективной модели развития предприятия в условиях рыночной экономики" Житомир, (24-25 ноября 2016 года). 325-327 стр.2016.

2.Эргашев Р.Х., Хамраева С.Н. Совершенствование механизмы инновационного развития инфраструктуры сельского хозяйства VI Международной научно-практической on-line конференции соискателей высшего образования и молодых ученых «Менеджмент субъектов хозяйствования: проблемы и перспективы развития» 19–21 декабря 2019 г. в г. Житомир, Украина, 355-361 с

3.Khamraeva S.N., "Methodological foundations of innovative development of agricultural infrastructure." Journal of Management Value & Ethics: 10

Черниш Г.М., магістрант
Науковий керівник: Бужимська К. О., к.е.н., доц.
кафедри менеджменту і підприємництва
Державний університет «Житомирська політехніка»

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Інтелектуальний потенціал як одна з провідних складових ефективної та конкурентоспроможної діяльності економічної системи, зокрема елемента її мікрорівня – підприємства, потребує розроблення економічно та соціально обґрунтованих концептуальних засад його розвитку, котрі по-перше відповідатимуть встановленим цілям його формування і використання, а по-друге не суперечитимуть загальним засадам діяльності конкретного суб'єкта господарювання.

Загалом, фахівці у сфері управління [1, с. 40-41; 2; 87] пропонують дотримуватися таких принципів: системність, цілеспрямованість, збалансованість, технологічність, адаптивність, безперервність, ієрархічність, економічність, синергетичність, незворотність змін, досяжність, гнучкість, реальність, релевантність та ін.

Серед наукових праць за даною тематикою переважає аналіз принципів в управлінні інтелектуальним капіталом та інтелектуальною власністю. О. Кузьмін та О. Ліпич, О. Кендюхов [4, с. 140; 5, с. 69-70] пропонують такі принципи управління інтелектуальним капіталом: ефективність, емерджентність, цільова сумісність, гуманність, обґрунтованість, перспективність, динамізм та ін.

В управлінні інтелектуальною власністю М. Паладій [6, с. 12] виділяє такі засади: цілеспрямованість, функціональна відповідність, своєчасність, реальність, стійкість, реалізованість, ефективність, регуляризація. Щодо інтелектуального потенціалу, то відомими є лише принципи (що за своєю сутністю специфічні), визначені Є. В. Докторуком [7] щодо формування системи його управління на підприємстві. Принципи поділяються на дві групи: принципи створення системи його управління (поєднання активів підприємства з метою досягнення його позиції на ринку; забезпечення зростання інтелектуального рівня працівників; організаційна культура; технологічна і інформаційна оснащеність працівників), принципи розробки системи управління інтелектуальним потенціалом підприємства (ресурсна оснащеність; застосування сучасних методів; творчий та комплексний підхід; ініціативність; участь провідних спеціалістів, управлінців і експертів у розробці).

Проаналізувавши на основі зазначених джерел існуючих у практиці управління та економічної діяльності принципів, вважаємо за доцільне дотримуватися загальноприйнятого поділу принципів у розвитку інтелектуального потенціалу підприємства на дві групи: загальні принципи пізнання дійсності, що застосовуються у функціонуванні практично всіх економічних систем; специфічні, пов'язані з особливостями інтелектуального потенціалу.

Так як перелічені загальні принципи є відомими і зрозумілими, у своїй сутності легко переносяться на різноманітні види діяльності більшості підприємств, вважаємо за доцільне зупинити увагу на поясненні специфічних принципів, характерних саме для інтелектуального потенціалу господарюючого суб'єкта. Принцип збалансованості потреб і можливостей ресурсного забезпечення формування інтелектуального потенціалу дозволить підприємству уникнути ризику можливих перевитрат чи необґрунтованих витрат цього формування, а також ризиків незастосування інтелектуального потенціалу у господарській діяльності у зв'язку з його невідповідністю (або недостатньою відповідністю) поточним і перспективним потребам конкретного суб'єкта господарювання. Тобто, дозволяє знизити ймовірність збитковості цих процесів, здійснення яких неможливе без ресурсних затрат підприємств.

Принцип технологічності інтелектуальних ресурсів підприємства полягає у тому, що з усіх можливих інтелектуальних ресурсів для залучення і використання потрібно обирати технологічні, тобто ті, які забезпечать, на думку керуючої системи, найефективніше за існуючих внутрішніх і зовнішніх умов формування інтелектуального потенціалу задля досягнення цілей підприємства.

Принцип взаємоузгодженості цілей суб'єктів інтелектуального потенціалу підприємства полягає у несуперечності цілей та мотивів працівників, як носіїв особистісного рівня інтелектуального потенціалу підприємства, а також цілей, що виникають організаційному рівні його формування.

Принцип забезпечення можливостей інтелектуального розвитку працівників підприємства передбачає створення підприємством умов для професійного росту та удосконалення його працівників, що є основними носіями інтелектуального потенціалу підприємства. Необхідність дотримання даного принципу пояснюється сучасними особливостями економічного розвитку та орієнтованістю провідних підприємств будь-якої галузі господарювання у своєму розвитку на резерв інтелектуальних можливостей власного персоналу. Як зазначають у своїй праці Р. Хант і Т. Бьюзен [8, с. 20] «в обов'язки компанії не входить спостереження за розвитком окремої особистості – вона не є власником вашого інтелекту чи напряму особистого розвитку. В обов'язки компанії

входить забезпечення росту вашого інтелекту». Стосовно існуючих джерел розвитку інтелектуального потенціалу працівників підприємства, можна виділити такі найпоширеніші: використання тренінгових форм навчання; забезпечення сприятливого професійного та соціально-психологічного внутрішнього середовища підприємства для працівників; використання системи морального та матеріального стимулювання інтелектуального розвитку працівників.

Принцип забезпечення правової захищеності суб'єктів щодо результатів інтелектуальної діяльності гарантує працівникам і підприємству уникнення конфліктів та непорозумінь стосовно розподілу майнових та немайнових прав на результати їхньої інтелектуальної і творчої діяльності.

Принцип каузативності у використанні інтелектуального потенціалу полягає у забезпеченні динамічного і безперервного зв'язку у його процесах на підприємстві. Саме принцип каузативності забезпечує це використання через раціонально обгрунтований спонукальний управлінський вплив і (або) самомотивацію. У контексті розуміння формування інтелектуального потенціалу як причини, а його використання як наслідку, чітко простежується каузативність їхнього зв'язку відповідно до наведеного визначення. Тому, ігнорування даної об'єктивної характеристики, урахування лише каузальних зв'язків у соціально-економічних системах (коли причина обов'язково зумовлює наслідок) призводить до того, що інтелектуального потенціалу підприємства ризикує залишитися на стадії простої сукупності інтелектуальних ресурсів з втраченими можливостями їхнього застосування.

Принцип організаційної субсидіарності використання інтелектуального потенціалу підприємства виражає можливість для вирішення максимальної можливої кількості завдань у центрах відповідальності організації за опосередкуванням функції координування зі сторони вищої ланки управління. Даний принцип зумовлює розвиток раціонально обгрунтованої децентралізації управління використанням інтелектуального потенціалу підприємства, розширення повноважень та зростання ступеня відповідальності працівників нижчої та середньої ланок управління. У свою чергу це справляє сприятливий моральний вплив, оскільки викликає у працівників відчуття важливості, причетності та урахування їхньої думки щодо визначених функціональних аспектів діяльності підприємства.

Принцип інформаційної конфіденційності використання інтелектуального потенціалу полягає у запобіганні відтоку інформації, пов'язаної з особливостями та напрямками цього використання, за межі підприємства. Найбільш вагомими з можливих втрат для інтелектуального потенціалу підприємства слід вважати кадрові втрати у результаті «переманювання» працівників, що займаються інтелектуальною діяльністю та характеризуються високим професіоналізмом та досвідом діяльності в обраній галузі, конкуруючими організаціями з пропозицією кращих умов праці та вищого рівня винагороди за виконану роботу.

Отже, узагальнені та запропоновані принципи забезпечують комплекс правил, необхідних для розвитку інтелектуального потенціалу підприємства. Розроблені специфічні принципи мають прикладне значення, оскільки справляють вагомий вплив на створення та реалізацію управлінських рішень у сфері формування конкурентоспроможного інтелектуального потенціалу підприємства і його ефективного використання.

Література:

1. Глушук Г. Каузальність та каузативність – якісні різновиди каузативності [електронний ресурс] / Г. Глушук // Лінгвістика. – Випуск IX. – 2009. – с. 209- – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/nvkhdu/2009_9/reports/209-212.pdf.

2. Орловский Л.М. Системный подход и системный анализ в экономике и управлении / Л.М. Орловский. – Одесса: АО «ПЛАСКЕ», 2010. – 200 с.

3. Кравець П. Мультиагентна ігрова модель прийняття рішень з корельованими стратегіями [електронний ресурс] / П. Кравець // Вісник Національного університету «Львівська політехніка»: Комп'ютерні науки та інформаційні технології. – 2012. – №744. – с. 159-168. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/vnulp/Комп-науку/2012_744/24.pdf.

4. Кендюхов О.В. Ефективне управління інтелектуальним капіталом: Монографія [електронний ресурс] / О.В. Кендюхов // НАН України. Інститут економіки промисловості; ДонУЕП. – Донецьк: ДонУЕП, 2008. – 359 с. – Режим доступу: <http://ua.convdocs.org/docs/index-20238.html>.

Князь С.В. Інтелектуальна взаємодія у формуванні інтелектуального потенціалу виробничо-торговельного підприємства / С.В. Князь, Г.І. Пушак, Л.Ю. Холявка // Вісник економічної науки України. – №3 (27). – Донецьк: Академія економічних наук України, Інститут промисловості НАН України, 2014. – 222 с.

5. Паладій М.В. Проблеми формування управлінських рішень у сфері інтелектуальної власності України в умовах інтеграції в світові співтовариства [електронний ресурс] / М. В. Паладій // Державне управління: удосконалення та розвиток. – Режим доступу: <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=428>.

6. Досин Д.Г. Інтелектуальні системи, базовані на онтологіях: монографія / Д. Г. Досин та ін. – Л.: Цивілізація, 2009. – 412 с.

7. Рикки Хант. Как создать интеллектуальную организацию / Р. Хант, Т.Базан // Пер.сангл.–М.: ИНФРА-М, 2002–XXV, 230с.–(Серия «Менеджмент для лидера»).

**Черняєва А. О., к.е.н., доцент кафедри
міжнародного бізнесу, фінансів та обліку
Харківський торговельно-економічний інститут КНТЕУ**

ІНВЕСТУВАННЯ В ПРОФЕСІЙНЕ НАВЧАННЯ - ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД

В сучасних умовах професійне навчання (до складу якого входять первинна підготовка, підвищення кваліфікації та перепідготовка робітників) можна визначити як комплексний безперервний процес. Відповідно до цілей визначаються форми та методи навчання, які дозволять сформувати високопрофесійного, конкурентного, продуктивного робітника. Але в умовах несприятливої економічної ситуації більшість промислових підприємств проводить політику обмеженого фінансування саме навчальних програм, що є серйозною перешкодою для реалізації професійного розвитку робітників на підприємстві. Тому одним із дієвих заходів активізації інвестування в сферу розвитку робітничих кадрів є створення на законодавчому рівні стимулюючої політики, яка буде спрямована на підвищення зацікавленості підприємств до постійного фінансування у розвиток робітників. У зв'язку з цим, важливим та доцільним є дослідження зарубіжного досвіду регулювання політики інвестування у робітничі кадри (табл.1).

Отже, зарубіжний досвід стимулювання підприємств до активізації інвестування в професійне навчання робітників є позитивним.

Але разом з цим слід зазначити, що не все так оптимістично в економічно розвинутих країнах: лише в Швеції та Нідерландах більшість підприємств витрачають на професійне навчання більше, ніж 4 % фонду заробітної плати. В інших країнах більшість підприємств витрачає менш ніж 2 %. Тому аналіз діючої в Україні нормативно-правової бази регулювання системи професійного навчання робітничих кадрів (рис. 1) свідчить про її спрямованість та часткову відповідність зарубіжному досвіду.

Таблиця 1

Зарубіжний досвід стимулювання підприємств до активізації інвестування в професійне навчання робітників

Країна	Державна підтримка інвестування в професійне навчання	Розмір внесків на формування фондів професійного навчання
Великобританія	Уряд фінансує програми, що спрямовані на присвоєння професійної кваліфікації	Не менше 1% фонду оплати праці
Франція	Характерно часткове покриття витрат на професійне навчання за рахунок держави. Акцентується увага на працевлаштуванні молоді (підприємства повністю звільняються від сплати внесків у фонди соціального забезпечення, якщо здійснюють підготовку безробітної молоді у віці від 18-25 років)	Підприємства сплачують 0,25-1,25% фонду оплати праці залежно від розміру підприємства та чисельності робітників
Нідерланди	Фінансування початкової професійної освіти за рахунок державних коштів	Розмір внеску визначається у колективних договорах
Німеччина	Держава здійснює повне фінансування отримання професійної освіти у професійних училищах	Понад 2% ВВП приватні підприємства інвестують у професійний розвиток
Данія	Використовуються державні гарантії на професійне навчання	Працівники та підприємства сплачують 8% валового фонду оплати праці
Іспанія	Реалізується державна політика фінансової підтримки професійного розвитку робітників малих підприємств за рахунок коштів великих підприємств	Підприємства виплачують 0,6%, а працівники – 0,1%
Швеція	Держава повертає до 80% витрат підприємства на професійне навчання у разі найму та навчання молоді у віці 16-18 років, яка не має повної середньої освіти	Розмір внеску залежить від фонду оплати праці підприємства
США	Здійснюється субсидювання кожного із штатів для забезпечення профпідготовки	Розмір внеску залежить від фонду оплати праці підприємства
Японія	Запроваджено бюджетні субсидії підприємствам, які здійснюють професійне навчання робітників	Обов'язковий внесок до фонду – 0,1% фонду оплати праці

Секція 1. Сучасні моделі ефективного бізнесу підприємств

Найбільш дієвим інструментом державної політики регулювання інвестиційної активності підприємств є стимулювання професійного навчання шляхом віднесення до валових витрат підприємства не тільки суми коштів, інвестованих у професійну підготовку, навчання, перепідготовку або підвищення кваліфікації робітників, але й витрати на організацію навчально-виробничої практики осіб, що навчаються у ВНЗ та ПТЗ.

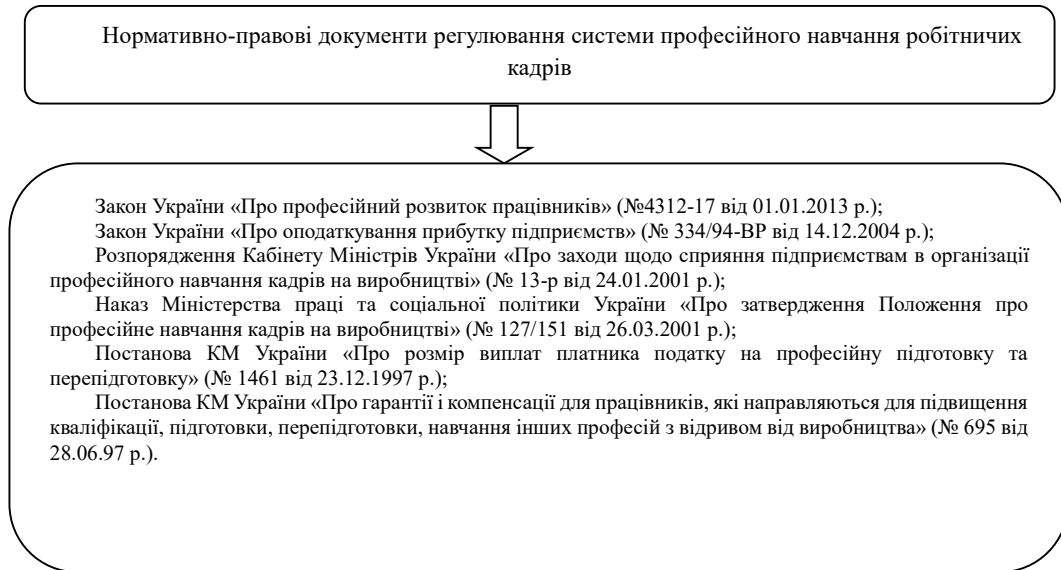


Рис. 1. Нормативно-правова база регулювання системи професійного навчання робітничих кадрів

Але фінансування професійного навчання робітників на підприємствах ускладнюється через: низький ступень відповідальності роботодавців за рівень професіоналізму та кваліфікації працівників, небажання витрачати на це кошти; економічну неспроможність підприємств забезпечувати підвищення кваліфікації працівників відповідно до потреб сучасного виробництва; низьку мотивацію працівників до підвищення свого професійного рівня, відсутність системи стимулювання професійного просування по службі; складнощі в організації професійного навчання кадрів на виробництві; відсутність заходів щодо дисциплінарної та матеріальної відповідальності керівників за рівень професіоналізму працівників.

Але незважаючи на це, підвищення кваліфікації робітничих кадрів, що спрямоване на послідовне вдосконалення професійних знань, умінь і навичок, залишається важливим та необхідним заходом поліпшення ефективності виробничої діяльності підприємства.

Адже головними завданнями підвищення кваліфікації є: підвищення розряду, забезпечення ефективного виконання нових завдань, адаптація працівників до нової техніки та технології, просування за посадою або горизонтальне переміщення.

Чирко О.Ф., магістрант
Портянко І.Б., магістрант
Науковий керівник: Виговський В.Г., к.е.н.,
доц. кафедри менеджменту і підприємництва
Державний університет «Житомирська Політехніка»

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА І ЗНАЧЕННЯ ЙОГО ОЦІНКИ

Одним з головних завдань функціонування будь-якого підприємства в сучасних умовах є забезпечення стабільного фінансового стану. Перед тим, як приймати важливі управлінські рішення на підприємстві, необхідно провести оцінку фінансового стану суб'єкта господарювання. Така оцінка допоможе виявити наявні проблеми в його роботі.

Але перед тим, як проводити оцінку, необхідно чітко встановити зміст поняття «фінансовий стан підприємства». Багато науковців бачать різницю між такими поняттями, як «фінансовий стан підприємства», «економічний стан підприємства» та «фінансово-економічний стан». Ми погоджуємось з твердженням, що домінуючою відмінною ознакою, що відрізняє сутність цих понять, є визначення розмежування тлумачення економічної діяльності підприємства, яка передбачає всі види діяльності на підприємстві та фінансової діяльності, яка передбачає зміни й розміру капіталу підприємства [6, с. 178].

На нашу думку, одним з найвичерпніших тлумачень фінансового стану підприємства є визначення М.Я. Дем'яненка: «Фінансовий стан – це комплексне поняття, є результатом роботи усіх елементів внутрішніх та зовнішніх фінансових відносин суб'єкта господарювання та відображає якісну сторону фінансової та виробничої діяльності. Це поняття характеризується системою показників, які відображають поточний стан джерел ресурсів (капіталу), спроможність розраховуватися за своїми зобов'язаннями і забезпечувати своєчасне та ефективне фінансування виробничо-господарської діяльності» [2].

А.Г. Семенов стверджує, що фінансовий стан є економічним поняттям, комплексною категорією, відображає фінансову спроможність підприємства та сукупність певних показників, характеризує різні аспекти фінансово-господарської діяльності [5, с. 48].

Більшість науковців головною характеристикою фінансового стану вважають систему показників. Ми погоджуємося з даною думкою, тому що поняття фінансового стану є об'єктивною фінансовою категорією. Цю категорію можна оцінити певною сукупністю фінансових показників.

М.Я. Коробова наводить повніше поняття фінансового стану, згідно з яким, це інтегрована та складна за багатьма показниками характеристика якості діяльності суб'єкта господарювання. Також його тлумачать як ступінь забезпеченості підприємства необхідними фінансовими ресурсами і рівень раціональності їх розміщення для здійснення ефективної господарської діяльності та своєчасних грошових розрахунків з контрагентами [3].

Окремо відзначимо визначення Г.В. Савицької, тому що автор виокремлює фінансовий стан як економічну категорію, а не комплексне поняття, і відзначає, що ця категорія відображає стан капіталу у процесі його кругообігу та спроможність підприємства до саморозвитку саме на певний момент часу, тому, що на інший момент ситуація може стати іншою [4].

А.Д. Шеремет та Р.С. Сайфулін, стверджують, що «фінансовий стан підприємства» відображений у засобах суб'єкта господарювання та їх джерелах, тобто – у структурі його активів і пасивів [7, с. 321]. Проте із цього визначення не ясно, які можуть бути наслідки та причини таких співвідношень.

Щодо подальшого вивчення тлумачення даного поняття вченими, багато з них дублюють тлумачення з Методики інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій. Вчені називають це поняття комплексним, система показників відображає його характеристики. Згадані показники відповідають за наявність, розміщення та використання фінансових ресурсів суб'єкта господарювання.

Слід відзначити, що визначення авторів, які підкреслюють відображення у понятті „фінансовий стан”, якісної сторони виробничої і фінансової діяльності, хоча й з деякими відмінностями є більш обґрунтованим. Таким чином тлумачать це поняття М.Я. Дем'яненко, М.Ф. Коробов, В.В. Осмоловський.

В результаті аналізу тлумачень дефініції «фінансовий стан підприємства» в наукових дослідженнях і виявлення основних засад цього поняття, дамо власне його визначення: фінансовий стан – це якісна характеристика діяльності суб'єкта господарювання, є результатом фінансово-господарської діяльності, відображає стан забезпеченості підприємства фінансовими ресурсами, необхідними для ефективної роботи підприємства, доцільністю їх розміщення та ефективністю використання й вимірюється системою показників, що характеризують загальні результати діяльності суб'єкта господарювання на час оцінки.

Використана література:

1. Горобець О.І. Методи аналізу фінансового стану підприємств / О.І. Горобець // Управління розвитком. – 2014. – №10 (173). – С. 138-140.
2. Дем'яненко М. Я. Фінансовий словник-довідник / М. Я. Дем'яненко, Ю.Я. Лузан, П. Т. Каблук. – К.: ІАЕУААН, 2003. – 507 с.
3. Коробов М. Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств: навч. посіб. / Коробов М. Я. – 3-тє вид., перероб. і допов. – К.: Знання, 2002. – 378 с.
4. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие / Савицкая Г. В. – 7-е изд., испр. – Мн.: Новое издание, 2002. – 704 с.
5. Семенов А.Г. Оцінка фінансового стану підприємства / А.Г. Семенов, Ю.М. Беженар // Держава та регіони. – 2016. – №4-5. – С. 47-50.
6. Титаренко О.С. Сутнісна характеристика фінансового стану підприємства / О.С. Титаренко // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2012. – №3 (54). – С. 177-181
7. Шеремет А.Д. Методика фінансового аналізу діяльності комерційних організацій : практич. посібник / А.Д. Шере-мет, Р.С. Сайфулін. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2015. – 321 с

ІНВЕСТУВАННЯ БІЗНЕС-АНГЕЛАМИ ПРОЄКТІВ В УКРАЇНІ

Бізнес-ангели (англ. business angel) – це приватні неформальні інвестори, що вкладають засоби у маловідомі молоді компанії, як правило, без застави, в очікуванні зростання їх вартості [2].

Серед найбільш вдалих міжнародних проєктів бізнес-ангелів можна відмітити Google, Apple, Amazon.com [2].

Правове положення вітчизняних бізнес-ангелів законодавством не визначено, що є причиною гальмування розвитку системи приватного інвестування в Україні [1]. В Україні серед представників бізнес-ангелів можна виділити Асоціацію приватних інвесторів України, 908.vc, UAngel, UAban.

Бізнес-ангели мають шість основних переваг у порівнянні з інвестиційними фондами:

- інвестиційний процес, що здійснюється приватними інвесторами, зазвичай є більш гнучким, ніж той, що здійснюється інвестиційним фондом, і часто швидшим;
- витрати на належну перевірку та переговори, а також на моніторинг реалізації інвестицій діловими ангелами майже завжди нижчі, ніж у випадку з фондом венчурного капіталу;
- приватні інвестори, оскільки вони вкладають власні гроші, зазвичай є більш гнучкими партнерами, ніж фонди;
- бізнес-ангели, як правило, є підприємцями, а не фінансистами, що часто буває у представників фондів;
- у випадку з бізнес-ангелами під час інвестування не потрібно чітко визначати варіанти виходу;
- ділові ангели частіше, ніж фонди, враховують особистість, манеру та погляди засновника компанії [3].

Світовий досвід фінансування інноваційних проєктів свідчить, що мінімальний розмір інвестицій венчурних фондів становить 2–7 млн. доларів, тоді коли приватний інвестор може вкласти від 5–10 тис. доларів [2].

Бізнес-ангели інвестують групами або самостійно. У США такі групи інвесторів називають синдикатами.

Що стосується групових інвестицій, є два можливих рішення:

- один з інвесторів або інвестиційний брокер діє від імені всієї групи (синдикату);
- кожен з інвесторів веде переговори самостійно.

У кожному разі витрати будуть покриватися всіма інвесторами солідарно. Перший із описаних шляхів найчастіше використовують організації, що асоціюють бізнес-ангелів. Другий шлях відбувається, коли до переговорів залучено кілька приватних інвесторів, один з яких є провідним інвестором.

Бізнес-ангели найчастіше використовують підтримку консультантів у галузі інвестицій, юридичної справи та бухгалтерського обліку.

Бізнес-ангели не обмежуються певною фазою розвитку компанії. Вони інвестують у стартапи, проєкти або компанії на кожному етапі розвитку.

Всупереч поширеній думці, бізнес-ангели інвестують не лише в проєкти або компанії, які перебувають на ранніх стадіях розвитку. Їх метою також є компанії, які працюють на ринку тривалий час. Бізнес-ангели можуть забезпечити таку компанію коштами, наприклад, для запуску нової виробничої лінії, виходу на новий сегмент ринку або завершення роботи над розробленим продуктом або технологічним рішенням. Набутий капітал може також становити перший, початковий інвестиційний раунд для компанії, яка шукатиме набагато більші фінансування у довгостроковій перспективі.

Найчастіше в обмін на забезпечення компанії фінансовими ресурсами ділові ангели отримують частку в капіталі компанії. У випадку інвестицій у проєкти або компанії на ранніх стадіях розвитку, бізнес-ангели не включають такі частки у капітал на момент поставки. Швидше, для наданого фінансування вони включають боргові інструменти з можливістю конвертувати ці інструменти у власний капітал у майбутньому.

Отже, в Україні необхідно розвивати потужну мережу бізнес-ангелів для залучення інвестицій в усі види бізнесу, що допоможе вітчизняній економіці вийти на докризовий рівень інвестування.

Література

1. Малойван В.В. Інвестування бізнес-ангелами інноваційних проєктів в Україні. *Право та інноваційне суспільство*. 2015. №1(4). С. 49-53.
2. Моцар К., Титюк С. Бізнес-ангели. Особливості діяльності бізнес-ангелів. Бізнес-ангели в Україні. URL: <https://www.businesslaw.org.ua/business-angels/> (дата звернення 25.10.2020).
3. Malec M. Anioły biznesu. Jak działają? Gdzie szukać? URL: <https://www.private-equity.pl/anioly-biznesu-business-angels/> (дата звернення 25.10.2020).

РАЗВИТИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ В ИСПОЛЬЗОВАНИИ ПАСТБИЩ

Основные причины, отрицательно влияющие на развитие биоразнообразия в пастбищных хозяйствах республики, в частности, в пустынных районах, где функционируют животноводческие хозяйства, имеют место хроническая засуха и дефицит воды в результате резких изменений природного климата, с другой стороны, человеческого фактора, в том числе недостаточной финансовой устойчивости животноводческих хозяйств, отсутствия персонала, ответственного за контроль использования пастбищ и геоботанические наблюдения, бессистемное использование; снижение урожайности кормовых культур в пустынях; отсутствие функционирования объектов инфраструктуры обслуживания и снабжения в хозяйствах по таким направлениям, как кормопроизводство скота, посадка кормовых культур, строительство и ремонт водных ресурсов.

В последние годы в целях последовательного развития отрасли животноводства и каракулеводства приняты Указ Президента Республики Узбекистан 28 марта 2019 года №УП-5696 «о мерах по коренному совершенствованию системы государственного управления в сфере ветеринарии и животноводства», 14 марта 2018 года № ПП-3603 «о мерах по ускоренному развитию в сфере каракулеводства» и 18 августа 2019 года № 4420 «о мерах по комплексному развитию отрасли каракулеводства»

Указами и постановлениями определены приоритетные направления модернизации отрасли и либерализации экономики каракулеводства, определены механизмы государственной финансовой поддержки пастбищного животноводства, пути решения актуальных вопросов развития биоразнообразия пустынно-пастбищных угодий.

В целях совершенствования селекционно-породной работы в сфере каракулеводства, финансовой поддержки производства и переработки конкурентоспособной Каракульской кожи в соответствии с требованиями мирового рынка с марта текущего года в Бухарской, Кашкадарьинской, Навоийской и Самаркандской областях созданы «фонды развития каракулеводства» каракульских ассоциаций «Каракуль», определены основные задачи Ассоциации Каракулеводства:

- изучение спроса и предложения на продукцию каракулеводства на мировом рынке;
- изучение передового опыта зарубежных стран в сфере каракулеводства, организация служебных поездок отечественных специалистов данной сферы по вопросам повышения квалификации;
- организация наглядных семинаров по межхозяйственному обмену породных каракульских овцематок на республиканском уровне;
- проведение наглядных учебных семинаров с участием отечественных и зарубежных специалистов в области каракулеводства;
- поддержка предприятий по экспорту продукции каракульских изделий в республике;
- для улучшения материально-технической базы специализированных фермерских хозяйств и разведенческих предприятий каракулеводства и создания предприятия по переработке каракульской продукции предусмотрено финансирование открытия кредитных линий по льготной годовой ставке 3 процента сроком на 3 года через филиалы акционерного коммерческого Народного банка Республики Узбекистан.

В августе текущего года при Республиканской ассоциации «Каракуль» намечено создание «Фонда развития Каракулеводства» средства данного фонда предполагается использовать на следующие цели:

- организация и совершенствование селекционно-племенной работы на научной основе;
- выращивание экспортоориентированной кожи каракуль и каракульча.
- создание предприятий глубокой переработки каракулеводческой продукции;
- финансирование приобретения в сфере ресурсосберегающего оборудования и создания питательных цехов (грануляторов) и приобретения сельскохозяйственной техники и агрегатов субъектами каракулеводства;
- строительство и модернизация существующих и строительство водозаборных сооружений в отдаленных пустынных регионах;
- привлечение и внедрение в отрасль новых современных технологий, инновационных идей и разработок;
- возмещение расходов, связанных с участием специалистов в международных выставках и ярмарках, повышением квалификации кадров в сфере, в том числе обучения молодых специалистов за рубежом, стажировок, привлечения иностранных специалистов и консультантов;
- укрепление материально-технической базы и материальное и социальное стимулирование работников ассоциации «Каракулеводства»;
- обеспечение выполнения других задач, возложенных на республиканскую ассоциацию «Каракулеводство».

Однако в состав основных задач данных фондов не входят такие актуальные вопросы, как сохранение природности пастбищных территорий, являющихся основными необходимыми для пастбищного животноводства, в том числе каракулеводства, сокращение деградированных территорий, предотвращение миграции песка, сохранение и воспроизводство биоразнообразия пастбищ.

На уровне всех сфер экономики республики систематически осуществляются институциональные реформы, в которых одновременно с основными мероприятиями созданы специальные фонды для устойчивого развития деятельности каждого министерства и ведомства, укрепления материально-технического потенциала, достойного стимулирования труда специалистов.

В результате эффективного финансирования мероприятий, запланированных этими фондами, в короткие сроки достигается качественное, без лишних затрат и, главное, своевременное выполнение мероприятий в рамках каждого проекта.

По нашему мнению, каракульское племенное животноводство имеет 21,5 млн гектар в резервах обществ с ограниченной ответственностью, фермерских хозяйств специализирующихся на пастбищном скотоводстве, государственных лесных хозяйств и районных хокимиятов для решения таких актуальных вопросов, как сохранение, восстановление и развитие биоразнообразия, сохранение чистой окружающей среды и пустынно-пастбищных территорий, предлагается осуществить следующие организационные и экономические мероприятия.

Во-первых, проанализировав деятельность вышеуказанных фондов, учитывая их положительные показатели, достигнутые в развитии деятельности министерств и ведомств, необходимо отметить, что восстановление пастбищ, занятых большой территорией республики, где наблюдается хроническая засуха, высокий риск опустынивания и деградации, в целях реализации механизма эффективного финансирования и разработки крупных мероприятий, таких как сохранение и развитие экосистем и биоразнообразия, при Государственном комитете Республики Узбекистан по ветеринарии и развитию животноводства⁴ целесообразно создание "фонда восстановления и развития пастбищной экосистемы".

Средства фонда должны быть направлены на следующие мероприятия, составляющие его основные задачи:

- обобщение средств, направляемых на восстановление и развитие пастбищной экосистемы за счет бюджетных и внебюджетных средств, в расчетном номере фонда;

- Совместно с Министерством сельского хозяйства, Министерством инновационного развития, Государственным комитетом лесного хозяйства, Государственным комитетом по экологии и охраны окружающей среды, Советом Министров Республики Каракалпакстан и хокимиятами областей и соответствующими министерствами и ведомствами разработаны краткосрочные и долгосрочные государственные программы по восстановлению экосистем и развитию биоразнообразия, а также меры по борьбе с деградацией на пастбищах;

- создание в соответствии с утвержденными программами питомников, специализирующихся на выращивании в пастбищных зонах участков семян кормовых культур степей (полынь, изень, терескен, черкес и др.), кустарников и полукустарниковой растительности (саксаул, полынь и др.), высаживаемых в качестве изгороди;

- проведение агротехнологических мероприятий, связанных с выявлением деградированных пастбищ, их восстановлением и повышением урожайности растений на основе сохранения биоразнообразия;

- борьба с болезнями степных кормовых культур и различными насекомыми;

- приобретения обществом с ограниченной ответственностью "каракулеводство" и фермерским хозяйствам материально-технических средств, необходимых для осуществления агротехнологических мероприятий в пастбищных регионах, а также на лизинговой основе;

- обеспечение постоянного и строгого мониторинга за целевым, адресным и эффективным использованием направляемых финансовых ресурсов хозяйствующими субъектами.

Организационная структура "фонда восстановления и развития пастбищной экосистемы", по нашему мнению, может быть сформирована следующим образом (Рис.1).

⁴Создание данного фонда при Государственном комитете Республики Узбекистан по ветеринарии и развитию животноводства имеет рекомендательный характер. Учитывая отношения использования пастбищных земель, этот фонд может быть создан при Государственном комитете по земельным ресурсам, геодезии, картографии и государственному кадастру или при Государственном комитете по лесному хозяйству Республики Узбекистан, отвечающем за осуществление мероприятий Международной конвенции по борьбе с опустыниванием и засухой в Республике.

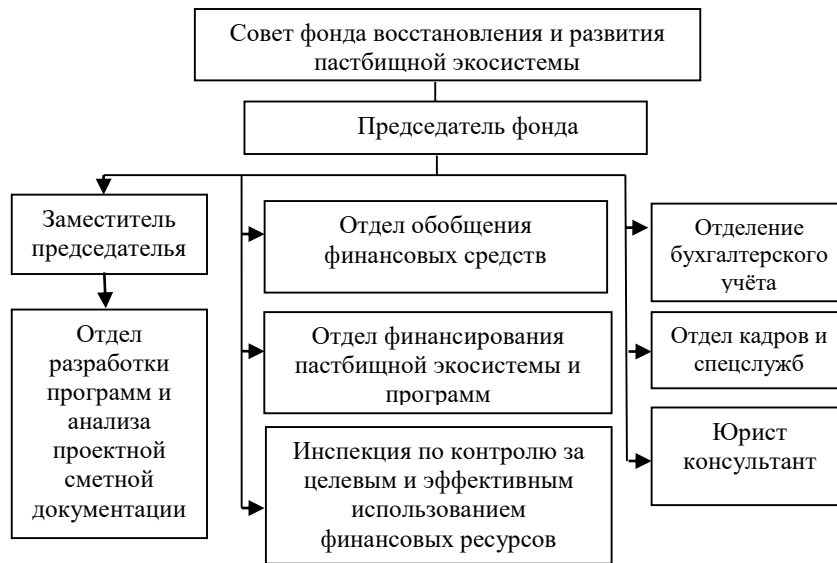


Рисунок 1. Организационная структура фонда восстановления и развития пастбищной экосистемы⁵ (рекомендательная)

Источником формирования финансовых средств фонда восстановления и развития пастбищной экосистемы можно считать:

- Целевые средства государственного бюджета;
- единый земельный налог/единый налог с фермерских хозяйств каракульского района;
- земли, имущества и другие налоги и платежи, взимаемых с дехканских хозяйств, действующих субъектов предпринимательства, проживающих на территории обществ с ограниченной ответственностью "каракулеводство", а также пастбищных территорий;
- льготные кредиты международных финансовых институтов и иностранных банков;
- средства отечественных и зарубежных грантовых проектов;
- Иные средства и доходы, не запрещенные законодательством Республики Узбекистан.

Литература

1. Указ Президента Республики Узбекистан №УП-5696 «О мерах по коренному совершенствованию системы государственного управления в сфере ветеринарии и животноводства» от 28.03.2019 г. URL: <http://lex.uz>
2. Постановление №ПП-3603 «О мерах по ускоренному развитию каракулеводческой отрасли» от 14.03.2018 г. URL: <http://lex.uz>
3. Постановление №ПП-4420 «О мерах по комплексному развитию каракулеводческой отрасли» от 18.08.2019 г. URL: <http://lex.uz>
4. Закон Республики Узбекистан «О фермерском хозяйстве» от 30.04.1998 г., №602-І. Ведомости Олий Мажлиса Республики Узбекистан, 2004 г., № 1-2, ст. 18.
5. Проектный отчет ПРООН, ГЭФ и Правительства Республики Узбекистан, Ташкент, 2008. – С. 26, 31.
6. Закон Республики Узбекистан «О пастбищах» от 20.05.2019 г. URL: <http://lex.uz>.
7. Эргашев Р. Х., Хамраева С. Н., Файзиева Ш. Ш. Инновационное развитие инфраструктуры сельского хозяйства: проблемы и пути его достижения //Феномен рыночного хозяйства: от истоков до наших дней. Партнерство в условиях риска и неопределенности. – 2020. – С. 310-319.

⁵Источник: на основе результатов научно-исследовательской работы автора.

Юшкевич О.О., к.е.н., доцент
кафедри менеджменту і підприємництва
Державний університет «Житомирська політехніка»

ЕКОНОМІКО-ЕКОЛОГІЧНА МОДЕЛЬ УПРАВЛІННЯ ФАКТОРАМИ ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Перспективи розвитку сільськогосподарських підприємств потребуватимуть формування нового бачення взаємозв'язку та комбінації факторів розвитку: економічного, соціального, природно-екологічного, технологічного, інституціонального або правового, інформаційного, управлінського, науково-освітнього, культурного тощо. Кожне підприємство, матиме свою специфічну комбінацію факторів, залежно від визначених стратегічних орієнтирів, а одержана в процесі моніторингу, діагностики та аналізу інформація формуватиме уяву про умови й стан розвитку підприємства. Слід відмітити, що часто взаємодія більшості факторів формалізуються, особливо це стосується вивчення та визначення зміни розмірів виробництва продукції сільського господарства. Проте, розвиток ринку сільськогосподарської продукції змушує сільгоспвиробників детально досліджувати середовище функціонування та забезпечувати практичну реалізацію відтворювальних циклів різних видів ресурсів в аграрному виробництві. Все це вимагає обґрунтування нових підходів до моделювання управління факторами впливу на розвиток сільськогосподарських підприємств на екологічній основі, що сприяють зміні порядку в часі та просторі, визначають об'єктивні можливості трансформації порядку, що склався [2, с. 84 - 87].

Дослідження наукових поглядів та практичного досвіду в сфері управління економічними процесами сільськогосподарських підприємств, підходів до оцінки їхньої ефективності приводить автора до думки про необхідність розробки концептуальних основ структуризації середовища розвитку сільськогосподарських підприємств. Вважаємо, що це напрям, який передбачає закономірну зміну системи, в результаті чого, змінюється якість економічних і природних ресурсів, а відповідно – форм і способів їхньої взаємодії й зумовлені цим коригування цілей, завдань, удосконалення економічної структури, технологій (функцій), економічної та екологічної культури (рис. 1).

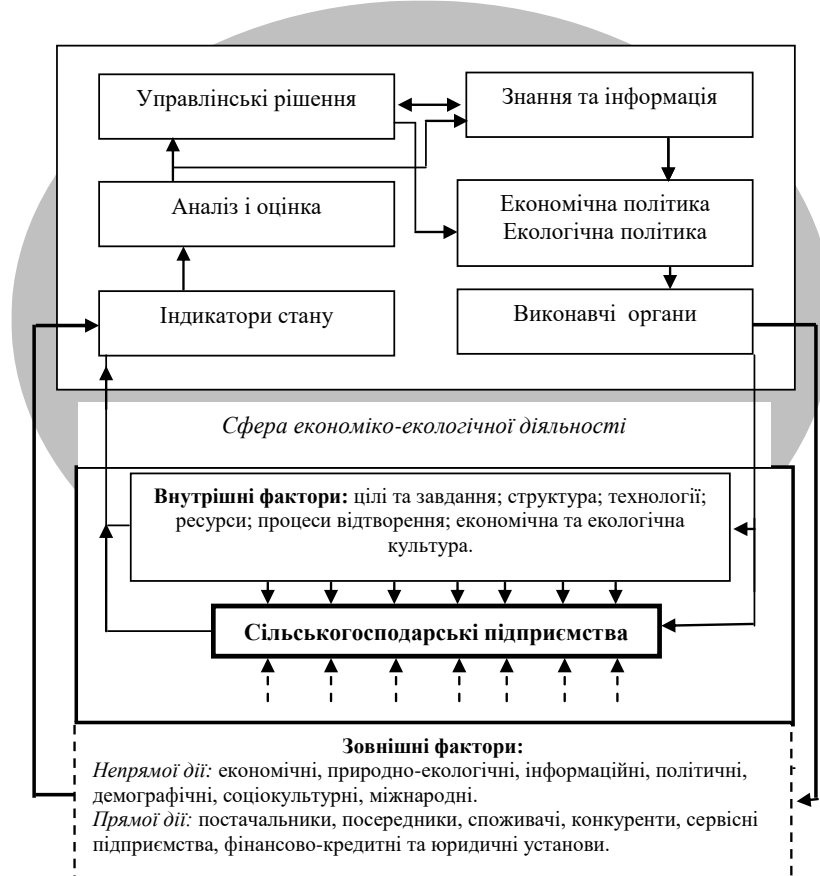


Рис. 1. Модель управління факторами впливу на розвиток сільськогосподарських підприємств
 Джерело: авторська розробка

З огляду на особливості сільськогосподарського виробництва, в концептуальних основах структуризації факторів розвитку сільськогосподарських підприємств необхідно враховувати наступні принципи, що мінімізують негативний вплив зовнішнього оточення: оптимальність (створення економічно обґрунтованої структури виробництва); системність використання ресурсів, економічна доцільність (порівняння результату з виробничими витратами); екологічна безпека (дотримання вимог екосистеми); соціальний захист (врахування соціальної сфери при плануванні перетворень). Усі ці положення спрямовані на забезпечення системного підходу до класифікації факторів впливу на розвиток сільськогосподарських підприємств.

Останній основний імпульс свого розвитку повинні одержувати за рахунок самоорганізації. Акумуляція досвіду, удосконалення соціальних та економічних інститутів, механізмів конкурентного відбору дають змогу пом'якшувати кризові стани. Розуміння цього факту змінює погляд на аналіз стану й прогнозування тенденції розвитку сільськогосподарських підприємств.

У нестабільних станах діють закони самоорганізації для розпізнання яких служать деталізовані технології. Найпростіші з них знаходять свій прояв у виявленні індикаторів, які визначені автором, як явища, що виникають спонтанно або закономірно в процесі взаємодії зовнішніх та внутрішніх факторів. Пропонуємо розрізняти подібні індикатори за наступними групами – економічні, екологічні, науково-технічні, політичні, соціокультурні, демографічні, міжнародні. В свою чергу по кожній з цих груп визначають характерні риси, тобто стійкі закономірності впливу тих чи інших факторів.

Конкретне визначення домінуючого фактора можливе на основі розпізнання сигналів, що свідчать більшою мірою про вплив зовнішніх факторів прямої дії та внутрішніх. Сигналами в розвитку сільськогосподарського підприємства стають зміна структури економічних і природних ресурсів та відповідно трансформація темпів, швидкості розвитку й ін. Сигнали, на які, як правило звертають увагу, – це рівень інфляції, податкової та процентної ставок, їхні очікувані або непередбачувані коливання, що є свідченням зміни станів зовнішніх факторів впливу на розвиток. Зокрема, це стосується як окремих факторів, так і їхніх груп або всієї сукупності. Найменш очевидними сигналами, на які відсутня зворотна реакція, є рівень екологічного забруднення, соціальної напруги, культурної деградації й ін.

Концептуальні основи структуризації середовища розвитку сільськогосподарських підприємств визначаються очікуваними змінами їхнього стану під впливом передбачуваних змін зовнішніх факторів впливу та підготовкою адаптивних управлінських рішень як реакції орієнтації структури внутрішнього середовища на такі зміни. Ця обставина дає змогу перевести умови функціонування сільськогосподарського підприємства як системи в якісно новий стан і забезпечує усунення проблемних зон підвищеного ризику та сприяє ефективному використанню наявних ресурсів, що гарантує стабільність.

Загалом управління факторами розвитку сільськогосподарських підприємств передбачає вивчення їх поточного стану, тобто оцінку економічних та природних ресурсів, стратегічного економічного потенціалу, визначення місця та потенційної можливості підприємств в умовах ринку. Зокрема, в даному дослідженні застосовано системний аналіз, що дозволяє виявити зовнішні та внутрішні рушійні сили розвитку. Саме тому при плануванні розвитку сільськогосподарських підприємств необхідно прогнозувати очікувані зміни зовнішнього фону та внутрішнього середовища з метою розуміння, в яких умовах відбуватимуться процеси розвитку й які зміни для цього необхідні [1]

Чітке визначення індикаторів зовнішніх факторів непрямої дії (економічних, природно-екологічних, політичних, соціокультурних, науково-технічних, інформаційних, демографічних, міжнародних), прямого впливу (постачальників, посередників, споживачів, конкурентів, сервісних підприємств, фінансово-кредитних та юридичних установ), внутрішніх факторів (цілей та завдань, структури, технологій, ресурсів, процесів відтворення, економічної та екологічної культури кадрів), їхній аналіз і оцінка дають можливість розробити управлінські рішення, економічну та екологічну політику. Пріоритетними напрямками економічної та екологічної політики є досягнення сталого розвитку і підвищення стратегічного економічного потенціалу сільськогосподарських підприємств, результативність розвитку яких свідчить про ефективність запропонованого інструмента.

Література:

1. Завадський Й.С. Основи менеджменту в АПК: Підручник / Й.С. Завадський, О.Д. Гудзинський, А.О. Заїнчковський та ін.; За ред. Й.С. Завадського. – К.: Вища шк., 1995. – 246 с.
2. Юшкевич О.О. Класифікація факторів впливу на розвиток сільськогосподарських підприємств за процесами відтворення / О.О. Юшкевич // Аграрна економіка науковий журнал Львівського аграрного університету. – 2011. – Т. 4. – № 1-4. – С. 82 – 89.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ЧАСТЬ РЕИНЖИНИРИНГА

Реинжиниринг представляет собой коренное пересматривание и перепланирование бизнес-процессов для достижения улучшений современных показателей эффективности организации. К таким показателям можно отнести стоимость, качество и уровень обслуживания клиентов.

Реинжиниринг бизнес-процессов находит свое применение в тех случаях, когда существует необходимость в принятии решений по преобразованию различной деятельности: коренных изменений, перепланировки бизнеса, замене действующих структур управления на новые.

К задачам реинжиниринга относятся следующие элементы:

1. Объединение информационных средств структурных подразделений компании;
2. Формирование интегрированной системы контроля корпоративных данных [1].

К свойствам интегрированной корпоративной системы управления данными относят:

1. Работу в реальном времени;
2. Обеспечение снижения общих затрат;
3. Имеется возможность реагирования на изменения рыночной ситуации.

Проект реинжиниринга организации обычно включает четыре шага:

1. Разработка образа будущей компании. На этом этапе компания строит образ того, как должен развиваться бизнес, чтобы достичь стратегических целей;
2. Комплексный инвестиционный анализ: осуществляется исследование компании, разрабатываются его рабочие модели;
3. Развитие нового бизнеса: создание новых и / или старых процессов;
4. Реализация нового бизнес-плана.

Реинжиниринг не может быть возможным, если у предприятия нет желания менять свое мнение об информационных технологиях, т.е. идентифицирует технологии с автоматизацией или наоборот изначально ищет проблемы, а затем технологические решения.

В реинжиниринге бизнеса главную роль играют новейшие информационные технологии. Однако, простая установка компьютеров на предприятии не является реинжинирингом, наоборот, неверное использование данных технологий может воспрепятствовать всем усилиям реинжиниринга с закреплением старых правил и взглядов.

Истинная сила технологий заключается не в повышении эффективности старых процессов, а, напротив, должна позволить оставить старые схемы поведения и создать новые условия работы.

Примером реинжиниринга является строительство нового завода по производству автомобилей «Saturn». Компания General Motors перепланировала свои старые рабочие процессы и выгодно начала использовать информационные технологии [2].

Таким образом была создана онлайн-база данных, к которой имели доступ поставщики комплектующих. Смысл данной схемы производства заключался в том, что поставщики не ждали когда компания по производству автомобилей сделает заказ на покупку, а самостоятельно доставляли необходимые комплектующие на завод согласно с графиком производства, включенного в базу данных.

В данном процессе нет никаких бумаг. Сразу же после отгрузки необходимых комплектующих поставщик отправляет заводу на электронную почту сообщение с необходимой информацией. По прибытию достаточно лишь приемщику отсканировать штрих-код на упаковке и узнать в какой части завода необходимы данные комплектующие.

Существующая база данных и электронный обмен информацией позволяла заводу «Saturn» работать вместе с поставщиками устраняя различные накладные расходы.

Таким образом, реинжиниринг — это процесс восстановления компаний, фирм, организаций посредством подъема инжиниринга на новый уровень.

Список использованных источников:

1. Информационные технологии как часть реинжиниринга [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cfin.ru> (дата доступа 05.11.2020)
2. Современный реинжиниринг [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bibliofond.ru> (дата доступа 05.11.2020)

УДК 504.7.06

Алексеев Е.В., студентка, 2 курс, гр. Б–54, экономический факультет
Научный руководитель – ст. препод. Л.О. Кулакова
*Учреждение образования «Брестский государственный
технический университет», г. Брест, Республика Беларусь*

Проблемы экологии в зеркале экономики

Экология – это наука, изучающая взаимоотношения между человеком, растительным и животным миром и окружающей средой, в том числе, влияние деятельности человека на окружающую среду и живую природу. Экономика является хозяйственной деятельностью человека, поэтому она оказывает существенное влияние на экологию.

В современном мире люди настолько сосредоточились на достижении финансового благополучия, что стали забывать о природе, и что в результате приводит к экологическим катастрофам – необратимым изменениям природных комплексов, связанных с массовой гибелью живых организмов. Экологическая катастрофа может быть локальной и глобальной. Локальная экологическая катастрофа приводит к гибели или серьёзному нарушению одной или более локальных экологических систем. Это авария на атомной станции, значительный разлив нефти в водоёме, лесной пожар, попадание ядовитых промышленных стоков в речное русло. Они время от времени происходят в силу неблагоприятных стечений тех или иных обстоятельств. Глобальная экологическая катастрофа представляет собой гипотетическое происшествие, которое возможно в случае превышения допустимого предела неким внешним или внутренним воздействием на биосферу. Такие катастрофы могут уничтожить большую часть жизни на планете, поэтому рассматриваются как уже случившиеся в прошлом или возможные в будущем.

Может ли экология оказывать эффективное влияние на экономику? Экономика является хозяйственной деятельностью современного человека, поэтому она оказывает существенное влияние на экологию. В современном мире люди настолько сосредоточились на достижении финансового благополучия, что стали забывать о природе, и что в результате приводит к экологическим катастрофам, которые могут быть не только природными, но и вызванными деятельностью человека.

Различают следующие экологические проблемы:

- загрязнение атмосферы;
- загрязнение водных ресурсов;
- загрязнение литосферы;
- гибель и вырубка лесов;
- другие загрязнения: твердые бытовые отходы, сточные воды.

И это лишь малая часть возможных проблем Земли. Одной из важнейших проблем нашего века является загрязнение Мирового океана. Сегодня источниками загрязнения Мирового океана являются (рис. 1):

- нефть и нефтепродукты;
- химикаты и пестициды;
- тяжелые металлы и радиоактивные отходы;
- сточные воды;
- пластмасса.



Рис. 1. Статистика источников нефтезагрязнения Мирового океана

Выбросы CO₂ в результате сжигания ископаемых видов топлива в энергетике и промышленности, которые преобладают в общем объеме выбросов парниковых газов, в 2018 г. выросли на 2,0%, достигнув рекордных 37,5 гигатонн CO₂ в год.

Сохраняется высокая вероятность наступления аварийных событий для внутрипромысловых нефтепроводов. Масштабы ущерба очень ощутимы, учитывая диаметр провода и объем разлива (в случае прорыва). В результате разрыва в окружающую среду может попасть от 0,11 до 0,5 тонн нефти. Например, штрафные выплаты в виде компенсации ущерба могут составлять более 256 тыс. дол. США. Оценочные цифры ежегодного сброса нефтяных углеводородов приведены на рис. 2. Так, каждая авария ведет к загрязнению 25–50 м² территории. В 15% случаев аварии могут доходить до масштаба загрязнения до 100 м².

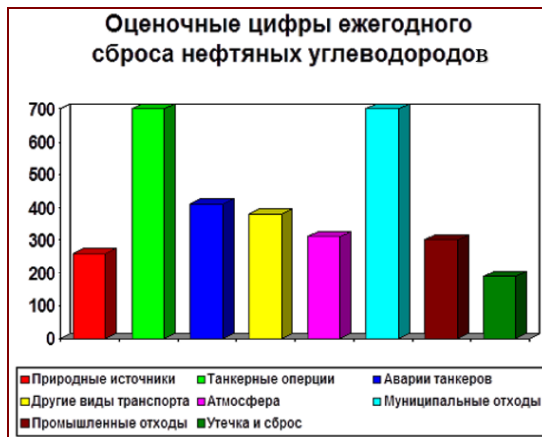


Рис. 2. Оценочные цифры ежегодного сброса нефтяных углеводородов

Если бы выбросы достигли пиковых значений в 2020 г., то для того, чтобы мир встал на путь удержания глобального потепления в пределах менее 2°C и 1,5°C с наименьшими издержками, к 2030 г. их объем понадобилось бы сократить по сравнению с 2018 годом на 25% и 55%, соответственно. Также изменение климата может оказать влияние на уровень бедности.

Группа Всемирного банка взаимодействует со 130 странами в целях содействия развитию, не причиняющему вреда климату, и увеличила инвестиции в финансирование мероприятий в области климата к 2020 г. в объеме около 29 млрд. дол. США в год, что на треть больше уровня 2018 г.

На Камчатке в начале сентября текущего года серферы обнаружили сотни трупов осьминогов, крабов, морских ежей и других обитателей подводного мира. Также люди почувствовали жжение в глазах и на коже после пребывания в воде.

Стало известно, что в пробах воды у Халактырского пляжа на Камчатке зафиксированы высокие концентрации загрязняющих веществ. Согласно результатам исследований, которые проводил Росприроднадзор, в образцах превышено содержание железа в 6,7 раза, фенола в 2,9 раза и фосфат-иона в 10,8 раза. В точках погружения около берега 90% организмов на дне мертво. По словам экспертов, чтобы восстановиться, океану понадобится около 5–10 лет.

Экология затрудняет и удорожает экономику. Предприятиям гораздо дешевле производить из опасных веществ, чем разрабатывать безопасные методы. Фосфаты, содержащиеся в океане, приводят к эвтрофикации водоемов. Использование фосфатов запрещено во многих странах мира, вводятся ограничения на использование их в стиральных порошках на уровне не более 0,3–0,5 г фосфора на цикл стирки. Есть истории, когда масштабные государственные кампании помогали улучшить экологическую ситуацию в стране и при этом их издержки оказывались заметно ниже получаемых выгод. В США принятие Акта о чистом воздухе и создание Агентства по охране окружающей среды в 1970 г. привели к улучшению качества воздуха. А обзор исследований показал, что выгоды от этой программы в разы превысили издержки.

Снижение вредных примесей в воздухе привело к улучшению здоровья населения. Это оказало влияние и на цены на недвижимость, и на производительность труда, и на образовательные результаты у школьников и даже привело к снижению преступности. Увеличение стоимости недвижимости оценивается в 45 млрд. дол. А введение системы торговли выбросами диоксида серы в 1990 г. имело долгосрочный эффект снижения смертности, который оценивается в 134 млрд. дол. США ежегодно при стоимости программы лишь 3 млрд. дол. США в год.

Увеличение частоты и интенсивности опасных погодных явлений, распространение инфекционных заболеваний – последствия изменения экологии. Они наносят значительный экономический ущерб, угрожают стабильному существованию экосистем, а также здоровью и жизни людей. По данным Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ), 12,6 млн. людей в год умирают вследствие экологических проблем.

Итак, решение экологических проблем – это в первую очередь выгодное вложение в самый ценный экономический ресурс, который есть у страны: в своих собственных граждан, их здоровье и человеческий капитал. И на такие инвестиции не стоит жалеть средств.

**Бацинко М.О., студентка, 1 курс, гр. ЕК–4, ФБСО,
Лишенко К.О., студентка, 1 курс, гр. ЕК–4, ФБС,
Ткачук В.О., доцент кафедри цифрової економіки
та міжнародних економічних відносин, к.е.н.,
Державний університет «Житомирська політехніка»**

Захист персональних даних в цифровій економіці

Серед основних принципів політики «цифровізації України» відзначається положення про те, що цей процес «має супроводжуватися підвищенням довіри і безпеки при використанні інформаційно-комп'ютерних технологій». Тобто фактично аргументується необхідність вживання заходів, спрямованих на зміцнення довіри користувачів Інтернет до джерел інформації, включаючи інформаційну безпеку, кібербезпеку, захист конфіденційності персональної інформації.

Потреба захисту персональних даних не є примхою людини, яка не бажає розголошувати забагато інформації про себе в цифровому середовищі, – персональні дані користувачів (клієнтів) стають головним джерелом конкурентоспроможності суб'єкта господарювання. Збір, опис, зберігання та обробка персональних даних дозволяє отримувати цінну інформацію для використання в ділових процесах, суспільному житті, роботі держави. Вміння працювати з такими даними та їх аналізувати – це можливість першим отримувати цінні ринкові «інсайти», тобто бути більш конкурентоздатним. Разом із тим, будучи одним із ключових цифрових трендів, персональні дані актуалізують реальну проблему їх захисту.

Підхід Європейського Союзу до забезпечення захисту персональних даних базується на розвитку «цифрових знань» і «цифрової грамотності», які мають підвищити рівень безпеки обороту персональних даних в цифровому середовищі. Також «цифрові знання» покликані поглибити розуміння користувачами інтернет-ресурсів непублічних персональних даних і можливих наслідків їх просочування у відкритий доступ.

Загалом захист – це заходи, що здійснюються системою для контролю доступу, захисту даних (конфіденційність, цілісність, доступність), опис процесів і процедур, захисту від атак, технічної підтримки, тренування та підготовка персоналу. Захист персональних даних є сукупністю правових, організаційних і технічних заходів, спрямованих на недопущення неправомірних дій з персональними даними, забезпечення їх конфіденційності, а також можливості доступу суб'єктів персональних даних до інформації про дії з їхніми персональними даними.

Забезпечення захисту персональних даних у базах персональних даних покладається на володільця персональних даних. Згідно із Законом України «Про захист персональних даних» №2297-VI від 01.06.2010 р., володільць персональних даних представляє собою фізичну або юридичну особу, яка визначає мету обробки персональних даних, встановлює склад цих даних та процедури їх обробки. Суб'єкти відносин, пов'язаних із персональними даними, зобов'язані забезпечити захист цих даних від незаконної обробки, зокрема від втрати, незаконного або випадкового знищення, а також від незаконного доступу до них.

Такий захист важливий із погляду на значну кількість персональних даних, що обробляються володільцями персональних даних за допомогою управляючих елементів веб-ресурсів у мережі Інтернет. Найчастіше персональні дані із використанням веб-ресурсів обробляються у межах таких процесів, як:

- заповнення відвідувачами веб-ресурсів анкет;
- реєстрація та отримання логіна та пароля;
- реєстрація з використанням облікового запису соціальної мережі;
- надання електронної адреси відвідувача для зворотного зв'язку.

При цьому можуть оброблятися персональні дані надзвичайно широкого діапазону: від анкетних персональних даних, які одночасно є відомостями про особу, яка ідентифікована, до відомостей, які можуть стосуватися особи опосередковано або які можуть використовуватися у процесі ідентифікації особи: відомостей про оплату послуг з використанням платіжних карт, логіни та паролі, записи у соціальній мережі, номери телефонів, електронні адреси тощо.

Щоб захистити свої персональні дані від протиправних посягань, особа може використовувати будь-які не заборонені законом засоби. Зокрема, у випадку незаконної обробки персональних даних та втручання в особисте життя особи, суб'єкт персональних даних вправі звернутися до володільця та/або розпорядника персональних даних з вмотивованою вимогою: заборонити таку обробку; внести зміни до своїх персональних даних (у випадку їх недостовірності); вимагати їх видалення (знищення).

Отже, в умовах цифрової трансформації економіки та пов'язаного з цим збільшення обороту персональних даних в цифровому середовищі суб'єкту персональних даних важливо моніторити відкриті персональні дані про себе та вчасно застосовувати засоби їх захисту.

Теоретичні аспекти оцінювання персоналу підприємства

Базовою умовою успіху будь-якого суб'єкта господарювання в сучасній ринковій системі є його персонал, який здатний досягати поставлених цілей. Підприємство не може розраховувати на довготривалий розвиток та конкурентоспроможність без ефективного управління людьми та грамотної організації їх діяльності, основою забезпечення яких є оцінка стану управління персоналом як домінанта для вдосконалення якісних характеристик персоналу, його мотивації та відповідної оплати праці.

Сформуванню раціональної системи навчання персоналу, узгодити її з системою оплати праці та розробити ефективні програми мотивації людей допомагає оцінка діяльності працівників, що забезпечує вимір та контроль відповідності ключових показників встановленим критеріям.

Оскільки результати оцінювання визначають положення працівника на виробництві і перспективу його кар'єрного росту, то вони є важливим мотиваційним фактором підвищення трудової діяльності і відношення до праці. Оцінювання роботи персоналу є процесом збору, аналізу і оцінки інформації про те, як працівники виконують доручену роботу, і з'ясування того, в якій мірі їх робоча поведінка, робочі показники та індивідуальні характеристики відповідають встановленим вимогам. Без необхідної інформації про професійний стан працівників, результати їх роботи тощо дуже важко прийняти правильне і своєчасне управлінське рішення.

Сучасна світова практика управління персоналом сформувала міжнародний термін «оцінка персоналу» як «процес визначення ефективності діяльності співробітників у реалізації стратегічних завдань організації з метою послідовного накопичення інформації, необхідної для прийняття подальших управлінських рішень».

Аналіз економічної літератури надає можливість сформулювати наступне визначення досліджуваного поняття: оцінювання персоналу – це процес, який забезпечує взаємодію складових елементів системи, призначеної для отримання інформації про результати порівняльного аналізу особистісних якостей і здібностей, професійного потенціалу, результатів діяльності персоналу з вимогами посад, що має сприяти досягненню стратегічних та оперативних цілей підприємства.

Метою оцінювання працівників є отримання об'єктивних оцінок їхньої праці, в яких концентруються знання і досвід, ставлення до праці, внесок у кінцевий результат діяльності первинного трудового колективу й організації в цілому. Це означає, що об'єктом оцінювання повинні бути не людина загалом, а тільки істотні її якості, властивості і дії з огляду на виконувану нею роботу та наслідки.

Оцінювання персоналу (самооцінка і зовнішня) організації виконує дві основні функції: орієнтуючу та стимулюючу. Орієнтуюча функція – полягає у тому, що кожна людина через оцінку з боку суспільства та за допомогою самооцінки усвідомлює себе, свій стан і поведінку, отримує можливість визначити напрямки і способи подальшої діяльності. Стимулююча функція – виявляється в тому, що оцінка, породжуючи в людини переживання успіху чи невдачі, підтверджуючи правильність чи неправильність обраної поведінки, спонукає людину до діяльності в певному напрямку. Отже, об'єктивно результати проведеного оцінювання діяльності не тільки дають можливість працівникові мати уявлення про те, як було оцінено виконану ним роботу, а й значною мірою впливають на мотивацію його подальшої трудової діяльності.

В результаті здійснення оцінювання персоналу на підприємстві можна досягнути наступних поставлених цілей:

- адміністративної – полягає в прийнятті кадрових рішень на об'єктивній і регулярній основі (розміщення кадрів, їх переміщення та оплата праці тощо);
- інформативної – забезпечення керівників необхідними даними про кількісний та якісний склад персоналу підприємства;
- мотиваційної – орієнтація працівників на покращення трудової діяльності в потрібному для організації напрямку.

Основними етапами управління персоналом, на яких відбувається безпосереднє і опосередковане їх оцінювання є:

- кадрове планування;
- розробка або зміни посадових інструкцій;
- добір і відбір кадрів;
- формування кадрового резерву;
- оплата і стимулювання праці, мотивація праці;
- трудова адаптація;

Секція 2. Моделювання та прогнозування економічних процесів розвитку підприємництва в умовах глобалізації

- службово-професійне просування;
- розвиток персоналу;
- атестація та щорічна оцінка персоналу;
- розробка заходів по удосконаленню управління персоналом.

Дослідження економічних літературних джерел дозволяє зробити висновок, що основними процедурами сучасної технології оцінювання персоналу на усіх етапах управління персоналом на підприємстві є такі:

- визначення цілі оцінювання (в залежності від етапу управління персоналом, на якому відбувається оцінювання);
- визначення об'єкту та суб'єкту оцінювання (в залежності від етапу управління персоналом, на якому відбувається оцінювання);
- визначення критеріїв оцінювання персоналу у комплексі з його професійним середовищем, особистісними здібностями та якостями, результатами професійної діяльності і професійним потенціалом;
- вибір і підготовка інструментарію (методів, засобів, систем аналітичних показників тощо) для оцінювання персоналу;
- підготовка до оцінювання персоналу, яка включає в себе підготовку вихідних даних, необхідних для оцінювання, а також особисто об'єктів і суб'єктів оцінювання;
- розробка плану робіт та заходів, які забезпечують проведення оцінювання персоналу;
- проведення процедури оцінювання персоналу з фіксуванням результатів оцінювання;
- обробка та аналіз результатів оцінювання, розробка рекомендацій, і попереднє узгодження їх з об'єктом оцінювання, а також оформлення оціночного документу об'єкту оцінювання;
- узгодження результатів оцінювання та строків виконання рекомендацій щодо їх використання з суб'єктами і об'єктами оцінювання;
- контроль за виконанням прийнятих рішень.

Цикл технології оцінювання персоналу є замкнутим, бо розробка плану робіт по проведенню оцінювання персоналу та заходів, необхідних для цього, а також заходів по використанню результатів оцінювання персоналу передбачає врахування усіх особливостей того етапу управління персоналом, на якому відбувається його оцінювання. Тому у процесі їх розробки може виникнути необхідність уточнення задач і цілей оцінювання персоналу, наприклад, у зв'язку зі змінами пріоритетів діяльності організації, яке в свою чергу, зумовить перегляд критеріїв і методів оцінювання персоналу, а також організацію відповідної підготовки до проведення його оцінювання.

Найбільш повною мірою система оцінювання персоналу проявляється в комплексній оцінці працівника, яка може розроблятися по всіх категоріях персоналу організації. Структуру комплексної оцінки можна подати у вигляді моделі, яка охоплює три групи характеристик:

- характеристику працівника з боку його ділових та особистісних якостей;
- характеристику трудової (ділової) поведінки;
- характеристику виконання роботи, її результатів.

Ключовим питанням оцінки персоналу є вибір методичного інструментарію для забезпечення найбільшої об'єктивності результатів оцінювання. Для об'єктивного оцінювання персоналу слід використовувати різноманітні методи, які повинні відповідати структурі підприємства, характеру діяльності персоналу, цілям оцінки. Метод оцінювання – сукупність певних теоретико-методологічних підходів до оцінювання якостей особистості, поведінки й ефективності праці працівника. Вибір конкретно методу залежить від особливостей системи оцінювання.

Умовно всі існуючі методи, як у вітчизняній, так і в зарубіжній практиці, поділяють на три групи: якісні, кількісні та комбіновані. До першої групи відносять описові методи, що характеризують якості працівників без кількісного їх вираження, їх називають якісними. Друга група є проміжною, в основу методів, які до неї входять, покладений як описовий принцип, так і кількісні параметри, визначені на підставі первинних якісних описів. Тому ці методи називають комбінованими. До третьої групи входять методи, в результаті використання яких можна безпосередньо отримати досить об'єктивну числову оцінку рівня ділових якостей працівників, тобто кількісні показники оцінки.

Отже, оцінювання персоналу – це необхідний засіб вивчення якісного складу кадрового потенціалу організації, його сильних і слабких сторін, а також основа для удосконалення індивідуальних трудових здібностей працівника і підвищення його кваліфікації, що, в кінцевому підсумку, є передумовою зростання показників продуктивності праці та ефективності господарської діяльності в цілому. Для підвищення ефективності оцінювання персоналу необхідно: поширення сучасних методів оцінки на всі категорії персоналу; розширення доступу персоналу до результатів його оцінювання; активне включення персоналу в процес його оцінювання через залучення до самоаналізу діяльності і розробки заходів з поліпшення роботи; розширення кола оцінювачів, у ролі яких, крім безпосереднього керівника, часто виступають вищі менеджери, колеги по роботі, підлеглі, споживачі результатів праці.

Оптимізація бізнес-процесів на підприємствах України в сучасних умовах

На сьогоднішній день Україна знаходиться в досить складному економічному становищі, що проявляється у зростанні інфляції та безробіття; збільшенні величини зовнішньої заборгованості та зниженні ВВП, а також у диспропорції між фінансовим і реальним секторами економіки. Через недосконалу законодавчу базу та несприятливий інвестиційний клімат в Україні спостерігається зменшення інвестиційної активності. За таких умов керівництву підприємства необхідно використовувати нові інструменти та методи управління бізнес-процесами, що пов'язані з постійними змінами кон'юнктури ринку та процесу виробництва.

Під бізнес-процесами розуміють множину внутрішніх видів діяльності, яка закінчується створенням продукції, що необхідна клієнту, задовольняє його бачення вартості, довговічності, сервісу й якості. Крім того, виокремлюють такі види бізнес-процесів, які можуть потребувати перегляду та перепроєктування: основні, допоміжні, бізнес-процеси розвитку та процеси управління. Досліджуючи ефективність існуючих бізнес-процесів підприємства, необхідно обрати відповідну методику чи підхід, який, своєю чергою, стане дієвим механізмом розвитку підприємства.

Поліпшення бізнес-процесів (BPI) – це підхід, що дозволяє підприємствам оптимізувати свою виробничу та управлінську діяльність та досягти вищої ефективності. Запровадження методу BPI забезпечує скорочення витрат та циклу бізнес-процесу на 90% при одночасному підвищенні його якісних характеристик більш ніж на 60%. Оптимізація бізнес-процесів є одним з аспектів організаційного розвитку, за якого ряд дій береться власником процесу для виявлення, аналізу та покращення існуючих бізнес-процесів на підприємстві у відповідності з поставленими цілями і завданнями, таких як збільшення прибутку і продуктивності, зниження витрат тощо. Також BPI є таким способом зміни існуючих бізнес-процесів, за якого досягається поліпшення якості продукту або послуги, з метою їх відповідності потребам споживачів. Серед принципів оптимізації бізнес-процесів виокремлюють: відповідність поліпшення бізнес-процесів цілям підприємства; орієнтація на споживачів; наявність критеріїв оптимізації бізнес-процесів; наявність осіб, відповідальних за їх оптимізацію.

Методи оптимізації бізнес-процесів поділяють на три великих групи. До першої групи належать методи, які засновані на досвіді. Вони є універсальними і підходять для будь-якого бізнесу. До другої групи належать методи бенчмаркінгу. Сутність їх полягає в аналізі і копіюванні діяльності успішних компаній. Третя група методів об'єднала у собі технології командної роботи. Використання кожного із цих методів залежить від характеру організації та специфіки діяльності.

Для побудови дієвої системи управління необхідно: 1) переглянути внутрішні резерви підприємства; 2) розглянути питання оптимізації існуючої структури та всіх бізнес-процесів; 3) з'ясувати, які з бізнес-процесів «працюють» на прибуток; 4) з'ясувати, які процеси є другорядними та ступінь їх перспективності та участі в загальному прибутку; 5) знайти процеси, які відволікають капітал компанії. Тобто, необхідно проведення поглибленого аудиту всіх бізнес-процесів підприємства.

Можливість постійного моніторингу за станом збудованої системи бізнес-процесів підприємства досягається вибором показників ефективності для кожної складової процесу. Показники ефективності описуються математично. Внаслідок кореляції показників всіх складових бізнес-процесів між собою, виникає можливість моніторингу господарської діяльності підприємства, моделювання ситуацій різного характеру за ступенем складності, визначаються «вузькі» місця в діяльності підприємства. Завдяки цьому з'являється можливість оперативно впливати на процеси у разі виникнення різного роду впливу зовнішніх і внутрішніх факторів. Описана схема бізнес-процесів підприємства дозволяє оперативно отримувати та аналізувати результати ефективності діяльності підприємства. На підставі збудованих моделей бізнес-процесів, формуються технічні умови фахівцям ІТ-галузі, проводиться аналіз існуючого програмного забезпечення або вибір іншого, здатного супроводжувати розроблені моделі. Як правило, використовують ERP системи управління ресурсами виробництва, WMS системи автоматизації процесів складського господарства, TMS системи автоматизації управління транспортом і транспортними потоками, CRM системи збору та аналізу інформації про ринок збуту та постачання.

Отже, саме оптимізація бізнес-процесів є одним із головних дієвих інструментів забезпечення ефективності діяльності підприємств, сприяє збільшенню прибутку і зростанню продуктивності, зниженню витрат, поліпшенню якості продуктів або послуги, з метою їх відповідності потребам клієнтів і споживачів. Для максимізації якості бізнес-процесів на підприємствах України необхідно використовувати такі методи оптимізації, які дозволять встановити баланс між задоволенням споживачів і конкуруючими силами ринку з одного боку та показниками ефективності бізнес-процесів з іншого.

Бобровник В.М., студентка, гр. МЕМ–20-1
ННІ економіки, оподаткування та митної справи
Науковий керівник – к.е.н., доц. М.І. Назаров
Університет державної фіскальної служби України, м. Ірпінь

Місце і роль людського капіталу в економічному зростанні країни

Економічне зростання є однією з головних цілей економічної політики нинішніх урядів. Це досягається завдяки екстенсивному або інтенсивному використанню виробничих факторів. Економічне зростання є результатом збільшення кількості використаних виробничих факторів. Основними факторами виробництва є земля, робоча сила і капітал (фізичний і людський).

Людський капітал – це інтенсивний продуктивний чинник економічного розвитку, розвитку суспільства і сім'ї, що включає освічену частину трудових ресурсів, знання, інструментарій інтелектуальної й управлінської праці, місце трудової діяльності, що забезпечують ефективне і раціональне функціонування людського капіталу як продуктивного чинника розвитку.

За даними Світового Банку, частка людського капіталу в загальносвітовому багатстві склала дві третини. При цьому в бідних 121 країнах людський капітал складає біля 40% від загального, а в багатих – 68%, в країнах «сімки» і ЄС понад 75%. У 2005 році в структурі національного багатства України найбільшу частку теж займав людський капітал, однак лише близько 47%, причому за ці роки ця частка скоротилася приблизно на 8 в.п. Вже зараз досвід, уміння, зусилля та креативність населення багатих країн мають більшу вартість, ніж верстати й обладнання на фабриках та корисні копалини в надрах. Використання людського капіталу дозволяє отримувати додаткові прибутки, а його розвиток стає найважливішим завданням, як на рівні окремих компаній, так і держав в цілому.

Людський капітал позитивно корелює з економічним зростанням, оскільки інвестиції мають тенденцію підвищувати продуктивність. Процес навчання робочої сили є одним з видів інвестицій, але замість капіталовкладень, таких як обладнання, інвестиції йдуть в людський капітал.

Для того, щоб працівник відповідав сучасним викликам суспільства і був затребуваним на ринку праці, він повинен протягом життя навчатися, отримувати знання, вміння та фахові навички, які будуть робити його конкурентоздатним у сучасній інноваційній економіці. І, якщо ми кілька років тому говорили про те, що підвищувати кваліфікацію достатньо було один раз на 5 років, то сьогодні цього вже недостатньо, бо під впливом прогресу швидкоплинно змінюються як технологічні процеси виробництва, так і характер послуг, які необхідні для задоволення потреб сучасного суспільства.

Інвестування у людський капітал, насамперед, підвищує продуктивні здібності людини, розвиває ділові навички та підприємливість, стимулює наближення її до нових наукових ідей і технічних розробок, які так необхідні нашому суспільству для пришвидшення інноваційного розвитку країни. Це в свою чергу сприятиме підвищенню продуктивності праці та стимулюванню економічного зростання.

Інвестиції в людський капітал і зростання зайнятості привело до створення кращих умов зайнятості в економіках усього світу. Якщо зайнятість поліпшується, споживчі витрати зростають, що призводить до збільшення доходів компаній і додаткових інвестицій в бізнес. Таким чином, зайнятість є ключовим показником для визначення того, як може зростати ВВП. В розвинених країнах витрати на підготовку кваліфікованого працівника в понад 2 рази вищі, ніж витрати на матеріальне оснащення одного робочого місця, а сама підготовка середньостатистичного працівника займає від 14,5 років формальної освіти (Японія) до 18,5 років (США). Прогрес людського капіталу прискориться, коли кожному, хто хоче працювати, буде надана можливість робити це в гідних умовах. Тим не менш, у багатьох країнах люди часто не мають доступу до оплачуваної праці або отримують за ту ж роботу менше, ніж інші.

Первинним завданням держави є створення сприятливих умов для розкриття людського потенціалу, його мотивації. Необхідно значно підняти імідж науковців. Держава повинна стати інтегратором людського потенціалу, зібрати кращих людей, вдосконалити систему підготовки та підвищення кваліфікації кадрів, створивши їм всі необхідні умови для реалізації поставленої конкретної мети.

Одним з шляхів збереження людського потенціалу та забезпечення його розвитку є системне реформування охорони здоров'я, хоча медицина тут відіграє далеко не головну роль. Зокрема, важливо також ширше пропагувати здоровий спосіб життя та охорону довкілля, вирішувати питання щодо охорони праці та поведінки на дорогах. Для успішного розвитку людського потенціалу необхідні також зміни нашої психології. Неможна витратити понад 60% заробленого на харчування, модний одяг, а більше вкладати в свою освіту, здоров'я, поліпшення житлових умов тощо.

Отже, сьогодні, спостерігається підвищення ролі людського капіталу. Людський капітал впливає на економічне зростання і може допомогти розвитку економіки, розширюючи знання і навички своїх людей. Сучасна економіка вимагає створення нових освітніх систем, які впроваджуються в виробництво, орієнтованих на людину як соціально-економічну модель.

УДК 656.02

Бужимський В.В., магістрант, 2-й р.н., гр. ЕПМ–17, ФБСО
Науковий керівник – завідувач кафедри цифрової економіки
та міжнародних економічних відносин, д.е.н., доц. К.В. Шиманська
Державний університет «Житомирська політехніка»

Суть та значення маркетингової логістики у здійсненні підприємницької діяльності суб'єктів господарювання

Маркетинг є невід'ємною частиною загальної логістичної системи підприємства, охоплюючи весь ланцюг системи розподілу: маркетинг, транспортування, складування.

Вона може бути охарактеризована двовекторно:

- як вивчення потреб ринку (цим власне і займається маркетинг);
- як способи і методи найбільш повного задоволення цих потреб.

Вивчення позицій науковців щодо розуміння понять «маркетинг» та «логістика» та їх систематизація дозволяє запропонувати власне визначення поняття «маркетингової логістики» як системи оптимізації об'єднання матеріальних, інформаційних і фінансових потоків, при якій доставка товару (надання послуги) здійснюється у потрібній кількості, якості й асортименті в потрібний час і потрібне місце за прийнятною ціною з мінімальними витратами, кінцевим результатом якої є максимальний прибуток від діяльності всіх ланок логістичного ланцюга і соціальний ефект.

Таким чином, сфера використання маркетингової логістики – це стадія фізичного розподілу продукції, де відбувається рух товарів від виробника до його ринків збуту.

Вивчення теорії і практики дає підстави вважати, що основними стратегічними завданнями маркетингової логістики є:

- 1) максимізація прибутку підприємства за забезпечення більш повнішого задоволення попиту споживачів;
- 2) ефективне використання виробничого апарату підприємства за рахунок оптимального завантаження виробничих потужностей замовленнями споживачів;
- 3) раціональна поведінка суб'єкта господарювання на ринку з урахуванням його постійно змінної кон'юнктури.

Для вирішення кожного з наведених завдань і всіх їх у цілому необхідно дотримуватись певних правил, які, на жаль, нерідко ігноруються в практиці маркетингової логістики. По-перше, позитивних результатів маркетингової логістики можна досягти шляхом використання можливостей, а не вирішення проблем. По-друге, для одержання позитивних результатів маркетингової логістики ресурси слід спрямовувати на використання можливостей підприємства і ринку, а не на вирішення проблем. По-третє, високих результатів маркетингової логістики можна досягти шляхом набуття справжнього лідерства на ринку, а не покладаючись на думку спеціалістів чи власну інтуїцію. По-четверте, не слід спочивати на лаврах досягнутого успіху, оскільки провідне становище на ринку може змінитися на гірше. По-п'яте, маркетингова логістика, пущена на самоплив, практично завжди функціонує неправильно на підприємстві. Водночас, доводиться констатувати, що легше сформулювати правила, ніж їх дотримуватися. Щоб виконувати їх, необхідні певні умови (відповідне зовнішнє середовище і внутрішня організація) і, що також важливо, знання методів маркетингової логістики, а головне, ефективне їх застосування в умовах підприємства.

Вважаємо, що стратегію маркетингу потрібно будувати із застосуванням логістичних принципів, що і веде за собою встановлення довгострокових цілей і структур маркетингової логістики, тобто побудова логістичної схеми – це оптимальна система руху товарних, фінансових та інформаційних потоків. При цьому потрібно відмітити, що логістика запозичила у маркетингу важливість аналізу сегментації, мотивації споживача, просування та ін. Тому, ефективне управління ланцюгом постачань, яке призводить до зниження цін, може викликати більший вплив на збут, ніж дія маркетингу, орієнтованого тільки на стимулювання попиту.

Можна стверджувати, що інтеграція маркетингу та логістики на стадіях, що передують безпосередньому процесу виробництва продукції передбачає зміну підходу до закупівельної діяльності. На цьому етапі управління матеріальними потоками виникає необхідність приймати управлінські рішення, які максимально повинні задовольняти суперечливі інтереси підприємств-постачальників, транспортних підприємств і організацій, а також складських і виробничих підрозділів підприємств-споживачів.

Таким чином, виникає необхідність перегляду всієї системи управління закупівельною діяльністю підприємства для забезпечення її переорієнтації і максимально ефективного задоволення потреб споживачів.

Карпук П.С., студентка
Научный руководитель – к.э.н., доц. В.В. Зазерская
*Учреждение образования «Брестский государственный
технический университет», г. Брест, Беларусь*

Процесс прогнозирования в экономике

Точная и своевременная информация о том, что может произойти с экономикой и обществом в будущем, всегда была и будет важна для лиц, принимающих управленческие решения в бизнес-сфере. Именно поэтому тщательное внимание уделяется такому социально-экономическому процессу как прогнозирование.

В настоящее время насчитывается более 150 методов, отличающихся друг от друга степенью сложности, принципом действия, наличием, а также способами получения и обработки информации об объекте и др. Такое многообразие методов определяется многообразием и особенностями объектов планирования и прогнозирования. Условно выделяют методы прогнозирования и методы планирования. Однако на практике методы прогнозирования широко используются при принятии плановых решений.

На сегодняшний день экономисты полагаются на информационные данные, компьютерные модели, а также экономические теории. Прогнозирование является важной частью планирования любого бизнеса, так как влияет на эффективность деятельности организации. Например, прогнозы продаж влияют на запасы готовой продукции и сырья.

Развитие современных экономических теорий, а также средств информационных технологий, открыли новые методы прогнозирования. Обеспечение требований оптимизации прогноза предполагается осуществлять на основе усиления учета обратных связей системы с внешней средой двумя способами: дополнением динамической регрессионной модели системы оптимизационными методами и моделями; разработкой и использованием при моделировании прогрессивных нормативов влияния факторов материализованного научно-технического прогресса на рост факторного показателя.

Формальный процесс прогнозирования, как правило, состоит из следующих этапов:

1. Сбор данных и определение проблемы.
2. Выбор возможных прогнозов для решения проблемы.
3. Изучение доступных методов и теорий, использованных в прошлом при прогнозировании решений для сходной ситуации.
4. Оценка и поиск оптимального варианта из всевозможных решений.
5. Реализация прогноза.
6. Рецензия полученного прогноза.

Существует два основных способа категоризации прогнозов: по временным рамкам, к которым применяется прогноз, и по используемым методам.

Временные рамки прогноза могут быть краткосрочными, среднесрочными или долгосрочными. Краткосрочные прогнозы обычно охватывают ближайшее будущее и используются для решения вопросов повседневной или еженедельной деятельности предприятия. Как правило, краткосрочный прогноз охватывает период в один или два месяца. Среднесрочный прогноз, в большинстве случаев, охватывает период от двух месяцев до года и, чаще всего, связан с годовым производственным планом. Долгосрочный прогноз составляет более двух лет и используется при планировании производства новых продуктов или расширении производственных мощностей.

Используемые методы при прогнозировании могут быть:

– качественные – методы основаны на мнениях и суждениях экспертов, наиболее часто используются при отсутствии количественных данных. Качественный метод, осуществленный опытным специалистом, может обеспечить подходящий прогноз на краткосрочную перспективу вследствие того, что эксперт достаточно близко знаком с соответствующими вопросами и проблемами;

– количественные – эти методы используют статистические показатели для прогнозирования на основе стандартных данных. Некоторые количественные методы предполагают использование данных компании для прогнозирования результатов деятельности отдельных фирм, но также есть и многочисленные индексы, публикуемые правительством или частными прогнозными фирмами, которые могут оказать большую помощь. В общем и целом, количественные методы предпочтительнее при наличии соответствующих данных.

Любой бизнес работает на основе какого-то прогноза о будущем, будь то интуитивное предположение или сложная модель, включающая большие объемы количественных данных. Возможно, в некоторых небольших и стабильных предприятиях достаточно и инстинктивного прогноза, однако существует вероятность того, что именно более продуманный и тщательно разработанный процесс прогнозирования представляет большую эффективность для организации.

Козинец М.Т., доцент кафедры менеджмента, к.э.н., доц.
*Учреждение образования «Брестский государственный
технический университет», г. Брест, Беларусь*

Региональные привлекательность и риски предпринимательства в сфере электронной экономики

Пандемия COVID-19 оказывает значительное воздействие на все сферы человеческой жизни. Она проявляется, прежде всего, в нестабильности и глобальной неопределенности, имеющей место как на внутреннем, так и на внешних рынках, которая значительно усугубилась закрытиями границ или ограничениями на перемещения товаров и (или) физических лиц. Это позволило достаточно ярко проявиться отдельным явлениям, которые были в определенной степени латентны в предшествующий период. Следствием этого является, в т. ч. активизация развития электронной экономики.

Анализ развития экономики в начале XXI ст. на основании ряда специфических черт позволяет выделить электронную ее составляющую в качестве особого вида приложения усилий субъектов предпринимательской деятельности. Она включает в себя ряд подсистем:

- информационно-коммуникационную и институциональную инфраструктуру;
- информационно-коммуникационную индустрию;
- конечных пользователей;
- электронную коммерцию и электронный бизнес.

Предпринимателям, функционирующим в сфере электронной экономики, помимо ряда традиционных черт (инициативность, новаторство, независимость, рискованность и др.), характерны и иные признаки. Последние отчасти являются следствием проявления внешней среды. Среди них следует выделить:

- более высокую динамичность;
- более гибкую организацию труда;
- повышенную клиентоориентированность;
- большую значимость информационных ресурсов, нематериальных активов и интеллектуального капитала.

Можно уверенно утверждать, что в Республике Беларусь за последнее десятилетие без активной материальной поддержки в условиях регулируемой государством рыночной экономики сформировался сектор деятельности, который начал играть достаточно заметную роль и постепенно становится своеобразным брендом страны за рубежом – сектор ИТ. Косвенно об этом свидетельствует увеличение удельного веса секции «Информация и связь» в валовом внутреннем продукте в более чем в два раза (с 2,3% до 5,4%).

Следует отметить, что удельный вес активных предприятий по видам экономической деятельности в 2019 году по данной секции составил 3,8% от общего количества активных предприятий, а доля «рождений» организаций в общем количестве «рождений» – 6,3%. При этом если удельный вес «смертей» предприятий в целом по экономике в 2017 г. составлял 6,8%, то по анализируемой секции за данный период – 3,0%. В области информационных технологий и деятельности в области информационного обслуживания данные показатели составили: «рождаемость» в 2019 г. – 17,1% (в 2017 г. – 16,1%); «смертность» в 2017 г. – 6,9%.

Уровень выживаемости организаций, рожденных в 2015 г., в 2019 г. составил 67,0%. Это выше чем в традиционных секторах национальной экономики (промышленность – 64,1%; транспортная деятельность, складирование, почтовая и курьерская деятельность – 59,8%; сельское, лесное и рыбное хозяйство – 58,1%; оптовая и розничная торговля, ремонт автомобилей и мотоциклов – 54,0%; строительство – 51,5%).

Приведенные выше данные свидетельствуют о том, что организации, представляющие электронную экономику, являются более конкурентоспособными по отношению к иным субъектам, «традиционного» бизнеса. Указанное является следствием как перспективности оказываемых ими услуг, так и степени благоприятности созданных условий для развития предпринимательской деятельности.

Анализ привлекательности условий в сфере информационных технологий и деятельности в области информационного обслуживания в странах региона показывает безусловное лидерство Республики Беларусь. В рамках проведенного анализа исследовалась экономическая целесообразность переноса бизнеса из страны в альтернативные юрисдикции Центральной и Восточной Европы. Предмет анализа – рентабельность продаж при условии необходимости обеспечения средней заработной платы после уплаты налогов на уровне, фиксируемом в Республике Беларусь.

Наиболее привлекательными странами для осуществления предпринимательства в сфере информационных технологий являются Республика Беларусь и Украина. Однако, если средняя

рентабельность продаж в Республике Беларусь при указанных базовых условиях составляла 25,1%, то для украинских предпринимательских структур в данном секторе ее расчетный показатель будет в три раза меньше – 7,5%.

Рейтинг привлекательности иных юрисдикций выглядит следующим образом:

- первая группа привлекательности стран региона – Республика Беларусь;
- вторая группа привлекательности – Украина;
- третья группа Венгрия, Польша, Литва (2,7–3,5%);
- четвертая группа – Эстония, Латвия (0,1–0,3%);
- пятая группа – Чехия.

Указанная выше информация свидетельствует, что без существенного изменения параметров предпринимательской деятельности, перенос бизнеса с сфере IT с учета разницы в уровне жизни из Беларуси целесообразен только в украинском направлении и в ближайшей перспективе возможен при условии реализации субъектами стратегии по снижению уровня рисков.

На настоящий момент не существует общепризнанной теории риска. Тем не менее, принято выделять следующие основные виды предпринимательского риска:

- коммерческие;
- производственные;
- финансовые;
- политические риски.

Применительно к секции «Информация и связь» из обозначенных видов рисков на настоящий момент времени наиболее значимыми и способными оказать влияние на перемещение бизнеса из отечественной в зарубежные юрисдикции следует рассматривать коммерческие и политические риски, нежели финансовые или производственные.

Коммерческие риски связаны с вероятностью потерь либо недостижением планируемых результатов по причинам, связанным с реализацией товаров и услуг. Применительно к рассматриваемой сфере предпринимательской деятельности следует отметить, что перенос бизнеса в новую юрисдикцию на прямую не формирует дополнительных рисков, связанных с потерей клиентуры. Это является следствием того, что большинство белорусских субъектов, осуществляющих деятельность в сфере информационных технологий и в области информационного обслуживания, реализуют свои услуги на внешних рынках.

Соответственно, страна происхождения для клиентов не столь значима по сравнению с ценой и качеством получаемого продукта. Аналогичным образом, платежеспособность клиентов как фактор, формирующий коммерческий риск предпринимательской структуры в сфере IT, не будет относиться к значимым факторам влияния при анализе возможного трансферта бизнеса.

Тотальное превалирование зарубежных клиентов у большинства резидентов парка высоких технологий также обуславливает низкий уровень финансовых рисков, связанных с изменением стоимости капитала. В условиях, когда большая часть выручки номинирована в иностранной валюте, девальвация полностью либо частично нивелирует инфляционные риски и не приводит к прямым финансовым потерям у рассматриваемых субъектов предпринимательской деятельности.

Основная причина возможного массового переноса бизнеса в сфере электронной экономики Республики Беларусь – желание нивелировать влияние коммерческих рисков, связанных с транспортировкой товаров. Применительно к сфере IT это подразумевает ликвидацию рисков невозможности оказывать услуги в виду проблем в области информационно-коммуникационной инфраструктуры. Особенностью текущей ситуации является то, что сложности в данной сфере в большой степени не являются следствием причин производственно-технического характера. Это значит, что их не следует относить к факторам производственных рисков, поскольку к ним относят возможности недополучения результата либо несения прямых финансовых потерь в виду неадекватного использования сырья, увеличение себестоимости в связи с использованием новых методов производства и т.п.

В виду того, что в теории риск-менеджмента к политическим рискам, помимо прочего, принято относить риск беспорядков, и именно проблемы с соблюдением установленных норм права послужили причиной ограничений в области предоставления информационно-коммуникационной услуг (проблемы с беспрепятственным доступом к ресурсам сети Интернет), основным побудительным мотивом трансферта бизнеса из белорусского сектора электронной экономики в иные юрисдикции (например, в Украину), могут стать совокупное влияние политических и коммерческих рисков.

Таким образом, можно резюмировать, что для обеспечения привлекательных условий функционирования предпринимательских структур в рамках белорусской юрисдикции в виду успешного использования инструментов, обеспечивающих финансово-экономическую привлекательность бизнеса, в современных условиях целесообразно особое внимание уделять стабильности функционирования информационно-коммуникационной инфраструктуры.

Корнилюк М.В., студент, 4 курс
Научный руководитель – м.э.н. Т.В. Филиппова
*Учреждение образования «Брестский государственный
технический университет», г. Брест, Беларусь*

Глобализация и ее последствия

Глобализация – это процесс интеграции экономик и обществ во всем мире.

На протяжении последних нескольких тысяч лет процесс протекает поэтапно:

1. Предшествующий – завершился неудачей. Из-за того, что технический процесс обогнал нравственное, этическое и культурное развитие человечества, он приблизил его к гибели ввиду неумелого обращения с достижениями цивилизации;

2. Нынешний – осознаётся людьми как объективно протекающий процесс, которым управляют политические элиты, научное сообщество, закрытые общества.

Экономическая и финансовая составляющие процесса – его ключевые аспекты, ввиду чего в мире сокращается количество изолированных друг от друга экономических единиц – они становятся частями единой системы или уничтожаются.

Характерные черты процесса глобализации это: усиление роли (транснациональных корпораций (ТНК) – предприятий, которые функционируют на территории более чем двух стран, им принадлежит большинство нанотехнологий и открытия, их капитал превышает состояние более половины государств мира. Их владельцы контролируют немалую долю мирового рынка высоких технологий и финансовых потоков; наличие общей информационной сети, объединяющей человечество – интернет; общие стандарты – наличие унификации и стандартизации, которые дают возможность международного сотрудничества. Примеры:

– создание ISO, СИ и сертификатов продукции;

– создание общего языка;

– манипуляции сознанием масс;

– единая мировая валюта – большую часть XX века ею являлся доллар, однако его эпоха подходит к завершению;

– производство, основанное на принципах разделения труда, в т. ч. международного.

Существует в мире пара проектов объединения человечества под общим началом: 1) «западный» и «американизация» – есть правящая верхушка и народ, который верно служит ей по тем или иным навязанными постулатами – до конца XX века процесс протекал именно по данному сценарию; 2) альтернативный – относительное сохранение самобытности всех народов при их объединении, стремление к соборности, построение мира без войн и эксплуатации людей людьми, жизнь в гармонии с природой.

Глобализация имеет ряд положительных черт. К ним относят: общее информационное пространство, созданное благодаря интернету; люди из разных уголков планеты общаются друг с другом (преимущественно на английском языке); для многих людей появился шанс для самореализации в жизни; доступность почти любых материальных благ для всего населения; обмен опытом (в первую очередь, благодаря интернету) и культурным наследием; объединение наций для решения проблем, которые сами же и создали (например, экологические, как авария на Фукусиме); разделение труда.

Минусы объединения по западному сценарию включают в себя: высокий уровень потребления общества приводит к истощению ресурсов планеты. Больше всего потребляют Европа, Китай и США, но значительная часть ресурсов планеты сосредоточена в азиатской части России, а энергоносители – и на Ближнем Востоке; отсюда и ряд иных отрицательных последствий, которые ощутил на себе почти весь мир (регулярные военные конфликты на этих землях, походы объединённой Европы против России); уничтожение культур и самобытности народов, его физическое истребление и создание условий для исчезновения целых наций; разрушение окружающей среды; сокрытие знаний и технологий, права на которые принадлежат ТНК (например, Monsanto с ее ГМО-семенами, которые не возможно получить самим); наличие авторского права; развитие преимущественно тех технологий, которые можно применять в военных целях, и «игрушек» – смартфоны и прочие гаджеты. Запрет на развитие природоподобных (биогенных) и невыгодных «глобализаторам» технологий (двигатели на воде); все большее расслоение общества, разделение людей на сверхбогатых и могущественных и нищих; единая мировая валюта; значительная роль цифровой техники в экономике мира.

Глобализация, как ее ни оценивать, представляет собой факт современного существования. Понятие «глобализация» является очень многоплановым. В общем, процесс шел, идет и будет идти. Вопрос только в какую сторону, кем он будет подталкиваться и будет ли в результате плюсов больше, чем минусов для населения планеты.

Транспортная логистика в Республике Беларусь

Транспорт во всем мире играет стратегическую роль как для внутренних, так и для транзитных и международных (включая межконтинентальные) перевозок. В Европе актуальность транспортной логистики связана как с европейскими перевозками, так и с перевозками межконтинентальными, в особенности в азиатском направлении. Особое место в таких перевозках занимают Критский коридоры №2 и №9.

Республика Беларусь находится на пересечении этих Критских коридоров. Ежегодно в Республике Беларусь перевозится примерно полмиллиарда тонн грузов и формируется почти 6% валового внутреннего продукта. В транспортной отрасли задействовано около 6% занятого населения в экономике. Экономические показатели работы транспортной отрасли страны представлены в табл. 1.

Таблица 1

Экономические показатели работы транспорта

Показатель	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Валовая добавленная стоимость транспорта в текущих ценах, млн. руб. (2015 г. – млрд. руб.)	47859,4	5205,0	5870,1	6953,1	7639,6
к валовому внутреннему продукту, %	5,3	5,5	5,6	5,7	5,8
к предыдущему году (в сопоставимых ценах), %	93,3	100,0	106,8	104,3	98,2
Численность занятых на транспорте, тыс. человек	277,7	272,3	275,2	275,1	273,0
к общей численности занятых в экономике, %	6,2	6,1	6,3	6,3	6,3
Производительность труда на транспорте, в процентах к предыдущему году (в сопоставимых ценах)	94,6	101,9	105,6	104,3	99,0
Номинальная начисленная среднемесячная заработная плата работников транспорта, руб. (2015 г. – тыс. руб.)	6790,5	734,3	821,8	971,8	1066,9
отношение к среднереспубликанскому уровню заработной платы	101,1	101,6	99,9	100,04	97,6
Инвестиции в основной капитал в транспорт в фактически действовавших ценах, млн. руб. (2015 г. – млрд. руб.)	17010,3	1922,1	2098,0	2416,8	2711,9
к общему объему инвестиций в основной капитал, %	8,2	10,2	9,9	9,6	9,4
к предыдущему году (в сопоставимых ценах, %)	87,2	106,0	103,5	103,6	104,4
Чистая прибыль, убыток (–) организаций транспорта (в текущих ценах), млн. руб. (2015 г. – млрд. руб.)	8089,8	168,0	2111,0	1208,7	1102,9
Рентабельность реализованной продукции, товаров, работ, услуг организаций транспорта, %	11,9	11,7	12,1	13,4	9,2
Рентабельность продаж организаций транспорта, %	9,6	9,5	9,7	10,7	7,6
Удельный вес экспорта транспортных услуг в общем объеме экспорта услуг, %	44,6	43,4	44,5	44,4	41,7
Объем логистических услуг, оказанных логистическими центрами, млн. руб. (2015 г. – млрд. руб.)	1097,6	155,3	192,9	225,6	223,6

Таким образом, стране необходимо скоординировать государственную политику развития логистики, сформировать централизованный институт управления системой логистики. Решение отмеченных задач в комплексе с учетом тенденций развития мирового рынка логистических услуг позволит компаниям Республики Беларусь завоевать устойчивые и уверенные позиции в международной логистике. Развитая логистическая инфраструктура страны стимулирует приток иностранных инвестиций, что приведёт к значительному росту объемов транзитных перевозок, формированию дополнительных конкурентных преимуществ белорусских участников рынка транспортно-логистических услуг и увеличению экспортного потенциала страны. Необходимо активно работать дальше в направлении совершенствования качества и комплексности оказания логистических услуг, обеспечение развития логистической инфраструктуры и повышение эффективности ее использования.

**Мельник Т.Ю., доцент кафедри цифрової економіки та міжнародних економічних відносин, к.е.н.,
Власенко Н.О., магістрантка, 1 р.н., гр. ЕПМ–18, ФБСО
Державний університет «Житомирська політехніка»**

Сутність та складові економічної безпеки сільськогосподарських підприємств

Однією з найважливіших передумов успішного функціонування та розвитку сільськогосподарських суб'єктів підприємницької діяльності в сучасних умовах динамічного зовнішнього середовища та нестійкого розвитку національної економіки є забезпечення належного рівня їх економічної безпеки. Аграрний сектор є системоутворюючим для економіки України, гарантує забезпечення продовольчої безпеки держави, формує підґрунтя для розвитку сільських територій, впливає на екологічну та енергетичну безпеку, стимулює розвиток інших галузей економіки тощо. При визначенні рівня економічної безпеки підприємств аграрного сектора економіки України, необхідно враховувати особливості їх функціонування, зокрема: сезонний характер виробництва; обмежений термін зберігання продукції; значну залежність від природно-кліматичних умов виробництва сільськогосподарської продукції; обмеженість земельних ресурсів; недостатню розвиненість інфраструктури аграрних ринків тощо.

Дотримання економічної безпеки, постійний моніторинг ключових чинників впливу та джерел загроз на її рівень, розробка превентивних заходів щодо їх нейтралізації та мінімізації забезпечить надійність суб'єктів аграрного підприємництва та стійкість їх розвитку у перспективі.

Економічна безпека аграрного підприємництва відіграє ключову роль у зміцненні безпеки національної економіки та є передумовою його сталого розвитку. Існує взаємозалежність між розвитком підприємництва та забезпеченням таких функціональних складових державної безпеки, як: фінансова, соціальна, технологічна, продовольча, зовнішньоекономічна, демографічна, енергетична та екологічна. Усвідомлення місця економічної безпеки сільськогосподарських підприємств в системі безпеки національної економіки дозволяє більш детально підійти до обґрунтування змісту цієї категорії.

Проблема забезпечення економічної безпеки сільськогосподарських підприємств давно цікавить науковців. В той же час, дослідження економічних літературних джерел свідчить про відсутність єдиного підходу до трактування сутності даного поняття. Так, В.І. Ткачук та М.І. Яремова трактують поняття «економічна безпека сільськогосподарського підприємства» як стан підприємства, що характеризується стійкістю до різного роду загроз та сезонних коливань, здатністю забезпечувати реалізацію економічних інтересів та ефективно розвиватися у змінних природно-кліматичних умовах.

А.В. Суханова надає наступне визначення: «Економічна безпека сільськогосподарського підприємства – це такий стан його господарських ресурсів, що забезпечує раціональну галузеву-організаційну структуру підприємства, враховуючи географічне розташування та природно-кліматичні умови його діяльності, за якого воно здатне ефективно протидіяти можливим загрозам внутрішнього та зовнішнього середовища, а також досягати поставлених цілей і завдань на основі реалізації обраної ним стратегії розвитку. На думку Н.В. Фарафонові, економічна безпека підприємства – це комплексне поняття, складна система взаємодії основних функціональних складових, ефективність яких посилює захист від існуючих чи прогнозованих загроз і небезпек та впливає на кінцеві результати діяльності.

Таким чином, для досягнення найвищого рівня економічної безпеки підприємство повинно працювати над забезпеченням високого рівня безпеки основних її функціональних компонентів.

На думку К.О. Утенкової, доцільно виділити наступні складові економічної безпеки аграрного сектору: фінансова, кадрово-інтелектуальна, виробничо-технологічна, політико-правова, безпека прийняття рішень і захищеність інформації, екологічна, інвестиційно-інноваційна, соціальна, маркетингова, ресурсно-технічна, енергетична, продовольча, транспортна, зовнішньоекономічна.

Вчені В.І. Ткачук та М.І. Яремова зазначаються, що формування економічної безпеки сільськогосподарських підприємств можливе лише за умови комплексного моніторингу ключових її складових:

- кадрової;
- енергетичної;
- ринкової;
- інформаційної;
- правової;
- екологічної;
- виробничої;
- фінансової;

– техніко-технологічної безпеки.

На думку авторів, найбільш важливою складовою є кадрова, оскільки дає можливість активізувати роботу інших складових та має комплементарний взаємозв'язок. Н.В. Фарафонова враховуючи специфіку аграрної галузі, до функціональних складових економічної безпеки сільськогосподарських підприємств відносить: силову, фінансово-страхову, інтелектуально-кадрову, виробничо-технологічну, логістичну, інформаційно-консалтингову, управлінську, продуктову, ринкову, інтерфейсну, екологічну та політико-правову.

Узагальнивши наявні підходи, вважаємо, що основними функціональними складовими економічної безпеки сільськогосподарських підприємств є: фінансова, виробничо-технологічна, інтелектуально-кадрова, правова, інформаційна, енергетична, ресурсно-технічна, екологічна та ринкова. Фінансова безпека – забезпечення стану фінансової системи суб'єкта господарювання, за якого створюються необхідні фінансові умови для його стабільного економічного розвитку, забезпечується захист фінансових інтересів від зовнішніх і внутрішніх загроз.

Виробничо-технологічна безпека – забезпечення технологічної незалежності та досягнення високого рівня виробничого потенціалу, зокрема за рахунок їх оновлення на інноваційно-інвестиційній основі. Інтелектуально-кадрова безпека – забезпечення захищеності персоналу, а також створення умов для забезпечення належного рівня кваліфікації персоналу та розвитку його інтелектуального потенціалу.

Значна кількість науковців зазначають, що найважливішою складовою економічної безпеки сільськогосподарських підприємств, яка тісно пов'язана з іншими складовими, є кадрова. Так, Н.І. Логінова відмічає, що кадрова безпека є важливою складовою економічної безпеки підприємства, що має на меті виявлення, знешкодження, запобігання, відвернення та попередження загроз, небезпек і ризиків, які спрямовані на персонал та його інтелектуальний потенціал, і ті, які йдуть безпосередньо від нього, що повинно проявлятися в системі управління людськими ресурсами та в кадровій політиці підприємства.

Правова безпека – характеризує ефективне і всебічне правове забезпечення діяльності підприємства та чітке дотримання керівництвом та співробітниками всіх аспектів діючого законодавства. Інформаційна безпека – забезпечення захисту інформації від несанкціонованого доступу з метою завдання шкоди. В сучасних умовах стрімкого розвитку інформаційних технологій, інформаційна безпека набуває актуальності та стає невід'ємною складовою системи економічної безпеки сільськогосподарських підприємств.

Енергетична безпека – характеризує ступінь захищеності сільськогосподарського підприємства від внутрішніх і зовнішніх загроз у сфері енергетики. Енергетична безпека підприємства це поняття, яке складно кількісно оцінити. Тому основними орієнтирами у забезпеченні енергобезпеки має стати підвищення ефективності використання енергетичних ресурсів та використання альтернативних (відновлюваних) джерел енергії.

Ресурсно-технічна безпека – стан розвитку сільськогосподарського підприємства, що характеризується достатнім рівнем забезпеченості сировиною, матеріалами, технікою, а також ефективністю бізнес-процесів щодо їх формування та використання. Зважаючи на те, що одним з основних економічних ресурсів, від якого залежить процес і результат проведення сільськогосподарських робіт, є матеріально-технічна база агропідприємств, дана складова передбачає також і процес безперервного відтворення основних засобів виробництва.

Екологічна безпека – такий стан навколишнього середовища, за якого існує мінімальна ймовірність шкоди людським, природним і матеріальним ресурсам. Для дотримання належного рівня екологічної безпеки в аграрному секторі слід створити механізм, що сприятиме запобігання і стримуванню негативних процесів у навколишньому середовищі та стимулюватиме виробників сільськогосподарської продукції здійснювати свою діяльність з урахуванням екологічних принципів. Ринкова безпека – характеризує відповідність внутрішніх можливостей зовнішнім, які формуються ринковим середовищем. Це захист від помилок поведінки на ринку, недоліків в товарній і збутовій політиці підприємства, низького рівня конкурентоспроможності продукції, неправильного вибору стратегії ціноутворення.

Отже, економічна безпека підприємства досягається в тих випадках, коли воно є фінансово стійким, здатне запобігати негативному впливу внутрішніх та зовнішніх ризиків, а його ресурсний потенціал, організаційна та управлінська структури відповідають цілям і завданням статутної діяльності. Також, слід зазначити, що сільськогосподарські підприємства мають певні особливості формування системи економічної безпеки, які проявляються через окремі її функціональні складові, а саме: фінансову, виробничо-технологічну, інтелектуально-кадрову, правову, інформаційну, енергетичну, ресурсно-технічну, екологічну та ринкову.

Систематичний моніторинг економічної безпеки в цілому та в розрізі її окремих складових має ґрунтуватись на реалізації типових схем, процедур і дій, що дасть можливість сільськогосподарським підприємствам вчасно ідентифікувати загрози, розробити превентивні заходи по їх нейтралізації та забезпечить стабільний розвиток суб'єктів аграрного підприємництва у майбутньому.

Назарчук О.В., магістрантка, 1 р.н., гр. ЕПМ–18, ФБСО
Науковий керівник – к.е.н. Л.В. Каленчук
Державний університет «Житомирська політехніка»

Управління ризиками (ризик-менеджмент) в умовах глобалізації

За умов глобальних викликів, нестабільності та невизначеності, яка охопила світові ринки, винятково важливого значення набуває процес управління ризиками. Управління є невід’ємною частиною будь-якої діяльності. Воно складається з формування цілей, планування, прийняття рішень, вміння організувати, управляти, контролювати, лідувати. Управління ризиками в діяльності суб’єктів господарювання – актуальна проблема сучасної економічної теорії.

Сучасна економіка базується на знаннях та інформаційних технологіях, розширюються чинники виробництва за рахунок доповнення класичних знаннями, інформацією, інноваціями. Науково-технічний прогрес (НТП) постійно рухається вперед, а паралельно з цим виникають все нові ризики. З огляду на види ризиків та галузеву спеціалізацію підприємств необхідно вибрати адекватні підходи до управління ними. Основна проблема полягає в ідентифікації ризику, визначенні його природи та виборі оптимального методу чи сукупності методів запобігання або мінімізації його впливу.

З проблемою необхідності управління ризиками людство зіткнулося ще в кінці XIX ст. одночасно зі створенням великих промислових підприємств, з розвитком нових засобів пересування. Управління ризиками стає актуальним в 50-х роках XX ст. в результаті науково-технічної революції, після появи нових джерел ризиків – авіації, транспорту, будівництва тощо. Акцент прикладних досліджень в 50–70-х роках цього ж століття був сконцентрований не лише на фінансових, але й на економічних та технічних ризиках.

В другій половині XX ст. сформувалась нова наука – управління ризиком (ризик-менеджмент). Кожний етап систематизації знання в області управління ризиком та подальшого розвитку цієї теорії пояснювався великими промисловими та екологічними катастрофами, які потрясли увесь світ.

Важливо зазначити, що управління ризиками в економіці будь-якої країни є одним із вирішальних факторів забезпечення її конкурентоспроможності в міжнародній економіці, особливо за умов її подальшої глобалізації.

Глобалізація – що це таке? Це формування єдиного планетарного суспільства; процес збільшення впливу різних міжнародних чинників на соціальну реальність в окремих державах. Глобалізація посилює взаємозв’язки та унікальності людей і цивілізацій.

Вплив глобалізації проявляється в наявності транснаціональних корпорацій, які функціонують в різних куточках Землі, використовуючи в своїх інтересах нові історичні умови. Однак крім позитивних аспектів, є фактори, які насторожують.

З настанням глобалізації зона ризикових ситуацій управління ризиками збільшується – стає об’єктивно необхідним забезпечення стабільного функціонування підприємництва в цілому та досягнення суб’єктами господарювання своїх пріоритетних цілей. Настає необхідність постійно коригувати систему з позиції максимізації прибутку і мінімізації спектру впливу випадкових або зловмисних дій. Тому особливу увагу приділяють постійному удосконаленню управління ризиками – ризик-менеджменту.

Ризик-менеджмент – це специфічна сфера менеджменту, що передбачає використання різноманітних підходів, процесів, заходів, які покликані забезпечити максимально широкий діапазон охоплення можливих ризиків підприємства, їхню оцінку, а також формування, реалізацію та контроль заходів щодо оптимізації рівня ризиків з метою досягнення цілей підприємства. Ризик-менеджменту спрямований на зменшення або ліквідацію можливих втрат від ризику, тому розуміння принципів і функцій управління ризиком мають суттєве значення для застосування ризик-менеджменту на підприємстві.

Процес управління незалежно від змісту завжди передбачає отримання, передачу, обробку та використання інформації. Саме суб’єкт управління відіграє дуже велику роль у переробці даних, у здійсненні та прийнятті управлінських рішень.

Формулювання та реалізація політики, стратегії і тактики управління ризиками відіграють не менш важливу роль. Політика управління ризиками є сукупністю методів, прийомів та способів управління ризиком з метою зменшення потенційно негативних наслідків від впливу ризикових факторів та зниження ймовірності прийняття неправильних рішень.

Стратегія управління ризиками – це способи використання засобів для забезпечення стабільного функціонування підприємства та досягнення ним своїх цілей в умовах ризику за допомогою певного набору правил і обмежень при прийнятті рішень. Після досягнення поставленої мети стратегія припиняє своє існування, оскільки нові цілі висувають вимоги до розроблення нової стратегії.

Сутність, об'єкти та функції бюджетування на підприємстві

В сучасних економічних умовах українські підприємства функціонують у нестабільному економічному та соціально-політичному середовищі. В умовах невизначеності підприємства не здатні в повному обсязі контролювати своє майбутнє і тому вимушені постійно пристосовуватися до змін. До цього додається посилення конкуренції у всіх сферах діяльності. Зазначені обставини значно підвищують роль бюджетування в організації діяльності та управлінні підприємством, оскільки воно є одним з інструментів фінансового менеджменту, який допомагає планувати, аналізувати контролювати і прогнозувати зміни у фінансово-господарській та виробничій діяльності підприємства.

Загальною метою бюджетування є підвищення ефективності функціонування підприємства шляхом посилення функцій планування і контролю. Бюджетування на підприємстві підвищує ефективність управління витратами; оптимізує витрати і знижує собівартість; допомагає правильно використовувати фінансові ресурси в умовах їх обмеженості; узгоджує цілі і завдання усіх виробничих підрозділів зі стратегією всього підприємства; підвищення ефективності управління ліквідністю, фінансовою стійкістю; проводить прогнозування і управління майбутнім фінансовим станом підприємства.

Ряд вчених розглядає бюджетування як процес, що полягає у складанні бюджетів і контролю за їх виконанням. Чимало науковців відносять бюджетування до складової частини фінансового планування підприємства, тоді як інші обґрунтовують більш широке бачення, досліджуючи бюджетування як окрему систему управління підрозділами господарюючого суб'єкта зі складними внутрішніми зв'язками. Деякі автори вважають бюджетування процесом планування майбутньої діяльності та оформлення його результатів системою бюджетів. Повніше визначення змісту цієї економічної категорії належить іншій групі вчених, які вважають, що бюджетування – це управлінський механізм, який включає в себе планування, облік, аналіз і контроль діяльності підприємства, а також наступні за ним управлінські дії.

Вважаємо, що бюджетування є управлінською технологією, що призначена для розробки фінансового плану з метою більш раціонального використання ресурсів і підвищення ефективності управлінських рішень у зв'язку зі швидкими змінами в економіці, фінансах і технологіях. Бюджетним періодом є календарний рік, у межах якого виділяють короткі періоди: квартали, місяці, декади, тижні. Поділ звітного року на менші періоди також може залежати від галузі діяльності підприємства і того, як часто можуть змінюватись ціни на кінцеву продукцію в цій галузі та на сировину.

В сучасних умовах господарювання, бюджетування на підприємстві є динамічною, гнучкою системою, яка перебуває в тісному зв'язку з умовами функціонування підприємства. Бюджетування, на відміну від традиційних способів управління, здатне ефективно впливати на формування фінансових ресурсів, рух коштів та на фінансово-економічні результати діяльності, оптимізувати відхилення план/факт, коригувати діяльність шляхом прийняття відповідних управлінських рішень.

Слід відзначити, що, незважаючи на існування багатьох переваг, бюджетуванню також властиві негативні моменти для підприємств. Проте, ці недоліки можна подолати шляхом удосконалення організаційної структури підприємства, яка дозволить персоналізувати функції та відповідальність керівників. Також важливим елементом у досягненні позитивних результатів від впровадження системи бюджетування є правильне визначення центрів відповідальності та надання усіх необхідних повноважень відповідальним особам. Оскільки, саме контроль за правильністю використання наукових підходів у практичній діяльності менеджерів усіх рівнів дозволить досягти бажаного економічного ефекту. Також необхідно провести стандартизацію даних для налагодження їх спільного використання всіма відділами та підрозділами підприємства. Необхідно удосконалити облікову систему, адже вона є джерелом необхідних даних для бюджетування. Для уникнення негативних наслідків бюджетування необхідно інтегрувати бюджетування з організаційною та інформаційною структурами підприємства. На даний час є досить актуальною проблема удосконалення системи бюджетування на підприємстві шляхом її автоматизації, оскільки процес бюджетування є трудомістким та дорогим для багатьох підприємств.

Для успішного здійснення бюджетування діяльності підприємства необхідна чітка деталізація управлінських процесів, регламентація повноважень та відповідальності усіх працівників управління. З цією метою в першу чергу складаються бюджети по підрозділах, а потім вони зводяться в систему бюджетів по підприємству – загальний бюджет.

Отже, бюджетування є інтегруючим процесом, який дає змогу підвищити якість та оперативність прийняття рішень, максимізувати очікуваний результат і контролювати ризики господарської діяльності. Застосування технологій бюджетування формує основу системи управління доходами, витратами, грошовими потоками тощо.

Поливода Н.Д., студентка, 4 курс
Научный руководитель – м.э.н. Т.В. Филиппова
*Учреждение образования «Брестский государственный
технический университет», г. Брест, Беларусь*

Тенденции развития малого и среднего предпринимательства в Республике Беларусь

В наше время ведение бизнеса, особенно в секторе малого и среднего предпринимательства (МСП), с одной стороны очень перспективно, так как существует множество возможностей и идей, а с другой стороны есть большое количество проблем, поэтому эта сфера нуждается в значительных улучшениях, так как именно МСП является главным приоритетом для иностранных инвесторов при выборе объектов капиталовложений.

Малое предпринимательство в Республике Беларусь осуществляется в виде индивидуального предпринимательства, микроорганизаций и малых организаций в соответствии с Законом Республики Беларусь «О поддержке малого и среднего предпринимательства».

В Беларуси делаются первые шаги по формированию малого бизнеса в качестве специфического сектора рыночной экономики, по сравнению с Западными странами. В настоящее время недооценивается роль МСП как существенного фактора развития рыночной экономики – основная причина такого медленного и непрогрессивного процесса создания малых предприятий, является недостаток финансирования.

Характерными чертами сектора МСП Республики Беларусь является сосредоточение его субъектов преимущественно в сфере мелкой торговли, слабое развитие бизнеса в производственном секторе, низкий уровень интеграции малых предприятий в систему кооперационных производственных отношений. А ввиду того, что отечественное предпринимательство концентрируется преимущественно в сферах, не требующих высокой квалификации и специальных знаний, низкий инвестиционный и инновационный потенциал его субъектов, что в значительной мере упрощает их деятельность и помогает легко развиваться на рынке и занимать довольно большую нишу, но тем самым недостаточно места для развития новых видов МСП.

На основании статистических и аналитических данных можно выделить ряд основных проблем, с которыми сталкиваются в своей деятельности представители малого и среднего предпринимательства, в частности:

1. Недостаточная финансовая поддержка и отсутствие реальных финансово-кредитных механизмов обеспечения такой поддержки. Как известно, финансовая поддержка со стороны кредитно-банковской системы и органов власти играет крайне незначительную роль, как при создании предприятий, так и на этапе их развития. Так исключительно вклады учредителей явились источником стартового капитала 86% малых предприятий; менее 2% предприятий смогли получить финансовую поддержку от органов власти или программ развития предпринимательства.

2. Несовершенство налоговой системы усугубляется чрезмерной бюрократизацией и излишним администрированием развития малого и среднего предпринимательства со стороны государства.

3. Отсутствие или противоречивость законодательных актов, возможность их неоднозначного толкования и применения, запутанность процедур регистрации бизнеса, лицензирования деятельности, сертификации продукции, оформления прав собственности и т.д., а также связанные с этим значительные финансовые издержки остаются главными проблемами в деятельности малого предприятия.

4. Излишне усложненная процедура добровольной ликвидации юридических лиц. В результате этого имеется значительное количество неработающих фирм, которые существуют лишь формально.

5. Административные барьеры.

Для превращения МСП в действенный фактор структурной перестройки экономики, внедрения прогрессивных форм организации производства и повышения его эффективности необходим комплексный системный подход к вопросу его стимулирования и поддержки.

Предпринимательство, как форма реализации творческой инициативной деятельности граждан, является одним из стратегических факторов устойчивого экономического роста, потенциал которого в Беларуси, как было упомянуто ранее, использован пока не в полной мере. В период начала освобождения от жестких ограничений, государственного регулирования и контроля условий экономической деятельности привело к существенному увеличению количества субъектов малого бизнеса: в 2006–2010 г.г. среднегодовой прирост числа малых предприятий составил 21% (в целом за пятилетку 154%). На начало 2012 г. в стране было зарегистрировано более 91 тыс. субъектов МСП, в том числе: 77 тыс. микроорганизаций, 12 тыс. малых и 2,6 тыс. средних организаций. Но, несмотря на стремительный рост

числа субъектов МСП, их вклад в экономику страны остается не столь существенным. На малые предприятия приходится около 16% ВВП и 18% списочной численности работников, а на малые и средние предприятия – 23 и 28% соответственно, что существенно ниже уровня промышленно развитых стран.

В период с 2013 по 2019 год динамика изменения количества микроорганизаций, малых, средних организаций существенно не изменилась. Самый большой рост микроорганизаций по данным статистической отчетности Белстата был отмечен в 2014 году и количество организаций составляло 99368, а малых – 12424. Но уже в 2015 году их количество уменьшилось на 7% и в последующие 5 лет прирост микроорганизаций составлял только 4–5%, а малые и средние организации имели тенденцию к скачкам в 3–5% ,чередуюсь, то в сторону увеличения, то в сторону уменьшения.

Несмотря на то, что предпринимательский сектор занимает не такое значимое положения в экономике Республики Беларусь, по сравнению с другими европейскими странами, можно утверждать, что для Беларуси предпринимательство, как экономическая и социальная категория, является одним из важных двигателей научно-технического прогресса в нашей стране (в промышленности, в с/х секторе, в сфере услуг). МСП вносит большой вклад в экономику, способствует более полному использованию ресурсов для производства своих товаров и в отличие от крупных предприятий, значительно легче приспосабливаются к изменяющимся условиям рынка; предприниматели внедряют инновации, которые, в свою очередь, способствуют развитию наукоемких отраслей. Предприниматели, желая оставаться конкурентоспособными, используют в своем производстве новые технологии, используют достижения научно-технологической революции (НТР), обеспечивают более полную занятость.

Учитывая тот факт, что на пути формирования и дальнейшего функционирования предпринимательской деятельности возникает множество административных препятствий и тормозящих факторов, можно утверждать, что предпринимательство в Беларуси движется в направлении эффективного развития, если продолжать поддерживать эту сферу со всех сторон.

По итогам реализации мероприятий Государственной программы «Малое и среднее предпринимательство в Республике Беларусь» на 2016–2020 годы в 2018 году обеспечено выполнение пяти целевых показателей:

- удельный вес выручки от реализации продукции, товаров, работ, услуг субъектов малого и среднего предпринимательства в общем объеме выручки от реализации продукции, товаров, работ, услуг (43,8% при плане 41,2%);

- количество юридических лиц – субъектов малого и среднего предпринимательства на 1 тыс. занятых в экономике (25,6 единицы при плане 25,3);

- количество индивидуальных предпринимателей на 1 тыс. занятых в экономике (55,6 единицы при плане 53,8);

- количество созданных юридических лиц – субъектов малого и среднего предпринимательства на 1 тыс. действующих юридических лиц – субъектов малого и среднего предпринимательства (83,7 единицы при плане 81,3 единицы);

- количество центров поддержки предпринимательства (105 единиц при плане 104 единицы).

В период 2015–2020 годы правительство Беларуси делает большую ставку на вклад малого и среднего предпринимательства в развитие экономики страны. Развитие малого и среднего бизнеса должно находиться в максимально гармоничном взаимодействии с государственным сектором экономики.

С одной стороны в силу своей уязвимости малый и средний бизнес нуждается в поддержке и контроле со стороны государства, а с другой стороны, взаимовыгодное сотрудничество и партнерство с госсектором будет являться катализатором, способствующим укреплению его позиций. Необходимость формирования особо благоприятных режимов для работы субъектов малого и среднего бизнеса является следствием:

- 1) заведомо неравных конкурентных возможностей крупных, малых и средних субъектов хозяйствования;

- 2) тех позитивных функций, которые выполняет сфера малого бизнеса в национальной экономической системе.

Развитие малого и среднего бизнеса необходимо продолжить и закрепить, оказывая поддержку так называемыми «бюджетозакономными» средствами, то есть путем облегчения доступа к государственным закупкам. Государственное воздействие должно не только стимулировать и регулировать, но и направлять предпринимательство в русло, соответствующее общей экономической, структурной, научно-технической, антимонопольной политики.

Поэтому привлечение малого и среднего бизнеса к государственным закупкам должно способствовать развитию именно промышленных и инновационных малых и средних предприятий, то есть тех отраслей малого и среднего бизнеса, развитие которых на данный момент в Беларуси явно недостаточно.

**Рижук А.В., магістрант, 2 р.н., гр. ЗЕП–19М, ФБСО
Науковий керівник – к.е.н., доц. Н.Л. Овандер
Державний університет «Житомирська політехніка»**

Маркетингова стратегія ПАТ «Житомирський маслозавод»

На ринку морозива все більш явною стає концентрація виробництва. Сильні бренди посилюють свої позиції, а дрібні гравці стають все слабкішими. У списку топ-виробників морозива – ПАТ «Житомирський маслозавод» (ТМ Рудь), «Ласунка» (ТМ Ласунка), «Львівський холодокомбінат» (ТМ Лімо), «Фірма Ласка» (ТМ Ласка) і ФМ «Хладопром» (ТМ Хладик). Причому перші дві корпорації є найбільшими та займають 50,5% всього ринку морозива в Україні.

Дослідження підходів щодо маркетингових стратегій підприємства дозволяє нам визначити наступні конкурентні переваги: впровадження сучасних організаційних систем управління; встановлення та використання маловідходних та безвідходних технологій; розробка та застосування систем управління якістю, випуск високоякісної продукції за рахунок системного контролю на всіх етапах виробництва (відповідність виробленої продукції ISO 22000:2005, впровадження системи управління факторами, що впливають на безпеку продукції НАССР); високі стандарти дотримання належних гігієнічних умов виробництва відповідно до міжнародних норм.

Крім перерахованих факторів компанія «Рудь» серед конкурентів вирізняється унікальним дизайном упаковки, смаком морозива, високою репутацією серед споживачів по всій Україні та світі. Аналіз показує високі вимоги компанії до позиціонування на ринку, що є невід’ємним результатом розробки маркетингової стратегії, основними елементами якої є висока якість усіх систем управління та технологічних процесів, робота з клієнтами та дистриб’юторами.

Розробку маркетингової стратегії компанії «Рудь» будемо базувати на класичному визначенні маркетинг-міксу з «чотирма Р», запропонованому відомим маркетологом Дж. МакКарті:

- товар (product);
- ціна (price);
- місце або розподіл (place);
- просування (promotion).

Товар. Ключовим елементом стратегії є товар, тому дуже важливим є аналіз маркетингової товарної політики підприємства. Асортиментна структура пропозиції ТМ «Рудь» представлена близько 140 найменуваннями, що дозволяє задовольняти різноманітні вимоги споживачів, стимулювати процеси вибору товару у конкретному місці для певного цільового сегмента ринку. Широта асортименту морозива ПАТ «Житомирський маслозавод» представлена 9 продуктовими лініями, насиченість включає 76 товарних позицій. При цьому ступінь інноваційності морозива ТМ «Рудь» дорівнює 0,19. Така інтенсивність поповнення асортиментного набору новими товарами активно стимулює споживчий попит на ринку морозива.

Ціна. При формуванні основних принципів цінової політики підприємство орієнтується на ціни основних конкурентів, проводить порівняльний аналіз новизни та якості продукції. Сутність цілеспрямованої цінової політики ПАТ «Житомирський маслозавод» – встановлювати ціни на основі докладного аналізу ринку. Так, стратегію «високих цін» підприємство застосовує до унікальної продукції високої якості: ріжки, морозиво фасоване по 250–600 г, морозиво-торти або десерти. Споживач цієї продукції вибагливий і його не лякає порівняно вища ціна на смачний та якісний продукт. На противагу цьому, стратегію «низьких цін» підприємство використовує для продукції, основними споживачами якої є діти та споживачі з порівняно низьким рівнем доходів.

Збутова політика компанії здійснюється на системній основі та орієнтована на досягнення довгострокових цілей і завдань. Переважно використовується дворівневий канал збуту, який включає дистриб’ютерів та роздрібних торговців, що ефективно з точки зору співвідношення прибуток/витрати. Серед основних дистриб’ютерів можемо назвати ТОВ «АйсТім», ТОВ ТФ «Рудь», ФОП В.Г. Дячун, ТОВ «Троянда» та ін. Підприємство активно працює як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Комунікації компанії можна представити як рекламу, стимулювання збуту та пар акції. Понад 50% у структурі маркетингових комунікацій складає зовнішня реклама (вивіски, тендери, біл-борди, реклама на транспорті, а також обладнання з логотипом компанії: морозильні камери, палатки, парасольки, вивіски тощо). ТМ «Рудь» є постійним учасником та організатором соціальних благодійних заходів, бере активну участь у розвитку інфраструктури м. Житомира.

Отже, на нашу думку, всі складові елементи маркетингової стратегії компанії визначаються високим рівнем організації та ефективності, адже продукція орієнтована на різні вікові та цінові категорії. Як пропозицію можна запропонувати розширити асортимент продукції морозивом на рослинному молоці (для веганів) і дієтичним морозивом, яке приверне увагу дівчат та жінок, які дотримуються дієти.

Аналіз та вплив телекомунікаційної галузі на економіку України

Зв'язок та доступ до мережі Інтернет вже давно посіли своє стійке місце у житті кожної людини. Особливо це відчувається під час протистояння пандемії COVID-19. Телекомунікаційна галузь України потужна та готова до цього навантаження.

Загалом, річний дохід ринку зв'язку в 2019 році склав 73 млрд. грн., з яких дохід від надання телекомунікаційних послуг склав – 91%. В структурі доходів від надання телекомунікаційних послуг найбільшу частку складає мобільний зв'язок – 63% та фіксований доступ до мережі Інтернет – 18%. Значним є збільшення доходів від мобільного зв'язку, які у 2019 році зросли на 20% у порівнянні з 2018 року.

Масове використання сучасних послуг зв'язку зі застосуванням LTE-технологій, після запуску 4G мереж у 2018 році 3-ма найбільшими операторами телекомунікацій, стало причиною підвищення попиту на користування мобільним Інтернетом українцями. У 2019 році доходи від надання послуг з доступу до мережі Інтернет зросли на 48%, у порівнянні з попереднім роком. Протягом 2019 року оператори мобільного зв'язку значно розширили покриття території України мережею 4G, що дозволило збільшити частку населення, яке може отримувати послуги мобільного широкопasmового доступу до мережі Інтернет на 78%, що суттєво прискорює та спрощує безліч персональних та бізнес взаємодій. Триває постійна робота над покращенням якості послуг та розбудова мереж. Протягом 2019 року, оператори мобільного зв'язку інвестували у галузь телекомунікацій разом близько 11 млрд. грн.

У 2019 році було запроваджено нову послугу із перенесення абонентських номерів на мережах рухомого зв'язку. Тепер кожен абонент зможе самостійно обирати оператора, не змінюючи свій номер телефону. Даною послугою уже скористалося більш як 50 тис. громадян, станом на березень 2020 року. Також, у 2019 році почала повністю працювати Система електронної звітності НКРЗІ, що суттєво спрощує процес надання звітності операторами, провайдерами телекомунікацій та дає змогу НКРЗІ отримати об'єктивні дані щодо стану розвитку ринку телекомунікацій.

Доходи від надання послуг зв'язку у 2019 році склали 72961 млн. грн., частка доходів від надання телекомунікаційних послуг склала 91%, а від надання кур'єрських послуг та послуг поштового зв'язку – 9%. Доходи від надання телекомунікаційних послуг і послуг поштового зв'язку та кур'єрських послуг збільшились у порівнянні з попереднім 2018 роком і склали 66422 млн. грн. та 6539 млн. грн., відповідно.

Значну частку – більш як 80%, в структурі доходів від надання телекомунікаційних послуг у 2019 році склали рухомий (мобільний) зв'язок та фіксований доступ до мережі Інтернет.

Один із пріоритетних напрямів співробітництва в рамках євроінтеграційних процесів для України є участь у заходах ініціативи ЄС «Східне партнерство» (далі – Ініціатива). Відтак, Україна є країною-учасницею Мережі регуляторних органів електронних комунікацій країн Східного партнерства та Панелі з гармонізації цифрових ринків в рамках Ініціативи, а експерти НКРЗІ беруть активну участь у діяльності відповідних платформ.

Важливою складовою у структурі міжнародного співробітництва є участь у переговорах на тему створення зон вільної торгівлі, щодо діяльності у СОТ та міждержавних комісіях з питань економічного співробітництва у сфері телекомунікацій.

Відповідно до Закону України «Про Державний бюджет України на 2019 рік» (зі змінами), планові надходження коштів до Державного бюджету України за кодами бюджетної класифікації за 2019 рік склали 39350,0 тис. грн. Фактичні надходження коштів до державного бюджету за 2019 рік склали 57349,2 тис. грн., в тому числі в розрізі кодів:

– 22011400 «Плата за видачу, переоформлення, продовження терміну дії ліцензій на користування радіочастотним ресурсом України та видачу дублікатів таких ліцензій» – 43206,6 тис. грн., що на 14206,6 тис. грн. або на 49% більше від планового показника;

– 22011700 «Плата за видачу, переоформлення, продовження терміну дії ліцензії на здійснення діяльності у сфері телекомунікацій та видачу копій і дублікатів таких ліцензій» – 12820,0 тис. грн., що на 2 820,0 тис. грн. або на 28,2% більше від планового показника;

– 22012200 «Плата за виділення номерного ресурсу» – 1322,6 тис. грн., що на 972,6 тис. грн. або на 277,9% більше від планового показника.

Отже, телекомунікаційна галузь України під час пандемії COVID-19 проходить серйозне випробування надмірним навантаженням. Але сучасне обладнання, а також робота над покращенням якості послуг та розбудова мереж, дозволяють підприємствам в звичному режимі задовольняти потреби клієнтів.

Конкурентоспроможність підприємства в сучасних умовах

В умовах переходу до ринку успіх кожного конкретного товаровиробника оцінюється за рівнем ефективності виробництва, обумовленої в першу чергу ступенем задоволення потреб суспільства з найменшими витратами. При цьому в даний час визначальною характеристикою, яка формує суспільні потреби, стає якість продукції. Це пов'язано з тим, що якість продукції в умовах конкуренції є головним стимулом придбання продукції, одним з факторів її конкурентоспроможності.

Проблема якості та конкурентоспроможності продукції в сучасному світі носить універсальний характер. Від того, наскільки успішно вона вирішується, залежить майбутнє як конкретного суб'єкта господарювання, так і економічне та соціальне життя країни.

В теперішній час українські стандарти якості лише гарантують безпечність даного товару для життя споживача, не даючи при цьому об'єктивної оцінки якості товару з урахуванням всіх його властивостей. В той же час, якість товару, яка втілюється в його експлуатаційній безпечності і надійності, дизайні, рівні після продажного обслуговування, є для сучасного споживача основними критеріями при здійсненні купівлі, а значить, вони і визначають успіх чи невдачу фірми на ринку, тобто її конкурентоспроможність.

Світовий досвід доводить, що саме в умовах відкритої ринкової економіки, невід'ємним атрибутом якої є гостра конкуренція, висока якість стає головною умовою виживання товаровиробників.

Управління конкурентоспроможністю підприємства має бути спрямованим на:

- 1) діагностування та обмеження негативних факторів впливу на рівень конкурентоспроможності;
- 2) пристосування зовнішніх ринкових чинників впливу для збільшення та поліпшення конкурентних переваг підприємства;

- 3) створення гнучкої системи управлінських дій і рішень.

Важливим є постійний пошук нових джерел конкурентних переваг підприємства є:

- 1) фокус на ринку та потребах споживачів;
- 2) забезпечення відповідного рівня якості продукції або послуг;
- 3) зосередження на нововведеннях;
- 4) визначення стратегічних та тактичних завдань на шляху забезпечення конкурентоздатності підприємства;
- 5) оперативність прийняття управлінських рішень.

Не менш важливим є питання вибору менеджментом підприємства методів оцінки конкурентоспроможності:

1. Методика оцінки конкурентоспроможності товарів через їх рейтинг. Це найпростіший різновид комплексної оцінки якості на основі технічних параметрів.

2. Методика оцінки конкурентоспроможності товарів за обсягом продажу. Ця методика ґрунтується на непрямому вимірюванні конкурентоспроможності за обсягом продажу.

3. Методика визначення комплексного показника конкурентоспроможності на основі диференціального методу.

4. Методика оцінки інтегрального показника рівня конкурентоспроможності з урахуванням ціни споживання.

5. Методика порівняльної оцінки конкурентоспроможності (порівняння з еталоном).

Якщо наведені методи є внутрішнім вибором менеджменту підприємства, то застосування ISO – це застосування зовнішніх стандартів якості для покращення внутрішньої системи конкурентоспроможності.

Система управління якістю – це розроблення та впровадження більш ефективної системи управління і опираючись на стандарт ISO, підприємство визначає основні шляхи підвищення якості товару або послуги. У першу чергу, наявність діючого на підприємстві сертифікату ISO дає впевненість у безпеці продукції, яку купує споживач. Ці загальноприйняті стандарти визначають виробничі характеристики й норми, згідно яких мають виготовлятися товари та надаватися послуги. Саме завдяки стандартизації споживач може бути впевнений у належній якості продукції та послуг. По-друге, у розробці стандартів беруть участь не лише виробники продукції та постачальники послуг, але й споживчі організації різних країн. Це означає, що продукти та послуги сертифікованих підприємств, відповідають повним урахуванням усіх вимог споживачів.

Розроблені стандарти ISO серії 9000 допомогли підприємствам, зокрема і деревообробній галузі запровадити та забезпечити функціонування ефективних систем управління якістю кінцевого продукту. Це не обов'язок але важлива конкурентна перевага перед суперниками на ринку виробів з дерева.

Государственно-частное партнерство как фактор развития корпоративных структур в промышленной системе региона

Вследствие функционирования экспортной модели, действующей по направлению экспорта сырья, темпы экономического роста в последнее время замедлились, что говорит о надвигающемся системном кризисе в народном хозяйстве. Настоятельно требуется устранение системных недостатков в структуре целевых установок государственного регулирования национальной экономики, т.е., следует обеспечить переход страны на постиндустриальный этап развития, что невозможно без полноценного функционирования государственно-частного партнерства, как наиболее адекватной формы взаимодействия на современных условиях социально-экономического прогресса.

Анализ состояния промышленной системы Согдийской области показывают, что развитие промышленной системы региона в первую очередь предопределяется целым рядом факторов: ресурсной базой промышленной системы; производственным потенциалом; состоянием субъектов хозяйствования; кадровым потенциалом; инвестиционным климатом. Вышеназванные факторы являются аргументами развития промышленной системы региона, но для того, чтобы они стали базовой основой темпа роста промышленной системы, следует учитывать две важные условия:

- 1) базирующее на предпринимательских началах профессиональное управление;
- 2) совершенствование системы управления, охватывающее все сферы РПС.

Современное состояние промышленной системы Согдийской области показывает, что для совершенствования формирования РПС в условиях корпоративных отношений необходимо более широкое и интенсивное внедрение инновационных подходов в системе управления (использование новых знаний, новых методов управления, новых подходов взаимодействия государства и частного бизнеса, новых инструментов воздействия на процессы управления РПС), которое создает последним благоприятные условия для интенсивного роста.

Проведенный анализ развития форм и методов развития управления РПС показывает, что на макроуровне в Республике Таджикистан разработан и реализован достаточно большой опыт применения программно-целевого механизма пространственных преобразований в рамках государственных компетенций государственных органов. В данный момент разработаны новые стратегические программы и концепции, которые направлены на устойчивый рост экономики в целом, имеющие геополитическое значение для страны. Несмотря на то, что при реализации стратегических программ (Национальная стратегия развития Республики Таджикистан – 2007 г.) и концепций (Концепция перехода Республики Таджикистан к устойчивому росту – 2006 г.), регионально ориентированные программы не дали должного эффекта в решении проблем развития РПС.

Управление промышленной системой региона подразумевает наличие необходимого набора инструментария управления, постановка целей, задач и задействование имеющихся возможностей. При этом важно, чтобы цели промышленной системы, которой управляют, совпадали с целями самого процесса управления. Исходя из этого, управление промышленными комплексами в отличие от других видов управления, подразумевает процесс координации и объединения интересов индивидов в экономическом и социальном плане.

Проблемы, стоящие перед промышленными предприятиями Согдийской области, говорят о наличии серьезных внутренних рисков. В частности, свидетельствуют о существенной промышленной дифференциации, недостаточности развития инфраструктуры, высокой зависимости от цикличности основных товарно-сырьевых ресурсов, малых размеров внутреннего рынка потребления, что сдерживают экономический рост и негативно сказываются на улучшении качества жизни граждан. Поэтому, мы считаем, что задействование классического набора инструментов в управлении социально-экономического развития отрасли недостаточно, здесь требуется новые рычаги воздействия на стабильную работу промышленной системы региона.

Данная система нуждается в управлении собственных ресурсов, поскольку она является сложной и вместе с тем, открытой и динамичной системой. Управление промышленной системой региона включает целый ряд методов и инструментов, которые применяются с целью получения поставленных результатов. Во многом, правильно отмечает профессор Л.Х. Саидмуродов, что многообразность применяемого инструментария обусловлена сложностью объекта управления.

Понятие государственно-частное партнерство в работе отечественный исследователь Л.Х. Саидмуродов определяется, как механизм обеспечения экономических интересов рассматривается нами:

1) как форма обеспечения инвестиционных потребностей национальной экономики и отражает степень и динамику удовлетворения социально-экономических потребностей;

2) как институт, регулирующий деятельность экономических субъектов по удовлетворению потребностей.

Осуществление проектов государственно-частного партнерства может приобретать всевозможные формы, но при определенной роли государства и частного бизнеса в нем. Формы определяются исходя из распределения обязанностей, прав и рисков между сторонами.

Некоторые специалисты считают, что государственно-частное партнерство в современном понимании означает институционально-организационный альянс государства с бизнесом для осуществления общественно значимых проектов местного, национального и международного характера. Сюда включают широкий спектр деятельности, начиная с НИОКР и других стратегически значимых сфер промышленности, до выполнения услуг. Продолжительность вышеупомянутого альянса зависит от сроков выполнения поставленных целей и задач в проекте.

В развернутом понимании государственно-частное партнерство является способом предложения государственных услуг, объединяющим государство с частным сектором на основе контракта, с уточнением обязательств каждой из сторон. Другие считают, что государственно-частное партнерство – это взаимовыгодный заключенный контракт между государством и представителями частного сектора.

Между тем, это партнерство означает вносимый определенный вклад сторонами, где частный сектор берет на себя обеспечение некоторой доли финансовых средств, оперативное и гибкое принятие решений, профессионализм, инновационный и креативный подход, а государство – субсидирование займов, налоговые и таможенные льготы, различные гарантии и т.д. При этом, государство контролирует соблюдение интересов общества.

Как отмечено в посланиях Президента Республики Таджикистан, Лидера нации, уважаемого Э. Рахмона в Маджлиси Оли в 2016 г.: «если мы будем производить отечественные товары, а институты и существующие правила не будут в состоянии эффективно осуществлять их внутреннюю продажу и экспорт за пределы страны, то в этом случае, произведенные товары останутся на складах и не принесут пользы».

На наш взгляд, сегодня учитывая стоящие перед промышленной системы, следует немного расширить понимание государственно-частного партнерства. Следует рассматривать государственно-частного партнерства еще как форму государственно-частного взаимодействия, которая основана на совместное финансирование, встроена в системы управления и подразумевает распределение доходов и рисков. Такое взаимодействие означает также объединение профессиональных качеств, которые служат получению конкретных социально-экономических и политических позитивных итогов. В стратегии промышленной системы региона такое взаимодействие станет главным элементов обеспечения, сбалансированного и устойчивого промышленного роста.

В целом, государственно-частное партнерство является перспективной формой партнерства в сфере инновации и инвестиций для РПС. Опыт показывает, что в процессе ее реализации в регионе и в стране в целом, возникают сдерживающие факторы, как:

- отсутствие отраслевого планирования и планирование капитальных инвестиций;
- определение проектов, подходящих под государственно-частное партнерство намного труднее при отсутствии общих отраслевых планов и приоритетных проектов;
- не хватает поддержки для должного проведения подготовки проектов государственно-частного партнерства;
- определение пилотных проектов остается определенно сложным, поскольку отраслевое планирование слабо.

Несколько пилотных проектов государственно-частного партнерства были определены и находятся на стадии разработки, однако ресурсов недостаточно для проведения надлежащей подготовки такого проекта.

Чтобы устранить эти сдерживающие факторы, следует системно относиться к совершенствованию государственно-частного партнерства, как в целом по всей стране, так и в промышленных комплексах в отдельности. Такой подход позволит комплексно решить проблему реализации государственно-частного партнерства в промышленной системе региона, разработать ее стратегию, которая включает следующие элементы:

- круг целей, задач, принципов построения государственно-частного партнерства;
- систему и организационную структуру управления, которая первым делом, обозначает задач отдельных звеньев управления;
- наименование принимаемых на государственном и региональном уровнях законодательных документов, механизмов и инструментов;
- определение органов республиканской и региональной власти, которые ответственны за подготовку вышеупомянутого пакета законодательных актов и их практической реализации.

Юрасов А.Р., студент
Науковий керівник – к.е.н., доц. Л.В. Діденко
Університет державної фіскальної служби України, м. Ірпінь

Економічна безпека України в умовах глобалізації

Глобалізація є еволюційною тенденцією розвитку суспільства. При цьому дане явище носить неоднозначний характер і має як позитивні, так і негативні риси. Позитивність глобалізації проявляється в розвитку міжнародних відносин, імпортно-експортних процесів, посилення і поглиблення культурних зв'язків між державами і т.д.

Негативним є те, що процес глобалізації може мати негативний вплив на стан економічної безпеки держави, так як:

- економіка країни стає більш відкритою;
- державні ринки потрапляють в залежність від ринків інших держав;
- загострюються і набувають глобального характеру проблеми економіки, суспільства та сировинної забезпеченості.

Економічній безпеці по праву належить центральне місце в системі національної безпеки, оскільки вона є основою для належного функціонування всіх ключових елементів, що відносяться до цієї системи, зокрема: політичної, соціальної, військової, екологічної, технологічної, інформаційної безпеки та інших елементів. Це зумовлено тим, що належне забезпечення рівня національної конкурентоспроможності, військово-політичної стабільності країни, надійної обороноздатності, ефективної соціальної політики, злагоди в моральному та духовному житті суспільства, розвитку науково-технічного прогресу (НТП), захисті інформації та запоруки безпечного екологічного стану неможливі без міцної та ефективної економіки.

Таким чином, ефективне забезпечення економічної безпеки держави є гарантом її суверенітету, незалежності і територіальної цілісності. Проте слід відмітити, що дослідження цієї проблеми і досі перебуває на етапі реформування, і тому не знайшло достатнього та комплексного відображення в науково-економічній літературі. Спостерігається суперечливість поглядів щодо визначення як самого поняття «економічна безпека», так і її основних складових та суміжних з нею понять і категорій. У зв'язку із цим актуальності набуває проведення комплексного аналізу підходів до тлумачення терміну «економічна безпека».

Загалом, економічна безпека держави означає захищеність усіх рівнів економіки країни від небезпечних дій, що можуть бути як наслідком свідомого впливу будь-якого чинника, так і стихійним впливом ринкових сил. Небезпечними можуть вважатися такі дії, які призводять до погіршення економічного стану країни у критичний рівень. Це може бути, наприклад, таке погіршення умов життя, з яким населення не готове миритися і яке внаслідок цього може перетворитися на соціальний конфлікт, що загрожуватиме існуванню економічної та політичної систем.

Актуальними аспектами гарантування економічної безпеки є:

- 1) удосконалення методологічних підходів до оцінки рівня, стану та динаміки економічної безпеки держави в умовах глобалізаційних процесів в економіці;
- 2) створення нового механізму гарантування економічної безпеки, який б зміг врахувати глобалізаційні впливи на економіку;
- 3) аналіз і оцінка загроз і ризиків глобалізаційних процесів на економічну безпеку;
- 4) розробка стратегії розвитку та інституціонального забезпечення економічної безпеки на сучасному рівні;
- 5) визначення основних шляхів удосконалення управління економічною безпекою.

Всі заходи, спрямовані на зміцнення економічної безпеки України в умовах поглинаючої економічної глобалізації, мають бути розроблені з урахуванням збереження національної ідентичності нашої країни, а не шляхом її прилаштування як сировинного придатку до потреб інших країн.

Забезпечення економічної безпеки України перебуває у складі основних функцій держави і на пряму залежить від сучасних внутрішніх і зовнішніх умов. Економічна безпека є однією з восьми складових національної безпеки, яка посідає одне з чільних місць у системі забезпечення національної безпеки України і стосується практично всіх інших складових. Крім того, три складові національної безпеки, а саме економічна, соціальна та екологічна є одночасно складовими сталого розвитку, забезпечення яких буде сприяти сталому розвитку як системи забезпечення національної безпеки, так і безпеки країни загалом.

Отже, економічна безпека є надзвичайно важливим елементом забезпечення національної безпеки України, що стосується всіх сфер життя нашої держави. Економічна безпека держави означає захищеність усіх рівнів економіки країни від небезпечних дій.

Юрківський О.Й., доцент кафедри цифрової економіки та міжнародних економічних відносин, к.е.н., доц.
Державний університет «Житомирська політехніка»

Соціальна справедливість як основа податкової довіри

Податкова довіра складає інституційний базис функціонування Податкової системи та відповідних відносин між державою, сектором бізнес та домогосподарствами, розлад яких призводить до багатьох негативних соціально-економічних явищ, зокрема «тіньової» економіки.

Значний рівень «тіньової» економіки економічних процесів, який за офіційною статистикою залишається вище 30%, згубним в період виходу з кризи, адже платники як домогосподарства, так і підприємства, організації не відчують відповідної системи мотивації у сплаті обов'язкових платежів, дотримання еквівалентності «податки – державні блага». Маємо одночасно три рівні забезпечення довіри: справедливість на рівні домогосподарств; підприємницьку або справедливість сектору бізнес; справедливість на рівні держави.

Досягнення справедливості здійснюється через податкові інструменти та відповідні принципи оподаткування, які застосовуються для ефективного функціонування Податкової системи. В нормативному полі відображено лише принцип соціальної справедливості, який зазнавав трансформацій:

1. Закон України «Про систему оподаткування» – «Соціальна справедливість» – забезпечення соціальної підтримки малозабезпечених верств населення шляхом запровадження економічно обґрунтованого неоподаткованого мінімуму доходів громадян та застосування диференційованого і прогресивного оподаткування громадян, які отримують високі та надвисокі доходи.

2. Податковий кодекс – «Соціальна справедливість» – установлення податків та зборів відповідно до платоспроможності платників податків.

До прийняття Податкового кодексу України соціальна справедливість фактично була направлена на працівників з відповідними механізмами: диференціації доходів; прогресивного оподаткування. Зміна принципів оподаткування з паралельним коригуванням прогресивної шкали ПДФО до пропорційних ставок, поступове зростання ролі непрямих податків ПДВ, акцизного збору та мита ілюструє концептуальне протиріччя між принципами і фактичною податковою політикою, податковими інструментами, адже універсальні акцизи виступають антисоціальними, не враховують особливості платника, його платоспроможність та максимально знеособленні.

При цьому інформаційно-фіскальна служба зорієнтована перш за все на доходи та прибутки, а витрати зокрема працівників залишаються поза увагою, з позицій можливого їх використання для зменшення бази оподаткування по окремих податках, зокрема ПДФО в питанні включення плати за освітні послуги у ВНЗ України до зменшення оподаткованої бази при подачі податкової декларації. Інші варіанти використання соціальної пільги мають багато обмежень, зокрема по допустимому доходу, який отримує працівник, що обмежує значну кількість громадян. Не обґрунтовано, з економічної та соціальної точки зору, виступає норма про граничну суму доходу, з якого стягується єдиний соціальний внесок, що фактично відображає певну диференціацію та негативно впливає на формування податкової довіри з боку насамперед працівників.

Не менш дискримінаційним є використання у практиці оподаткування 22% єдиного соціального внеску виключно з роботодавця, що фактично вносить суперечності у два рівня справедливості – домогосподарств та рівня бізнесу. Така суперечність зменшує податкову довіру серед усіх суб'єктів податкових відносин, адже питання не лише у відсотках, які дійсно суттєво зменшились з 37% до теперішнього рівня, але й механізмах забезпечення певного паритету, як у країнах Європейського союзу, зокрема Німеччині – рівномірний розподіл між працівниками та роботодавцями.

Як показав час застосування пропорційного оподаткування 13%, 15%, а згодом 18%, заміна прогресивної шкали 1996–1997 рр., на одну ставку податку на доходи фізичних осіб, суперечить принципу соціальної справедливості відносно громадян, які встановленні законодавством та вимагають коригування як самого принципу та і елементів правового механізму податків та зборів, внесків.

Фактично має місце розмежування справедливості у трьох проекціях:

1. Суспільна або соціальна – максимальне врахування особливостей домогосподарств в процесі оподаткування доходів, майна шляхом застосування прорахованої системи податкового механізму – ставок, пільг з врахуванням суспільної важливості тощо.

2. Державна справедливість – визначення основних обов'язкових податкових платежів для забезпечення виконання мінімальних загальнообов'язаних конституційних державних функцій.

3. Бізнесова (підприємницька) – забезпечення у підприємстві та бізнесі справедливості шляхом формування глибокого диференційованих ставок та систем оподаткування з врахуванням показників господарювання, умов ринків з різним рівнем конкуренції.

UDC 339.9

Svirko S.V., professor in the Department of Economic Security, Public Administration and Administration, Doctor of Economic Sciences, professor, Yurchuk V., student
Zhytomyr Polytechnic State University

Has Ukrainian economy fall into the raw material trap on its way to sustainable development?

Ukraine is a potentially rich country that is clearly understand its political and economic perspectives in the case of providing state reforms. Nowadays Ukraine is a still a transitional country (we are currently in the way of transitioning from socialist methods in state governing to market economy methods). That's why our country is constantly striving for its rapid development and cooperation with other economies in the world.

Therefore, Ukraine is in the process of developing, but also our state is in the way of integration agreement implementation, particularly in the field of industrial policy forming and trade development.

The 8th Sustainable Development Goal is to promote sustained, inclusive and sustainable economic growth, full and productive employment and decent work for all. But productive employment becomes more real in the case of innovation development of domestic economy.

That is why it is necessary to develop relations with different countries of the European Union (EU), because it will give Ukraine a chance to trade actively in one of the strategic directions. Also, the EU-Ukraine Association Agreement entered into force on September 1, 2017. It is an international agreement which at the legal level fixes the transition of relations between Ukraine and the EU from partnership and cooperation to political association and economic integration. This step towards international integration is extremely important for the development of our country's economy and for the implementation of important public reforms.

Today each country tries to develop its economy on the basis of efficient use of resources, growth of human potential, increase of innovative practices. Therefore, foreign trade relations are a substantial way of ensuring the competitiveness of the economy because countries form a variety of integration associations that partially or fully connect their economies, increasing the significance of foreign activity and internationalization.

Obviously, economic integration between countries brings great benefits to all its participants. For example, we can see the positive effects of integration, such as increasing size of markets, establishing advantageous trading conditions, developing the infrastructure of countries, and sharing experience and leading technologies and research. However, sometimes integration processes can be unfavorable to the economy. An example of such influence is the current state of the Ukrainian economy, it is a chronic supplier of raw and agricultural materials for economically powerful and developed countries in the world. For example, from the moment of Ukraine's independence and to 2018, exports of finished goods have gradually increased, and on the whole increased threefold, amounting to \$47,348 million.

Exports of agricultural products did not change from 1991 to 2006, but since 2008 began to grow actively. From 1991 to 2018, agricultural exports increased almost sevenfold to US \$19,478 million.

So, previously, Ukraine actively sold oil fuel, its refining products, products of the mining and metallurgical complex, mineral fertilizers, but nowadays, main part of Ukrainian export is from the agro-industrial complex. Ukraine has potential in agriculture because it is provided with land resources and has favorable natural and climatic conditions. But there is a lack of high technologies (including the latest technologies in the field of agriculture), that increases profitability and efficiency of agricultural products and raw materials sales on the EU markets. That is why Ukrainian exporters usually supply raw materials and low-processed goods to other countries of the world, which is a common phenomenon for agrarian countries whose economies are underdeveloped.

Such foreign economic policy of the state cannot lead the economy of Ukraine to rapid economic recovery. However, we are convinced that Ukraine can overcome this difficult situation and improve its economy. It is difficult to overcome the dependence on raw materials, but it is possible. Of course, the key to overwhelming economic problems may be in the field of our own processing industry development.

Manufacturing development is not only about enhancing our own competitiveness on the world stage, it is also significantly greater than having and using any kind of national resources, due to the fact that the cost of the finished product is always higher than the cost of the raw material it is made from. In particular, through the transformation of foreign economic relations vectors and the reorientation of Ukrainian exports to higher-level industrial products, Ukraine can improve the economy and begin its transformation from agrarian-industrial to post-industrial economy.

In general, we can conclude that the improvement and development of the processing industry and active cooperation in the industrial trade as well as provision of high-tech professional services in foreign markets will allow Ukraine to emerge from the «raw material trap» and create encouragements for trade and increase the level of competitiveness of national producers.

Olena Oliinyk, Cand. Sc. (Econ.), docent
Hassan Ramat, student
*National University of Water and
 Environmental Engineering, Rivne, Ukraine*

SOCIALLY RESPONSIBLE INTERACTION OF MEDICAL INSTITUTIONS WITH STAKEHOLDERS

Purposeful establishment and development of dialogue with stakeholders is an important prerequisite for ensuring competitiveness in the long term. This issue is especially relevant for the medical field. Effective dialogue with stakeholders ensures the harmony of relations between employees, partners, patients, public authorities, and the local community in solving medical problems.

According to the international standard of social responsibility ISO 26000, stakeholder is an individual or group that has an interest in any decision or activity of an organization. Stakeholder engagement provides activity undertaken to create opportunities for dialogue between an organization and one or more of its stakeholders, with the aim of providing an informed basis for the organization's decisions [1]. It encompasses a multidimensional approach that seeks to strongly develop the relations and address new practices surrounding the interactions. There are several levels of interaction, and each organization can prioritize a specific stakeholder to perform certain practices. Related to sustainability, engagement and dialogue refer to a set of practices that build strong relations in order to solve complex problems related to sustainable development concerns [2].

Stakeholders of medical institutions can be classified into internal and external. They significantly affect the quality of medical services and the effectiveness of the company. Internal stakeholders include staff (workers and managers) and shareholders. External ones include all others (patients, partners, creditors, public authorities and others). At the same time, representatives of the international medical business understand the interaction with stakeholders in different ways (table 1).

Table 1

Dialogue with stakeholders

Stakeholder group	Form of involvement
ELSAN	
Patients	- Direct communication with doctors and nurses - Grievance letter boxes and hotlines - Patient satisfaction surveys
Employees	- Compliance action line - Employee surveys - Internal communications - Work council
Investors	- Annual General meeting - Ongoing dialogue with investors and analysts - Sustainability surveys from investors and analysts.
Supplier	- Continuous contact with supplier - Ethical standards of conduct towards employees, society and the environment
Politics and society	- Dialog with government officials and representatives of health care systems, health care professionals, physicians and nurses as well as patient organizations
Academia	Research collaborations with universities.
FRESENIUS MEDICAL CARE (FMC)	
Patients	- National e-Satis survey (measures patients' satisfaction with their hospital experience) - Events during France's Patient Safety Awareness Week - Prevention initiatives targeting key public health issues
Employees	- Employee engagement survey - Social and Economic Committees - Negotiations with employee representative organizations
Practitioners	- Medical staff committees - Partnerships with junior specialist doctors' associations - National conference of heads of medical staff committees
Authorities	- Participation in the work and committees of the FHP - Regular dialogue with regional health authorities to discuss the role played by our hospitals in regional healthcare systems

Source: compiled by the authors on basis of [3; 4].

Секція 3. Сучасні тенденції розвитку теорії та практики менеджменту в глобальному конкурентному середовищі

Bayer wishes to conduct dialogue as continuously and systematically as possible with all the relevant stakeholders (interest groups) to make the findings as fruitful as possible for their activities. Stakeholder dialogue helps to recognize important trends and developments in society and their markets at an early stage and take this information into account when shaping their business. The integration of various stakeholder groups is planned within the scope of their stakeholder engagement process. This process also includes monitoring the results of individual dialogue measures [5].

Thus, the effective interaction with stakeholders is an effective management tool in the process of improving the performance of economic activities of medical institutions. It allows organizations to improve the quality and competitiveness of their products and services, increase the market value of assets, form and develop a corporate culture.

Literature

1. ISO 26000 “Guidance on social responsibility”. URL: https://iso26000.info/wp-content/uploads/2017/06/ISO-26000_2010_E_OBPpages.pdf
2. Minelle E. Silva (2019). Stakeholders’ Dialogue and Engagement. Responsible Consumption and Production:1-9 URL: https://www.researchgate.net/publication/333523262_Stakeholders'_Dialogue_and_Engagement
3. FRESANIUS MEDICAL CARE: Annual report 2019. URL: <https://www.freseniusmedicalcare.com/en/media/multimedia/publications/annual-reports/>
4. ELSAN. Non-financial performance report 2019. URL: <https://www.elsan.care/en/group>
5. Stakeholder Dialogue at Bayer: Our Most Important Stakeholder Groups <https://www.bayer.com/en/sustainability/stakeholder-dialogue>

MECHANISM OF BUSINESS SUBJECTS' ADAPTATION TO THE CONDITIONS OF EXTERNAL ENVIRONMENT

The external environment of domestic economic entities is characterized by a high level of turbulence and uncertainty, which necessitates an appropriate response of enterprises to the influence of external factors. Complication and high dynamism of factors of both global and national nature determine the feasibility of improvement of the enterprise's management system in terms of ensuring its competitiveness and sustainability. At the same time, one of the determining factors of the company's competitiveness is its ability to adapt to the external environment.

The adaptation processes are implemented through the appropriate mechanism, which is characterized with its own structure, peculiarities, and components. To perform a system approach to the study of the adaptation mechanism, we believe it is necessary to define the essence of the fundamental concept itself, i.e. adaptation. In the context of the research, the study of the scientific literature was performed, that made it possible to define three main approaches to the definition of the adaptation essence.

Thus, the system approach is based on the definition of adaptation as a system property or system transformation. The process approach is common in the theory of adaptation. Proponents of the process approach characterize adaptation not as a property of the system, but as a specific process that occurs during the functioning of the enterprise. Researchers who define adaptation from the standpoint of the target approach usually conduct research in related fields and consider adaptation as a tool to achieve a certain goal (e.g. economic security, strategic stability, etc.).

Summarizing the considered approaches to the interpretation of the adaptation essence, we propose our own definition of the studied concept. In our opinion, adaptation is a process of adjustment of the enterprise to external unstable conditions, which involves changes in the structure of the enterprise, the system of general and functional management of the organization and ensures the sustainability and development of socio-economic system in the long run.

An applied means of implementing the adaptation model is the adaptation mechanism. In a broad sense, the term "mechanism" is the internal structure of any system that drives it. The mechanism from the point of view of the economy is a specific set of components, characteristics and processes that have a certain logic of operating, are interconnected, determine the order of a particular activity. Thus, the mechanism of adaptation, in our opinion, should be understood as a holistic and comprehensive system of means, methods, tools, and management models that provide and coordinate the processes of interaction of the enterprise with the external unstable environment. It should be noted that to date, the theory of adaptation has not yet formed a system approach to the formation of the adaptation mechanism. Therefore, we consider it appropriate to define the main elements that, in our opinion, are part of the structure of the adaptation mechanism.

Objects, subjects, subject, and tasks are important components of the adaptation mechanism. Thus, we believe that the aggregate object of adaptation is the process of operation of the enterprise in an unstable external environment, respectively, individual subsystems and strategic units of the business entity can be individual objects. The subject of adaptation are predictable and real fluctuations of the external environment, the nature of their impact on the enterprise, i.e. all manifestations of the aggravation of contradictions that arise due to non-compliance of the internal environment of the enterprise with the external environment.

The subjects of adaptation processes can be presented as following: the owner (owners) of the enterprise, which independently organizes and coordinates the adaptive processes of the organization without the involvement of specialists; managers of different levels, who participate in the organization and implementation of adaptive measures at various levels of the enterprise; employees of planning, economic and strategic (if any) departments, who are directly involved in the development and implementation of adaptation processes of the enterprise; staff – employees involved in the process of adaptation to a certain degree; state and departmental bodies, consulting companies, etc.

The main purpose of adaptation, in our opinion, is to ensure the survival, efficient functioning and development of the enterprise under conditions of external changing environment, the achievement of strategic stability of the business entity. The main tasks are: firstly, to ensure the strategic and tactical response of the enterprise to the bifurcation of the environment, and secondly, to reduce the time and increase the efficiency of such a response.

The next, no less important, element of the adaptation mechanism is the system of its support. The support system includes the following components: legal, regulatory, personnel, information. The legal subsystem characterizes the legislative regulation of adaptation processes, normative – internal regulation of the mechanism. Personnel support determines the quantitative and qualitative composition, qualifications, etc. of the subjects of

adaptation. Each of these subsystems is an important component of the adaptation mechanism, but the most important, in our opinion, is the information subsystem. The basis of information support of the business entity adaptation process is the main purpose of adaptation, which determines the quantity and quality of the necessary information, the sources of its collection.

In the process of implementing adaptation measures, the organization can form certain patterns of behavior (management models). The main management models in the process of adaptation are active, mixed, and conservative.

Active management model assumes that the organization is ready for adaptation, the pace of its processes is quite high. Adaptation is systemic in nature, i.e. covers all subsystems of the enterprise. The company has developed models and principles of adaptation.

Conservative management model characterizes a passive enterprise with an inertial nature of behavior. The organization does not take any active steps, problems in the activity are solved based on traditions or are ignored. The pace of adaptation is low, there are no developed principles and models. Adaptation is local in nature, i.e. most often carried out within individual units.

Mixed management model can be described as the following: the choice of adaptation characteristics depends on the intensity and nature of the influences of environmental factors. The pace is lower than in active model. The company has general principles for the implementation of adaptation measures, but the model of adaptation of the business entity has not been developed.

The formation and implementation of the adaptation mechanism must meet certain requirements and should be carried out in accordance with scientifically and practically sound principles. We believe that the main principles governing the functioning of the adaptation mechanism are as follows: system and comprehensiveness; effectiveness; efficiency and optimality; flexibility; purposefulness and strategic orientation; variability; hierarchy; controllability and responsibility; the principle of the main link; comprehensive development and self-organization. Of course, the above list of principles is not exhaustive, however, in our opinion, the implementation of these principles, first, provides an opportunity to draw conclusions about the proper organization of the adaptation mechanism.

The practical implementation of the tasks of the adaptation mechanism is carried out by its functions. Adaptation functions can be represented in two main groups: system-wide and specific. The system-wide management functions include their traditional manifestations in the process of enterprise management in general and in the process of adaptation in particular, namely: planning, organization, motivation, coordination, and control.

Specific functions can be presented as the follows:

- organizational – providing adaptation processes with the necessary resources;
- forecasting – the formation of the enterprise management’s vision of the future state of the environment, its individual factors;
- preventive – provides an opportunity based on the formed forecasts to avoid or reduce the negative impact of environmental factors;
- compensatory – considers the possibility of compensation for losses as a result of the negative effects of factors due to other activities of the enterprise;
- coordination – a rational combination of resources in the process of adaptation;
- stimulating – motivation of the subjects of adaptation in the process of its implementation;
- control – involves the comparison of targets with indicators achieved;
- informational – providing the management of the enterprise with the necessary information.

At the same time, the following functions are also important in our opinion in the context of modern operating conditions:

- practical and effective – provides development and implementation of specific measures, programs and strategies for adaptation of the enterprise to environmental conditions, increasing its adaptability;
- stabilization – is to smooth out unstable situations, leveling the negative impact of environmental factors due to increasing levels of environmental turbulence;
- optimization – aimed at minimizing losses and risks of the enterprise due to fluctuations in environmental factors, as well as at ensuring the rational and efficient use of available resources in the process of implementing the mechanism of adaptation of the business entity.

Specific means of achieving the goals and objectives of adaptation are its tools. In our opinion, the main tools of adaptation under modern conditions are the model of management “on weak signals”, modernization, restructuring, diversification, and reengineering, each of these has its own characteristics, advantages, and disadvantages.

Therefore, we can conclude that the adaptation mechanism is a complex system of structural elements, the effective functioning of which is complicated without taking into account each of the components. Determining the structure of the mechanism is an important prerequisite for ensuring its improvement and implementation in practice of business entities to ensure adaptation to environmental conditions.

Антоненко С., магістрант гр. ЗПВ-19-М
Науковий керівник: Бірюченко С.Ю., к.е.н.,
ст. викладач кафедри менеджменту і підприємництва
Державний університет «Житомирська політехніка»

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ СТАНОМ ПІДПРИЄМСТВА

Стійкий фінансовий стан підприємства - це запорука стабільності його господарювання в ринковому просторі та забезпечення конкурентоспроможності. Складовими елементами міцного фінансового стану суб'єкта господарювання вважають забезпеченість власними оборотними коштами, дотримання оптимального співвідношення запасів товарно-матеріальних цінностей з потребами виробництва та своєчасне проведення розрахунків із кредиторами. Проведення оцінки фінансово стану підприємства є невід'ємною умовою здійснення ефективного управління ним. Таким чином, досягнення стійкого фінансового стану суб'єкта господарювання потребує проведення глибокого аналізу фінансових і господарських відносин та забезпечення ефективної системи його управління.

На сьогоднішній день в Україні відсутній єдиний погляд на сутнісне наповнення поняття «фінансовий стан» не тільки між науковцями, а й на рівні державних органів управління, що простежується у діючих нормативних джерелах. Згідно Методики інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств і організацій № 22 від 23 лютого 1998 р., розробленої Агентством з питань запобігання банкрутству підприємств і організацій, трактування фінансового стану підприємства наступне: «Фінансовий стан підприємства – це комплексне поняття, яке є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємства, визначається сукупністю виробничо-господарських факторів і характеризується системою показників, що відображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів».

Положенням про порядок здійснення аналізу фінансового стану підприємств, що підлягають приватизації, затвердженим Наказом Міністерства фінансів України та Фонду державного майна України від 26.01.2001 р. № 49/121, визначено фінансовий стан підприємства як сукупність показників, що відображають наявність, розміщення і використання ресурсів підприємства, реальні й потенційні можливості підприємства.

Методичні рекомендації щодо аналізу фінансово-господарського стану підприємств або організацій Державної податкової адміністрації України (лист № 759/10/20-2117 від 27.01.1998 р.) дають таке визначення фінансове положення (стану) підприємства: фінансовий стан підприємства є комплексним поняттям і відображає рейтинг підприємства на фінансовому ринку, його кредито- і податкоспроможність характеризується системою показників, які визначають на конкретну дату.

Однозначного трактування категорії «фінансовий стан» не прослідковується і серед сучасних науковців. Так, Маркар'ян Е.А. та Герасименко Г.П. вважають, що фінансовий стан підприємства – це сукупність показників, які відображають його спроможність погасити свої боргові зобов'язання.

На думку Осмоловського В.В. «фінансовий стан» – це комплексне поняття, яке характеризується забезпеченістю фінансовими ресурсами, необхідними для нормальної виробничої діяльності комерційних та інших суб'єктів господарювання, доцільністю й ефективністю їх розміщення і використання, фінансовими взаємовідносинами із суб'єктами господарювання, платоспроможністю та фінансовою стійкістю.

Дем'яненко М.Я. під фінансовим станом розуміє комплексне поняття, що відображає якісну сторону його виробничої та фінансової діяльності та є результатом реалізації всіх елементів зовнішніх і внутрішніх фінансових відносин підприємства. Він характеризується системою показників, які відображають стан капіталу в процесі його кругообігу, здатність розраховуватися за своїми зобов'язаннями і забезпечувати ефективне фінансування своєї виробничої діяльності на певний момент часу.

Фінансовий стан на думку таких авторів, як: Загородній Л. Г., Вознюка Г. Л., Смовженко Т. С. - це стан економічного суб'єкта, що характеризується наявністю в нього фінансових ресурсів, забезпеченістю коштами, необхідними для господарської діяльності, підтримання нормального режиму праці та життя, здійснення грошових розрахунків з іншими економічними суб'єктами.

Проаналізувавши трактування поняття «фінансовий стан підприємства» в наукових економічних дослідженнях і визначення основних положень цього поняття, нами встановлено, що фінансовий стан – це: об'єкт фінансового управління, що проявляється у часі, стан забезпеченості фінансовими ресурсами, які необхідні для нормального функціонування, якісна характеристика діяльності підприємства, результатом фінансово-господарської діяльності, об'єкт, що вимірюється сукупністю показників, які характеризують господарське положення.

Для забезпечення належного фінансового стану підприємство має налагодити систему управління. У практичному плані управління фінансовим станом підприємства – це сукупність прийомів і методів цілеспрямованого впливу суб'єктів управління на формування, а також використання фінансових ресурсів.

Предметом управління фінансовим станом підприємства є перевірка фінансових потоків.

Секція 3. Сучасні тенденції розвитку теорії та практики менеджменту в глобальному конкурентному середовищі

Суб'єктом управління фінансовим станом підприємств є керівний та фінансовий машина системи органів управління на підприємстві.

Головною метою управління фінансовим станом підприємства є прийняті управлінських рішень що відносяться до визначення засобів формування та найефективнішого використання фінансового потенціалу підприємства, що є підґрунтям для здійснення високих темпів економічного зростання підприємства у поточному та перспективному періодах та максимізації ринкової вартості.

Реалізації головної мети управління фінансовим станом підприємства має бути адресований на вирішення певних завдань:

- оптимізація структури активів
- оптимізація структури капіталу;
- прискорення оборотності оборотних активів;
- ефективність використання фінансових ресурсів;
- збалансованість грошових потоків;
- мінімізація рівня фінансових ризиків;
- фінансова стійкість та платоспроможність;
- максимізація прибутковості.

Процес управління фінансовим станом підприємства повинен здійснюватися за такими етапами:

- 1) визначення головної мети управління;
- 2) формування системи інформаційного забезпечення управління;
- 3) дослідження показників фінансового стану; формування системи цілей та цільових показників;
- 4) прогнозування показників фінансового стану на довгостроковий період;
- 5) поточне планування показників фінансового стану;
- 6) розроблення системи заходів щодо реалізації поточних планів;
- 7) моніторинг реалізації планових показників фінансового стану;
- 8) контроль показників фінансового стану підприємства

Досить важливим за сучасних умов господарювання є залучення до фінансового стану таких складових, як: ділова активність, потенціал формування та раціональне використання фінансових ресурсів підприємства, рівень фінансового ризику, платоспроможність, абсолютна величина прибутку. Взагалі фінансовий стан характеризує багато факторів, які вчені об'єднують в групи: показники платоспроможності, показники ділової активності, показники фінансової стійкості, показники прибутковості.

Кожен господарюючий суб'єкт обирає самостійно методики аналізу, принципи оцінки власного фінансового стану, тому що саме якісно вибрана методично підкріплена форма аналізу та оцінки фінансового стану підприємства слугує ефективному управлінню ним надалі. Можна назвати три основні типи моделей, які застосовуються найчастіше у процесі аналізу фінансового стану підприємства: дескриптивні, нормативні та предикативні.

Дискрептивна модель базується на основній фінансовій звітності підприємства (баланс, форма 1, форма 2, форма 3 та ін.) і передбачає подання фінансових звітів у різноманітних типах аналізів, а саме вертикальний та горизонтальний аналіз, аналіз відносних показників, аналіз відносних коефіцієнтів, трендовий аналіз, порівняльний та факторний аналіз.

Нормативна модель ґрунтується на порівнянні фактичних результатів, які отримало підприємство під час своєї господарської діяльності, з нормативними показниками, які встановлюються на кожен статтю витрат, видів робіт, економічних та фінансових коефіцієнтів і з'ясуванні причин щодо відхилень, якщо вони є.

Предикативна модель містить важливішу складову - прогнози фінансового стану підприємства на майбутнє та характеризується такими складовими, як:

- 1) побудова точки беззбитковості;
- 2) побудова прогностичних звітів щодо фінансового стану підприємства;
- 3) побудова моделей ситуаційного аналізу та інші.

Усі ці моделі дуже важливі, але дієвими вони будуть лише сумісно і треба правильно та послідовно їх застосовувати, оскільки ефективне управління фінансовим станом не може відбутись лише завдяки одній із наведених моделей аналізу.

Отже, механізм управління фінансовим станом підприємства включає об'єкт та суб'єкт управління, методи, завдання, принципи та моделі. Звісно, механізм управління фінансовим станом підприємства буде різним в залежності від галузі господарювання, його організаційно-правової форми та розмірів підприємства. Ці фактори також вплинуть на вибір суб'єктів управління фінансовим станом та моделі управління тощо. Враховуючи умови діяльності сучасних підприємств управління їх фінансовим станом являє собою складну систему, що потребує безперервної уваги та кваліфікованих кадрів. У сучасних умовах позиція підприємств визначається не лише його поточним фінансовим станом, але і його потенціалом, тобто здатністю розвиватися у нестабільному високо конкурентному середовищі.

КРЕАТИВНОСТЬ И ТВОРЧЕСТВО В ИННОВАЦИОННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ

Создание креативной атмосферы в коллективе имеет огромное значение в инновационном менеджменте. Именно такая атмосфера во многом способствует генерации и появлению инновационных идей и должна поддерживаться инновационным климатом, который является следствием формирования особой корпоративной культуры на микроуровне организаций, и важными составляющими макросреды.

Креативность порождает инновации, следовательно инновационный менеджмент тесно связан с креативным. Инновационный менеджмент оперирует с интеллектуальным продуктом как объектом целым и неделимым. В отличие от этого креативный менеджмент рассматривают данный продукт как сложное структурное образование. Соответственно связанное с ним управление созданием новой системы знаний, умений и навыков должно быть определенным образом разделено на ряд составных элементов, каждый из которых подлежит исследованию и осмыслению в целях осуществления грамотных практических действий. Несколько проще можно сказать: инновационный менеджмент, с одной стороны, креативный - с другой, имеют один и тот же объект рассмотрения, но изучают его в одном случае (инновационный) с внешней стороны, как готовый, в другом (креативный) - с внутренней, как проходящий процесс создания.

Нельзя не согласиться с тем, что креативность играет значительную роль в бизнес-процессах и во многом может стать залогом успеха той или иной компании. Мир бы стоял на одном месте, если бы никогда не принимались креативные и инновационные решения.

За определенный период условия деятельности, способствующие созданию креативной обстановки, проведению изменений и появлению инноваций создают соответствующий инновационный климат организации. Организационная культура такой команды – это интегральная характеристика, которая включает систему ценностей, тип поведения сотрудников, тип управления, особенности системы контроля, способы оценки результатов и соответствующую систему мотивации. К основным характеристикам креативных организаций можно отнести: гибкость организационных структур, слаженная командная работа, нечеткое распределение обязанностей, взаимозаменяемость сотрудников, коллективная разработка целей и задач. Создание благоприятного инновационного климата предполагает атмосферу доверия, выявление и преодоление факторов, «блокирующих» творческие усилия и совместную поисковую работу персонала, расширение полномочий новаторов на рабочем месте, использование организационных и психологических инструментов, помогающих «генерировать» новые идеи. Организации с достаточно развитой культурой управления и ориентированные на инновационное развитие всегда расширяют набор интеллектуальных действий, поощряют активное продуцирование идей, причем самых разнообразных и необычных. Поэтому задача руководителя – выявить талантливых людей, создать условия для их деятельности, устранив причины, препятствующие творческому росту.

Процесс инновационного предпринимательства начинается с появления идеи. Креативные идеи невозможно полностью запланировать, «логически» вывести из предшествующей практики, поскольку в их основе лежит логический скачок, прорыв. Сначала такие идеи чаще всего плохо осознаются, слабо поддаются описанию и обоснованию, кажутся странными, и категорически непрактичными. Тем не менее, реализуя именно такие нестандартные идеи (свои или чужие), талантливые предприниматели интенсивно изменяют наш мир. Совокупная творческая энергия предпринимательства — важнейшая составляющая развития мировой экономики.

Инновационная идея позволит компании рассчитывать на деловой успех. Чтобы сформулировать идею необходимо:

- открыть новый способ создания некоторой полезности, имеющей ценность для потребителей;
- создать комбинацию особых способностей, обеспечивающих создание данной полезности;
- создать уникальную формулу, с помощью которой можно достичь максимально возможной прибыли.

Конкретными источниками инновационных идей могут выступать:

- потребители – с точки зрения изучения потребительского спроса;
- ученые, в том случае, если они занимаются изобретением или поиском новых материалов, товарных свойств, которые могут привести к созданию новой продукции или услуг;
- конкуренты, в части своей стратегии и деятельности, связанной с изучением потребительского спроса и возникающими у них инновациями;
- торговые агенты, дилеры и прочие посредники;
- непосредственно работники предприятия, при этом в процесс зарождения инновационных идей вовлекается как можно большее число сотрудников.

Секція 3. Сучасні тенденції розвитку теорії та практики менеджменту в глобальному конкурентному середовищі

Огромную роль в создании творческих инициатив играют менеджеры, которые могут активно поддерживать создание инноваций, либо явно или неявно препятствовать инновационной деятельности. Некорректный стиль управления может быть главной проблемой, стоящей на пути развития инновации. Эффективный креативный менеджмент возможен только при условии наличия креативного лидера или креативных способностей у руководителя.

Основными характеристиками и креативного лидера являются:

- отдавание предпочтения тем целям, которые воспринимаются с энтузиазмом работниками, а также умение определять их;
- владение стратегическим мышлением, умение прогнозировать и оценивать ситуации;
- умение заранее, заблаговременно определять проблемы, когда они еще только зарождаются;
- создание команды с высоким уровнем доверия друг к другу;
- способность принимать рискованные решения в любых ситуациях и нести ответственность за результат;
- способность делать правильные и удачные выводы при дефиците информации;
- развитая психологическая саморегуляция, что определяет отношение к проблемам и к их оценке;
- умение воспринимать, понимать, принимать и использовать точки зрения, отличные от собственных или даже противоположные им;
- способность быстро перестраиваться психологически при изменении условий деятельности или перехода к выполнению принципиально новых задач;
- способность к скрытому руководству, что предполагает включение людей в деятельности на неформальной основе;
- владение стилем лидерства от «тренера» или «советчика» до «генератора конфликтов», «комика» или «героя»;
- умение менять стиль руководства, не теряя доверия подчиненных [1].

Снижению творческой активности могут способствовать психологические эмоциональные факторы, например: боязнь ошибиться, быть непонятым, осужденным, выглядеть некомпетентным. Профессиональные, факторы восприятия, личностные факторы. Здесь также можно отметить, в первую очередь, некорректные, или неэффективные методы мотивации, которые могут использоваться менеджментом. В большой степени тормозит творческий процесс излишняя бюрократизированность организационных структур, которая ставит барьеры для генерации идей и внедрения инноваций. Такая ситуация может сопровождаться страхом, принуждением, которые не могут способствовать развитию творчества.

В последнее время наиболее креативные организации стали выделять так называемый совместно-творческий тип деятельности, который характеризуется особой активностью каждого из участников процесса взаимодействия. За счет участия в коллективной деятельности, сотрудник повышает собственную профессиональную компетентность.

Современным популярным способом стимулирования креативных идей в организации является создание инкубатора идей. Это место, где сотрудники различных уровней компании собираются с целью разработки инновационных идей без давления и вмешательства бюрократического аппарата компании. Ценностью такого подхода является то, что сотрудник может самостоятельно заниматься своей перспективной идеей в инкубаторе, не координируя все вопросы с вышестоящим менеджментом.

Один из подходов, способствующих успешному осуществлению инноваций, называется моделью горизонтальных связей. Сущность модели состоит в том, что работники различных подразделений организации одновременно вносят вклад в создание инновационных продуктов и процессов.

Наиболее эффективной и распространенной в последнее время частной формой интенсификации инновационной деятельности в условиях рыночной экономики является венчурное финансирование инновационных проектов, связанных с большим риском.

Таким образом, креативный менеджмент представляет собой креативно-инновационную деятельность по управлению творческим процессом разработки и реализации оригинальных управленческих новаций. Это деятельность по выдвижению нестандартных, оригинальных идей и их практической реализации и коммерциализации. Креативный менеджмент направлен на разработку и внедрение нововведений в управленческой деятельности в вопросах планирования, организации, мотивации, контроля, коммуникаций и технологий принятия управленческих решений, другими словами, организационно-управленческих новаций.

Список использованных источников

1. Беляцкий Н.П. Креативный менеджмент: учеб. пособие / Н.П. Беляцкий. - Минск, 2016 – 290 с.

ПЛАНУВАННЯ РОБОЧОГО ДНЯ МЕНЕДЖЕРОМ У ВІДПОВІДНОСТІ ДО ТЕХНІК ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТУ

Час – це найцінніший ресурс людини, який є обмеженим та невідновним, його не можна замінити чи відшкодувати, однак можна ефективно «конвертувати», перетворюючи на життєві цінності. Правильне використання часу є запорукою успішного виконання професійних обов'язків, досягнення цілей. Відтак, особливої актуальності набуває впровадження до системи управління персоналом технологій тайм-менеджменту [2, С. 279], що дозволяє підвищити ефективність діяльності за рахунок оптимізації часових витрат на підготовку і прийняття рішень, досягнення стратегічних і тактичних цілей, виконання виробничих та інтелектуальних завдань.

Для підвищення ефективності використання робочого часу з впровадженням технології тайм-менеджменту на підприємстві необхідно: чітко планувати цілі і завдання на місяць, а не тільки на робочий день; планувати завдання за терміновістю та за складністю; ділити складні і великі завдання на дрібні; не вирішувати особисті питання в робочий час; зосереджуватися на поточній справі, не поспішати і не метушитися, перемикаючись з однієї справи на іншу.

Прийнявши рішення про пріоритетність виконання тієї, чи іншої роботи, доцільно переходити до її планування та реалізації відповідних дій. Згідно з тайм-менеджментом є такі етапи виконання планів [4]:

1. Формування цілей. Цей етап є найвідповідальнішим, оскільки він визначає ефективність кінцевих результатів. Напрямок подальшої роботи залежить від правильно поставленої цілі, яку потрібно формулювати чітко та конкретно.

2. Планування. Систематичне планування є запорукою ефективного розподілення часу. Занотовування планів дає змогу досягнути розмір робіт, що має бути виконаний. Робота зі списком запланованих справ, який направляє нас в потрібне робоче русло, у перший же день покращує продуктивність на 25%.

3. Прийняття необхідних рішень для виконання майбутніх справ. Перед початком роботи можуть виникати суперечливі питання і для того, щоб максимально бути зосередженим на здійсненні запланованого, слід попередньо прийняти певні рішення, які дозволять працювати ефективніше.

4. Виконання запланованих справ. Процес планування здійснюється саме з метою реалізації задумів. Саме тому після формування цілей і прийняття рішень настає етап реалізації планів.

5. Контроль і підбиття підсумків. На цьому етапі оцінюється виконана робота і вносяться корективи.

Індивідуальний тайм-менеджмент базується на парадигмі особистісного саморозвитку і націлений на досягнення внутрішньоособових цілей у контексті вдосконалення людиною своїх здібностей і творчої самореалізації. Це сукупність різних технік та технологій організації роботи працівника, яку він здійснює в особистих інтересах, не бажаючи даремно витрачати ресурси свого часу.

Індивідуальна технологія управління часом здійснюється з урахуванням механізмів: біологічного годинника, від якого залежить, на яку частину доби припадає максимальна активність; інтелектуального інжинірингу, під яким розуміють використання знань про людський потенціал і домінуючу півкулю мозку; психологічного годинника, в якому виокремлюють психологічну часову перспективу; стилю поведінки людини, який відображає моральні та етичні норми особистості та визначає її поведінку у різних життєвих ситуаціях.

Для того щоб примусити час працювати на себе, а не проти себе, кожен менеджер повинен планувати власний час. Планування часу може мати різні форми, однак усі їх спрямовано на подолання хаосу у справах. С. Дубенко пропонує використовувати наступні принципи планування робочого часу [3, С. 67-68]: відсоткове співвідношення запланованого і незапланованого часу (60% – запланований час, 20 – непередбачувані обставини, 20% – спонтанний час); системність; реалістичність; поновлення витрат; фінансування результатів; встановлення пріоритетів; альтернативність; делегування повноважень.

Планування робочого часу дає змогу менеджерів підвищити результативність праці за рахунок зменшення витрат часу, виявити періоди продуктивної праці, послабити робочі навантаження, позбавитися перенавантажень, а значить, знизити ризики виникнення стресів у професійній діяльності та міжособових конфліктів під час вирішення робочих питань. Крім того, планування часу справляє позитивний вплив на психологічний стан менеджера, він отримує більше задоволення від роботи, підвищується впевненість у собі як професіоналі, який вчасно та результативно виконує поставлені завдання.

Дослідження науковців виокремлюють наступні перепони при плануванні часу менеджера та «міфи» часу: недооцінювання значущості управління часом; відсутність знань, умінь та навичок тайм-менеджменту; лінощі, неорганізованість (10% керівників потребують на 10% більше часу; 40% – 25%;

кожному другому керівникові потрібно 50% і більше додаткового часу); звичка до перенавантаження; нерішучість, схильність до сповільнення діяльності; якби було більше часу, я, звісно, встигнув би вчасно завершити роботу; люди, які мають вигляд зайнятих, багато працюють; працюючи швидше, можна зробити багато справ; для особистих справ немає часу; п'ять хвилин – це невелика втрата (40 хв/день, 3,5 год/тиждень).

Практики з управління часом пропонують при створенні особистої системи тайм-менеджменту використовувати тайм-менеджерську техніку жорстко-гнучкого планування [1, С. 30-31]. Із загального переліку справ виокремлювати три, максимум чотири важливі справи на день та розмежовувати їх за часом, залишаючи «вільний час» між ними. В такому разі, ризик мінімальний щодо невиконання саме цих завдань. Проміжки «вільного часу» між ними заповнювати гнучкими, важливими завданнями, що не вимагають жорсткої прив'язки щодо часу їх виконання.

Крім цього, менеджеру, у відповідності до цієї системи планування, слід приділити увагу таким двом елементам як: «жаба» та «слон». «Жабами» називають неприємні справи, що, можливо, потребують зовсім небагато часу, але настільки неприємні, що особистість їх завжди відкладає. «Жабами» можуть бути дзвінки дебіторам, розмова з невдоволеним клієнтом, вирішення неприємних питань з керівником та ін. Ці справи часто відкладаються та можуть перетворитися на великі неприємності, можуть виникати ситуації, коли на вирішення «жаби» було необхідно 5 хвилин, але за рахунок відкладання на тиждень ця справа переросла у проблему. Тому, фахівці з тайм-менеджменту рекомендують кожного ранку «з'їдати одну жабу», тобто починати день з вирішення цієї неприємної справи, це дозволяє позбавитися цього тягаря, не думати про нього цілий день. «Слонами» називають справи, що мають жорсткі часові обмеження або важчі працевіткі завдання. Зокрема, «слонами» є, наприклад, розроблення плану розвитку організації, регіону, стратегії управління, вивчення іноземної мови тощо. Зважаючи на глобальність та працевіткість завдання, часто у практичній діяльності особистості відтягують виконання цих справ до останнього моменту, що унеможливорює високі результати, адже глобальні проблеми потребують поступових кроків, значного проміжку часу. Спеціалісти з тайм-менеджменту пропонують «різати слона», а значить, розділяти глобальну справу на частини. Таким чином, важкі справи не будуть викликати стрес у менеджера, а результат буде високим за рахунок поступовості виконання завдання. Разом з цим, відповідна система передбачає певну мотивацію працівника за добре виконану роботу. Тому, доцільно сформулювати «картонку» винагород з прив'язкою до конкретних завдань та з обов'язковою їх реалізацією у разі позитивного результату.

Спеціалісти з тайм-менеджменту наголошують на необхідності складання плану на кожен день. За допомогою їх менеджер організовує свою діяльність, нічого не забуває, може займатися самоконтролем та легко аналізує результати своєї діяльності в кінці дня. Виділення пріоритетних завдань у плані на день не прив'язуються до чітких часових обмежень, але задають послідовність виконання робочих справ.

Фахівці з тайм-менеджменту наголошують на трьох складових системи власного планування: «день» – завдання на один день, розпорядок дня; «тиждень» – середньострокові завдання, що прогнозуються на тиждень-місяць; «рік» – довгострокові завдання [1, С. 80-82].

Алгоритм побудови системи власного планування складається у поступовому взаємозв'язку елементів «день-тиждень-рік». Рекомендується менеджеру кожного вечора складати план дня і коригувати його кожного ранку. Планування наступного дня відбувається з урахуванням розділу «тиждень», з нього переносяться актуальні завдання та справи. Раз на тиждень при плануванні наступного тижня аналізується план на рік, актуальні справи переносяться у план на тиждень.

Отже, тайм-менеджмент є одним із першорядних інструментів, які використовує менеджер у своїй діяльності. Методи тайм-менеджменту, які застосовуються з метою упорядкування робочого часу заслуговують на увагу та можуть бути використані на практиці.

Список використаної літератури:

1. Архангельский Г. А. Тайм-драйв. Как успевать жить и работать / Г. А. Архангельский. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2005. – 240 с.
2. Буняк Н.М. Тайм-менеджмент як інструмент підвищення ефективності діяльності підприємства. Економіка і суспільство : електронне наукове фахове видання Мукачівського державного університету. 2018. – Вип. 14. С. 279-283. URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/14_ukr/39.pdf
3. Дубенко С. Д. Державна служба в Україні : навч. посіб. [для студ., слухачів із спец. «Державне управління»] / С. Д. Дубенко. – К. : Вид-во УАДУ, 1998. – 168 с.
4. Причепя І.В., Соломонюк І.Л., Лесько Т.В. Тайм-менеджмент як дієвий інструмент ефективного використання часу успішного менеджера за сучасних умов. – [Електронний ресурс]. Ефективна економіка. – 2018. – № 12. – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2018/106.pdf

Бутрик Я. В., магістрант, гр. ЗМО-20-1М, ФБСО
Науковий керівник: Орлова К.Є., к.е.н., доцент кафедри
менеджменту і підприємництва
Державний університет «Житомирська політехніка»

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Криза є об'єктивним явищем у діяльності будь-якого підприємства, що обумовлено циклічним характером розвитку суб'єктів господарювання та невизначеністю зовнішнього середовища їх функціонування. Ступінь, у якому кризові явища можуть бути передбачені, залежить від сукупності зовнішніх чинників, що перебувають поза впливом підприємства, та внутрішніх чинників, контрольованих підприємством. Водночас, процес розгортання кризи на підприємстві можна контролювати або, принаймні, утримувати в певних межах, прийнятних для суб'єкта господарювання. Інструментом для реалізації такого завдання є антикризове управління.

Зарубіжний досвід показує, що питанню антикризового управління підприємством (а саме розробці стратегії управління підприємством в кризових умовах) приділяється значна увага, про що свідчать ґрунтовні розробки теорії антикризового управління Е.І. Альтмана, Т.С. Петерса, Ш.Л. Брауна, Д.Дж. Майерса, І. Ансоффа, Р. Акоффа, Т. Таффлера, Р. Зузака, І. Адзіеса, Д. Чампа, Ст. Фінка, М. Хаммера та ін.

Під час кризи проблема управління є першочерговою. Під антикризовим управлінням слід розуміти управлінську діяльність, яка може запобігати або пом'якшувати кризові ситуації у виробничій та господарській діяльності, а також підтримувати роботу підприємства в режимі виживання під час кризи та виходити з кризи з мінімальними втратами.

Основним завданням антикризового управління є обґрунтування та реалізація розробка заходів з мінімально можливим рівнем ризику, що будуть спрямовані на нівелювання наслідків кризи або, в найкращому варіанті, на уникнення кризової ситуації.

Основні етапи антикризового управління доцільно звести до наступних:

- діагностика і оцінювання масштабів кризи;
- формування стратегічних, тактичних та оперативних заходів щодо подолання кризи та її наслідків;
- впровадження розроблених заходів у практичну діяльність;
- організація системи моніторингу за станом зовнішнього та внутрішнього середовища.

Ключові завдання менеджера при цьому полягають у забезпеченні запобігання або пом'якшення стадії шоку від кризи; формуванні та прискоренні адаптивних реакцій, пов'язаних із виходом з кризової ситуації; стабілізації діяльності підприємства. Існує два основних методи антикризового управління - реактивний та антиципативний. В результаті використання цих методів слід планувати та в подальшому впроваджувати заходи з врегулювання криз, які також поділяються на реактивні та випереджаючі.

Криза є переламним моментом у діяльності підприємства, що виступає свідченням необхідності реструктуризації діяльності підприємства. Таким чином, подолання кризових явищ у діяльності підприємства передбачає проведення комплексної реструктуризації, що може охоплювати як діяльність суб'єкта господарювання в цілому, так і окремі її напрями (технічний, організаційний, маркетинговий, виробничий тощо).

Найпоширенішими заходами щодо виходу підприємства з кризи є наступні:

- збільшення мобільності підприємницького капіталу;
- управління конкурентоспроможністю підприємства на ринку;
- розробка, впровадження та випуск нових продуктів;
- удосконалення бюджетного управління діяльністю підприємства;
- вдосконалення системи управління фінансовими потоками;
- активізація інноваційної діяльності;
- реструктуризація;
- перерозподіл майнових ресурсів тощо.

В умовах кризової ситуації вимоги до менеджерів усіх рівнів різко зростають, оскільки саме від якості та обґрунтованості управлінських рішень будуть залежати наслідки кризи для підприємства та його можливості до виживання та успішного функціонування на ринку.

Вирішення проблем, пов'язаних з ефективністю антикризового управління, залежить насамперед від впровадженої стратегії управління, яка повинна відтворювати процеси інтеграції виробництва, перегляду існуючої структури управління для найбільш ефективного впровадження стратегічних та оперативних заходів з подолання кризи.

Ващенко О. В., магістрант, гр. ПВМ-5, ФБСО
Науковий керівник: Ткачук Г. Ю., к.е.н.,
доц. кафедри менеджменту і підприємництва
Державний університет «Житомирська політехніка»

УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТНОМ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних ринкових умовах надзвичайно важко завоювати лідируючі позиції на ринку, але ще важче їх втримати. У динамічному світі, потреби споживачів постійно змінюються, і стає все складніше відповідати їх вимогам. Варто відзначити, що успіх для товаровиробника є вдало розроблена та запроваджена асортиментна політика, яка могла б як найповніше задовольнити побажання споживачів. Тому для будь-якого підприємства продумана і детально розроблена асортиментна політика є основою його стабільності, рентабельності, конкурентоспроможності і, в решті, визначає успіх підприємства на ринку. У разі відсутності збалансованості асортиментного портфелю підприємство втрачає свої переваги на ринку. Отже, враховуючи вищенаведене, основним завданням для підприємства є планування оптимального складу асортиментного ряду товарів.

Асортиментна політика передбачає певний курс дій товаровиробника або наявність у нього заздалегідь обґрунтованих принципів поведінки. Вона повинна забезпечити відповіді на питання з приводу формування асортименту та управління ним, підтримання конкурентоспроможності товарів на певному рівні, знаходженню для товарів оптимальних товарних сегментів, розробки та здійснення стратегії упаковки, маркування, обслуговування товарів [1, с.178].

Асортиментна політика має особливе значення в сучасних умовах розвитку економіки, оскільки сучасні споживачі висувають підвищені вимоги до якості, асортименту товару та зовнішнього оформлення товару [2]. Основні цілі асортиментної політики:

- збільшення обсягів реалізації товарів за рахунок оптимізації структури асортименту;
- підвищення економічної стійкості підприємства роздрібною торгівлі за рахунок гарантованого отримання прибутку внаслідок удосконалення асортименту товарів;
- залучення нових споживачів та вихід на нові сегменти ринку;
- зниження витрат, пов'язаних зі структурою асортименту;
- збільшення оборотності товарних запасів;
- оптимальне завантаження товарної площини та розташування товарів на полицях магазинів [2].

Для виявлення товарів, що мають найбільший попит передбачається проведення маркетингових досліджень [3]. На їх основі формується оптимальний набір продукції. Виділяють наступні фактори, що впливають на формування асортименту:

- загальні фактори: попит, рентабельність;
- специфічні фактори: сфера діяльності підприємства, спеціалізація підприємства, можливості виробництва та імпорту, стан матеріально-технічної бази підприємства.

Згодом підприємство розширює свій товарний асортимент. Існує два способи для розширення товарного асортименту: нарощування або насичення [3].

1. Нарощування асортименту відбувається тоді, коли підприємство виходить за межі того, що виробляє в даний час.

2. Насичення товарного асортименту за рахунок додавання нових моделей в його існуючих рамках.

Причини, по яких вдаються до насичення асортименту[4]:

- отримання додаткового прибутку;
- залучення не використовуваних виробничих потужностей;
- прагнення стати лідируючим підприємством з вичерпним асортиментом.

Отже, управління асортиментом підприємства є постійним та безперервним процесом, який залежить як від загальних так і від специфічних факторів. Без врахування яких підприємству не вдасться сформувати ефективний асортимент.

Список літератури:

1. Гаркавенко, С.С. Маркетинг : підручник. К. : Лібра, 2002. 712 с.
2. Гончар Л.А., Холодова О.Ю. Управління асортиментом і якістю товарів як підсистема торговельного підприємства. URL: <http://www.ukr.vipreshebnik.ru/torgovlya/4458-upravlinnya-asortimentom-i-yakistyu-tovariv-yak-pidsistema-torgovelnogo-pidpriemstva.html>
3. Діденко Є.О., Савельєв Д.С. Управління асортиментною політикою підприємства URL : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3910>
4. Красовська Т. В. Методичні засади формування механізму товарного асортименту на виробничих підприємствах. Економіка та держава. 2016. №2. С. 67-71.

Верстова В.Я.

Виговський В.Г., к.е.н., доц. кафедри менеджменту і підприємництва

Державний університет «Житомирська політехніка»

ВПЛИВ ОСОБИСТІСНИХ ЯКОСТЕЙ ТОП-МЕНЕДЖЕРІВ НА ВАРТІСТЬ ФІРМИ

Вплив особистих топ-менеджера вже давно визначили як важливий чинник формування і підтримки психологічної атмосфери у колективі, стратегічні цілі і їх досягнення, економічні показники та імідж фірми. Однак не таким очевидним було наступне: особисті якості генерального директора прямо впливають на ціну фірму на біржі.

Дане дослідження було проведене як продовження теорії «вищих ешелонів» Хембріка та Мейсона, які вивчали підходи до вивчення процесів прийняття стратегічних рішень в топ-командах. Вони дійшли висновку, що саме пізнання та цінності «домінуючої коаліції» фірми визначають стратегічний вибір організації. Вищі ешелони – це топ-менеджери. Рішення, які вони приймають відображають їх цінності і когнітивні особливості, які, у свою чергу, залежать від характеристик, що були обрані предметом дослідження (вік, освіта, досвід, сімейний стан тощо). Згідно до цього, результати бізнесу і якості менеджерів пов'язані.

Відповідно до їх теорії на цінність фірми впливають такі особисті якості генеральних директорів:

- високий рівень освіти;
- громадянство (місцеві результативніші за іноземців);
- зрілий вік (керівники старшого віку менше ризикують, є більш раціональними і розсудливими);
- попереднє місце роботи (колишній працівник фірми є кращим кандидатом аніж той, що не мав раніше до неї відношення, так як вже знає корпоративну культуру і цінності фірми);
- досвід роботи керівники;
- частка в компанії (співвласники бізнесу є більш відповідальними, адже ризикують власними інвестиціями та вкладеннями).

Нещодавні дослідження (2017 р.) були проведені в умовах країни, ближчої до нас як географічно, так і, певним чином, ментально, що дозволяє застосувати результати дослідження на українському ринку – в Росії. Вивчалися фірми-емітенти (організація або товариство, що має право і можливість випускати в маси цінні папери).

Дослідження було присвячене аналізу впливу особистих характеристик генеральних директорів на аномальну дохідність акцій російських компаній.

В процесі було дослідження було розглянуто 100 керівників компаній-емітентів. Для дослідження використовувалися дані з інтернет-бібліотек біографічних даних, спеціалізованих сайтів, електронна база ThomsonReuters та інформація з особистих сторінок у соціальних мережах (Facebook, Instagram).

Перевірявся вплив таких характеристик: вік, освіта, громадянство, наявність попереднього місця і досвіду роботи, кількості дітей, частки в бізнесі та часу перебування на керівній посаді.

Зв'язок між цими характеристиками і вартістю компаній визначалася за допомогою показника «надлишкова дохідність акцій», який позначає різницю між реальною і прогнозованою дохідністю і дозволяє виявити, недооцінені або переоцінені акції були під час керівництва певного директора.

Аналіз зв'язку проводився за двома моделями. Перша відображає так звану аномальну (вище очікуваної) дохідність акцій: чим вищим є цей показник, тим краще працює директор. Друга модель (з врахування індексу MISEX показує, виграють чи програють акції під управління конкретного CEO відносно ринку в цілому.

Результати показали лише часткову відповідність до закордонного досвіду. Не важливими для дохідності компаній виявилися громадянство, досвід керівництва і наявність частки в бізнесі.

У свою чергу, важливими виявилися вік, термін перебування на керівній посаді, кількість дітей і попереднє місце роботи.

Згідно з цим ідеальний кандидат на посаду CEO до фірми-емітенту такі:

- оптимальний вік – близько 50 років;
- досвід роботи 55 місяців (4, 5 роки);
- наявність 1 або 2 дітей;
- попередній досвід роботи на даній фірмі.

Висновком є те, що в умовах ринку, подібного до нашого, більш важливими є досвід, а не освіта, певний попередній зв'язок з фірмою, зрілий вік та досвід управління. В той же час, здавалося б, важливі характеристики, такі як освіта та частка на ринку мають значно менше значення.

Гладишук Я. А., магістрант, гр. ЗМО-20-1М, ФБСО
Науковий керівник: Орлова К. Є. к.е.н., доц. кафедри
менеджменту і підприємництва
Державний університет «Житомирська політехніка»

УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ СЕРЕДОВИЩА

Як відомо, у сучасному ринковому середовищі існування будь-якого підприємства, організації або установи неможливе без якісного та розумного управління. Важливим фактором забезпечення безперервного розвитку та досягнення високого рівня конкурентоспроможності суб'єкта господарювання є вміння оперативного та швидко реагувати на зміни як ззовні, так і зсередини організації. Відповідно до системного підходу управління кожна організація – це відкрита соціально-економічна система, цілісність та стійкість якої визначається елементами, з яких вона складається.

Сукупність таких елементів формує внутрішнє середовище організації. Його проектування і створення здійснюється з огляду на специфіку діяльності організації, коло її споживачів, ринкову кон'юнктуру, умови господарювання тощо.

Ключовим завданням системи менеджменту при формуванні внутрішнього середовища організації є забезпечення відповідності характеристик його найважливіших компонентів умовам зовнішнього середовища, в яких організація функціонує. Внутрішнє середовище представляє собою сукупність чинників, що створюються і контролюються безпосередньо організацією. Складові внутрішнього середовища суб'єкта господарювання безпосередньо впливають на його ефективність, основними з таких складових є: стратегія, цілі, завдання, структура, технологія, персонал, організаційна культура тощо.

Окрім цього, важливими факторами впливу на діяльність організації є чинники зовнішнього середовища (організаційне оточення). Це сукупність факторів, що перебувають поза межами організації та з якими вона взаємодіє.

Зовнішнє середовище є джерелом забезпечення організації ресурсами, що є необхідними для формування та розвитку її внутрішнього потенціалу на рівні, необхідному для досягнення цілей.

Формування стратегії і тактики майбутньої поведінки організації визначає необхідність обізнаності її керівництва щодо стану та динаміки чинників як внутрішнього, так і зовнішнього середовища, їх потенціалу, а також розуміння місця своєї організації в середовищі. Розрізняють зовнішнє середовище прямого і непрямого (опосередкованого) впливу.

Середовище прямого впливу включає фактори, які безпосередньо впливають на операції організації й випробовують на собі прямий вплив операцій організації. До цих факторів варто віднести постачальників, трудові ресурси, споживачів і конкурентів.

Середовище непрямого впливу включає фактори, які можуть не здійснювати прямого негайного впливу на операції, проте, позначаються на них: політичні й соціокультурні фактори, стан економіки, міжнародні події, науково-технічний прогрес тощо.

Зовнішнє та внутрішнє середовище будь-яких організації, фірми або підприємства тісно взаємопов'язані: з одного боку, внутрішнє середовище створюється під впливом та на базі врахування факторів зовнішнього середовища, з іншого – відбувається адаптація до зовнішнього середовища за допомогою чинників внутрішнього середовища.

Отже, враховуючи важливість швидких та оперативних дій зі сторони керівництва організації, спрямованих на подолання прогалин, утворених у зв'язку з непередбачуваними обставинами, доцільно розглянути шляхи адаптування до даних змін у найменш болючій для організації формі. Об'єктом дослідження виступив заклад вищої освіти Державний університет «Житомирська політехніка».

Однією з найсуттєвіших змін, які склалися у 2020 році, стала поява нової інфекційної хвороби, яка швидко розповсюдилася по всьому світу та розвинулась до пандемії. Пандемію цієї хвороби Всесвітня організація охорони здоров'я (ВООЗ) визнала надзвичайною ситуацією в галузі міжнародної охорони здоров'я. Щоб уникнути стигматизації, пов'язаної з географічним регіоном, де виникли перші випадки захворювання, а також з расовою приналежністю чи певною етнічною групою, ВООЗ затвердила зрештою офіційну назву захворювання як «коронавірусна хвороба 2019 (COVID-19)».

Відомо, що від даних зовнішніх непередбачуваних подій постраждала практично кожна ланка бізнесу як на мікро-, так і на макрорівні. Економічна ситуація по всьому світу значно ускладнилася з введенням жорсткого карантину та повним або частковим зупиненням діяльності підприємств, установ, організацій тощо. За оновленим прогнозом МВФ, у 2020 році світовий ВВП скоротиться на 4,9%. Ще у квітні цього року експерти фонду оцінювали щогорічне падіння у 3%.

Загалом, за підрахунками фонду, через коронавірусну кризу світова економіка втратить 12,5 трильйонів доларів. Розвинені економіки зазнають ще більшого удару – їхні ВВП скоротяться на 8%. Це

Секція 3. Сучасні тенденції розвитку теорії та практики менеджменту в глобальному конкурентному середовищі

на майже 2% більше, ніж у попередньому прогнозі. Для економік, що розвиваються, новий прогноз – мінус 3%.

Таким чином, вперше для всіх регіонів світу економічний прогноз є негативним. До цього додався «катастрофічний удар» по ринку праці. МВФ наводить дані Міжнародної організації праці, згідно з якими скорочення робочого часу у першому кварталі 2020 проти четвертого кварталу 2019 можна порівняти із втратою 130 мільйонів повноцінних робочих місць у світі. Але другий квартал понад удвічі погіршив цей показник – був втрачений еквівалент 300 мільйонів робочих місць.

Ця цифра є дуже важливою для України з огляду на те, що її економіку вважають орієнтованою на експорт. Це означає, що саме світова торгівля багато у чому визначає, які доходи отримують українські виробники та скільки податків до бюджету вони можуть сплачувати.

Даний період багато вчених окреслило як глобальну фінансову кризу 2020 року. Вона не поступається попередній кризі, яка спостерігалася у 2008 році, але думки вчених розділилися стосовно прогнозування її тривалості, адже багато що залежить від факторів, пов'язаних з COVID-19.

Відповідно до інформаційно-аналітичного збірника 2020 від Міністерства освіти і науки України, Уряди більшості країн виявилися не готовими до такої масштабної пандемії, їхні практичні заходи формувалися ситуативно. Для протидії поширенню COVID-19 практично в усьому світі заклади освіти були тимчасово закриті.

В Україні, за практикою зарубіжних країн, заклади освіти також були тимчасово закриті, 2019/2020 навчальний рік було завершено у дистанційному режимі. Дистанційний режим навчання, нові вимоги до забезпечення освітнього процесу стали викликом для вітчизняної системи освіти. Пандемія вплинула на звичні режими життя студентів, їх родин, викладачів, зумовила далекоюсяжні економічні та суспільні наслідки, загострила низку соціально-економічних питань.

Уряд України досить швидко та адекватно відреагував на нові виклики, здійснив заходи, необхідні для забезпечення неперервності освітнього процесу. З метою успішного старту 2020/2021 н. р. та забезпечення безперервності освітнього процесу Міністерством освіти і науки України спільно з Міністерством охорони здоров'я України було розроблено рекомендації щодо організації роботи закладів освіти в умовах пандемії, які регламентують порядок здійснення підготовчих заходів щодо відновлення освітнього процесу.

Метою керівництва Державного університету «Житомирська політехніка» стало дотримання поставлених вимог, а також забезпечення проведення освітнього процесу з мінімальними втратами та максимально плавним переходом навчання на оптимальне як зі сторони якості надання освітніх послуг, так і зі сторони забезпечення безпеки життєдіяльності і уповільнення розповсюдження хвороби. Відповідно до наказу 136/од від 11 березня 2020 року здобувачів освіти було переведено на дистанційне навчання. Для співробітників університету дана подія стала свого роду викликом, адже не кожен був готовий до повної діджиталізації роботи з залученням нових технологій, а також елементарно не мав зв'язку з усіма студентами.

Варто зауважити, що в університеті була запущена принципово нова платформа portal.ztu.edu.ua для співробітників університету, а також у кожного здобувача освіти з'явився Особистий кабінет студента, прив'язаний до вищезазначеної платформи. Дані впровадження дозволили налагодити зв'язок викладач-студент, спростили подачу інформації, але досі знаходяться на стадії розробки і постійних оновлень, додаючи нові функції для полегшення освітнього процесу з боку надання оперативної інформації.

Університет зумів вдало завершити 2019/2020 навчальний рік завдяки результативно проведеній управлінській роботі, а також якісно підбраному викладацькому складу, готовому до оперативних змін у наданні освітніх послуг. Одним з нових випробувань стала Вступна кампанія 2020, яка також була проведена з дотриманням усіх санітарно-гігієнічних норм та вимог, університет зумів набрати близько двох тисяч абітурієнтів, які з кінця вересня змогли розпочати навчання у статусі студента Житомирської політехніки.

Новий 2020/2021 навчальний рік перші курси розпочали у кінці вересня, студенти за освітнім ступенем «магістр» практично з початку року перейшли на навчання з використанням дистанційних технологій, поступово студентів вищих курсів освітнього ступеня «бакалавр» також переведено на змішаний тип навчання, який передбачає як елементи звичних занять, так і дистанційних. Окрім цього, розклад занять побудовано у розрахунку на розведення здобувачів освіти по часу за умови перебування в університеті обмеженої кількості осіб. Було впроваджено декілька алгоритмів дій відповідно до рекомендацій МОЗ щодо виникнення ситуацій виявлення особи з підтвердженням COVID-19.

Отже, керівництво університету побудувало чітку тактику на новий навчальний рік, яка успішно діє в умовах пандемії, вирішуючи нагальні питання, визначені сучасним зовнішнім середовищем.

Вирішення питань, пов'язаних із адаптацією діяльності організації до зміни факторів зовнішнього середовища, є нагальним та вкрай важливим завданням менеджменту у контексті зростання рівня невизначеності та динамізму середовища функціонування вітчизняних суб'єктів господарювання.

Грищенко Ю. А., студентка гр. МО-61к
Рудницький Г. О., магістрант гр.ФБСМ-4
Науковий керівник: Виговський В.Г. к.е.н.,
доц. кафедри менеджменту і підприємництва
Державний університет «Житомирська Політехніка»

УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В АСПЕКТАХ ПІДВИЩЕННЯ СТІЙКОСТІ І НАДІЙНОСТІ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАВОК

В даний час можна спостерігати процеси росту невизначеності зовнішнього середовища компаній і зниження керованості ланцюгів поставок через зростання їх складності та глобалізації бізнесу. Початковий етап формування ринку логістичних послуг в Україні, недостатньо повне використання вітчизняними підприємствами логістичних принципів і застосування відповідного інструментарію для координації та інтеграції усіх видів логістичної діяльності, незадовільні стан і темпи розвитку транспортної та складської інфраструктури, складна економічна і політико-правова ситуація створюють для суб'єктів господарювання нестабільне середовище ведення підприємницької діяльності. У таких умовах підприємства в процесі своєї господарської діяльності неодноразово стикаються з ризиковими ситуаціями, які призводять до негативних наслідків.

Термін «ризик» зазвичай використовують для опису невизначеності в ситуації, коли фактичний результат якої-небудь дії точно невідомий і передбачається, що він буде визначений в результаті випадкового вибору з декількох можливих варіантів, розподіл яких відомий. Поняття «логістичний ризик» вказує на різні підходи щодо визначення центрального елементу, що призводить до його виникнення. Серед них виділяють такі ризикотвірні чинники, як небезпека виникнення затримки в роботі ланцюга постачання, порушення термінів постачання, порушення в роботі однієї або декількох ланок ланцюга, ситуація, що пов'язана з можливістю виникнення збоїв у русі потоків різних ресурсів і т.д. У загальному випадку при управлінні ризиками в ланцюгах поставок передбачається, що ризики виникають під впливом мінливого зовнішнього і внутрішнього середовища, що формується різними факторами невизначеності. Кожен фактор невизначеності може викликати ризикову подію в майбутньому.

Для логістичного ризику характерними ознаками: невизначеність, яку прийнято вважати джерелом ризику, це стан повної або часткової відсутності інформації щодо розуміння або знання події, його наслідків або ймовірності; суперечливість полягає в тому, що, з одного боку, ризик орієнтується на отримання результатів шляхом використання нових технологій, з іншого – ризик свідчить про неминучість конкретного вибору в даний момент часу; альтернативність характеризується тим, що завжди в питаннях ризику є два або кілька варіантів подальших дій.

Управління ризиками передбачає кілька ключових етапів, першим з яких є ідентифікація ризиків, з якими може зіткнутися ланцюг поставок.

До поширених логістичних ризиків в ланцюгах поставок відносять:

- ризики, пов'язані безпосередньо з транспортуванням вантажу на конкретному транспортному засобі, включаючи поломку рухомого складу, дорожньо-транспортні пригоди, викрадення або пропажу транспортного засобу, вибухи, пошкодження при навантаженні, укладанні, вивантаженні, пошкодження тари, втрату або неправильне оформлення документів;
- ризики втрати якості або пошкодження вантажу при зберіганні, складуванні та інших операціях на складах і при підготовці до відвантаження;
- ризики, пов'язані із затримкою вантажу при митному оформленні імпорту-експорту.

При ідентифікації важливо виділити фактори, які впливають на величину невизначеності і ризик: характеристики товару і його упаковки, кошти транспортування, особливості логістичної інфраструктури, час циклу виконання замовлення, вид маршруту при доставці вантажу. Ідентифікація ризику дозволяє згодом отримати кількісну і якісну оцінку ризику - оцінку ймовірності настання небезпеки, прогнозування ймовірності рівня втрат в ланцюзі постачань і їх вартісної або натуральної величини.

Для більш повного визначення спектру можливих ризиків необхідно розуміти потенційні джерела їх появи - з цієї причини важливо формування класифікації, яка є обов'язковим інструментом ризик-менеджменту. Одна з популярних класифікацій ризиків ланцюгів поставок, де виділяються такі їх групи:

- ризики постачання - матеріальний потік в заданому об'єкті ланцюга поставок не відповідає параметрам якості, кількості і часу;
- ризики внутрішніх процесів, до яких відносяться ризики як виробництва, так і розподілу - параметри відповідних потоків за часом, якістю та кількістю;
- ризики попиту - пов'язані з тим, що реальний попит може виявитися більше або менше прогнозного значення, що веде відповідно або до зниження рівня сервісу, або до надлишкових запасів в ланцюзі;

Секція 3. Сучасні тенденції розвитку теорії та практики менеджменту в глобальному конкурентному середовищі

- ризики контролю - пов'язані з якістю товарів і послуг в ланцюзі постачань, який може бути виражений через відсоток браку;

- ризики довкілля - політичні, економічні, соціальні, законодавчі та ін.

Здійснивши ідентифікацію ризиків ланцюгів поставок, та отримавши кількісну та якісну оцінку ризиків. Ми маємо можливість здійснити аналіз ризику, який передбачає визначення ступеня можливості виникнення ризику і величини втрат.

Аналіз ризику, проводять у такій послідовності:

1. визначення внутрішніх та зовнішніх чинників;
2. аналіз виявлених чинників;
3. оцінювання певного виду ризику;
4. встановлення допустимого ступеня ризику;
5. аналіз окремих операцій щодо обраного ступеня ризику;
6. розробка заходів щодо зниження ступеня ризику.

Під час аналізу ризику необхідно зважати на такі важливі обставини: обсяги втрат від різних видів ризику не залежать один від одного, реалізація певного виду ризику не обов'язково збільшує або знижує ймовірність виникнення іншого, максимально можливі втрати в разі реалізації конкретного ризику не повинні перевищувати фінансових можливостей підприємства.

Тільки за наявності ідентифікації, оцінки та повного аналізу ризиків ланцюгів поставок, можливе ефективне управління логістичних ризиків. Логістика ризику орієнтована на пошук і застосування методів управління потоками, що дозволяють збільшити потенціал наявних ресурсних можливостей і їх рентабельність.

Принципи формування системи управління ризиками в ланцюгах поставок. Традиційний підхід до управління ризиками ґрунтується на виділенні ризиків на рівні проектів, підрозділів підприємства або окремих учасників логістичних ланцюгів. Відсутність системного розуміння ризиків чинить негативний вплив на ефективність процесу.

Формування системи управління ризиками в логістиці здійснюється на основі наступних принципів:

- Синергічність застосування системного підходу до організації процесу управління ризиками. Це підвищує ступінь взаємодії підсистем управління ризиками на рівні функціональних підрозділів або ділянок ланцюгів поставок і знижує витрати ресурсів.

- Динамічність. Зміст етапів процесу і вибір комплексу методів управління визначаються станом охоплюються процесів.

- Надійність. Забезпечення безвідмовності та безпеки функціонування логістичної системи.

- Інтеграція. Формування тісних внутрішніх і зовнішніх системних зв'язків між функціональними підрозділами і логістичними ланками.

- Інформаційне забезпечення. Місце аналітичної підсистеми, яка містить відомості про стан системи, результати кількісної та якісної оцінки ризиків, застосовуваних механізмах управління.

- Доцільність. Визначення оптимального співвідношення величини інтегрального ризику та витрат, необхідних для управління.

- Оптимальність управління. Пошук і вибір максимально ефективних рішень з безлічі альтернативних варіантів.

У цілому організація управління ризиками в ланцюгах поставок повинна здійснюватися шляхом пошуку оптимального балансу між ухиленням від ризикових факторів та їх використанням для досягнення цільових показників надійності, якості та економічної ефективності.

Отже, управління ризиками в логістичній системі є істотним чинником успішного бізнесу. Ланцюг поставок являє собою інтегровану структуру, в рамках якої організація об'єднує зусилля зі своїми постачальниками, щоб ефективно довести продукцію до своїх споживачів. Управління ризиками – один з найважливіших аспектів забезпечення сталого функціонування і розвитку логістичної системи підприємства. Тому для підвищення ефективності управління ланцюгами поставок необхідне дотримання ключових елементів (SCRM). Оскільки усі елементи утворюють «симбіоз» та дають чітку уяву про стан та ступінь ризику, їх застосування при формуванні управління ризиками дасть можливість здійснювати ефективну організацію логістичних процесів у відповідних ланках ланцюгів поставок.

Список використаних джерел:

1. Системний аналіз ризиків у логістичній діяльності промислового підприємства. Науковий вісник. Стаття. / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2016/17-2016/13.pdf>

2. Управління ризиками в аспектах підвищення стійкості і надійності ланцюгів поставок. Підручник для студентів. Управління ланцюгами поставок. / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://stud.com.ua/68537/logistika/upravlinnya_rizikami_aspektah_pidvischennya_stiykosti_nadiynosti_lantsyugiv_postavok

**Дашкевич Т. В., магистр економічних наук,
старший преподаватель
Брестский государственный технический университет**

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ ГАЗОВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Эффективная работа всех отраслей, входящих в топливно-энергетический комплекс Республики Беларусь, имеет важное значение в обеспечении бесперебойного функционирования экономики страны в целом и высокого уровня доходов общества, его материального благосостояния.

Одной из составляющих топливно-энергетического комплекса Республики Беларусь является газовая отрасль, которая в последние годы стала активно развиваться.

В настоящее время Республика Беларусь является одной из самых газифицированных стран в мире. Природным газом газифицированы все 113 городов и 118 районных центров, 88 из 89 поселков, 66 % агрогородков. Уровень газификации квартир достигает 78 % [1, 3].

Газовая отрасль Республики Беларусь включает в себя:

- газотранспортную систему, которая состоит из магистральных трубопроводов, по которым газ следует до хранилищ или транзитом;

- газораспределительную систему, которая осуществляет поставку газа конечным потребителям.

Республика Беларусь осуществляет добычу природного газа, однако объемы ее являются незначительными, в общем его количестве и не могут обеспечить весь спрос как со стороны населения, так и со стороны организаций. Большая часть его импортируется из Российской Федерации (таблица 1). Это свидетельствует о энергетической зависимости Республики Беларусь от внешних поставок. Страна входит в двадцатку наиболее энергозависимых стран мира, так как обеспеченность собственным природным газом составляет всего 2 % [2, 3].

Таблица 1

Баланс природного газа на 2017-2019 гг., млн.м³ [2]

Показатели	2017 год	2018 год	2019 год
Производство (добыча)	205	211	218
Импорт:	19014	20330	20261
Российская Федерация	19014	20330	20261
Потреблено в Республике Беларусь	19452	20633	20473

Газовая промышленность Республики Беларусь обладает рядом специфических особенностей, которые определяют принципы ее функционирования:

- необходимость значительных капиталовложений в проекты, направленные на развитие газовой отрасли;

- долгосрочный характер реализации проектов, связанных с развитием и функционированием газовой промышленности;

- предприятия газовой отрасли находятся под жестким государственным контролем, и их деятельность регулируется специальными государственными органами;

- работа предприятий газовой промышленности осуществляется в условиях регулируемых цен и тарифов;

- на предприятиях лежит значительная социальная ответственность за надежное газоснабжение и газообеспечение потребителей;

- изменчивость белорусского законодательства, регулирующего данное направление;

- широко разветвленная инфраструктура предприятий газовой промышленности;

- несогласованность бизнес-процессов, неразвитость управленческого учета, риск-менеджмента, недостаточное внимание со стороны руководства этим направлением;

- склонность к тоталитарно-бюрократическому управлению;

- отсутствие системы стратегического менеджмента [2, 4].

На современном этапе активная модернизация отрасли направлена на формирование единой системы газоснабжения на основе совершенствования организационной структуры.

В связи с вышеизложенным, в основе модели стратегического управления развитием организаций газовой отрасли Республики Беларусь должны лежать методические подходы, позволяющие учесть все вышеперечисленные особенности и решить задачи, связанные с развитием данного направления.

Согласно мнению О.С. Виханского, стратегическое управление — это такое управление организацией, которое опирается на человеческий потенциал как основу организации, ориентирует производственную деятельность на запросы потребителей, гибко реагирует и проводит своевременные изменения в

организации, отвечающие вызову со стороны окружения и позволяющие добиваться конкурентных преимуществ, что в совокупности дает возможность организации выживать в долгосрочной перспективе, достигая при этом своих целей [5].

Организации газовой промышленности на современном этапе внедряют и реализовывают меры, которые направлены на стратегическую устойчивость и эффективность текущего функционирования. Для этого используются такие инструменты как эффективная структурная организация, реалистичная производственная программа, четкое управление финансовыми потоками, нацеленность на инновации.

На современном этапе разработаны общие принципы, методы и инструменты эффективного стратегического управления предприятиями государственного сектора, однако их неадаптированное применение на предприятиях газовой промышленности не может быть осуществлено в силу белорусской специфики и особой среды функционирования хозяйствующих субъектов ТЭК.

Учесть все особенности и требования газовой промышленности Республики Беларусь способна методика стратегического управления – система сбалансированных показателей. Эта система позволит связать стратегию отдельных организаций газовой промышленности с основными приоритетами развития всей областной экономики страны.

Сбалансированная система показателей, предложенная в начале 1990-х годов американскими специалистами в области стратегического менеджмента Робертом Капланом и Дэвидом Нортон.

С помощью сбалансированной системы показателей организации могут количественно оценить свои важнейшие нематериальные активы – людей, информацию, культуру.

Сбалансированная система показателей сохраняет традиционные финансовые параметры, которые отражают исторический аспект уже свершившихся событий. Это очень важно для предприятий промышленной эпохи, для которых инвестиции в долгосрочные потенциальные возможности и взаимоотношения с клиентами не были определяющими с точки зрения достижения успеха. Однако такие критерии не годятся для управления и оценки деятельности компаний в век информации, которая направлена на создание стоимости посредством инвестирования в клиентов, работников, производство, технологию и инновационные проекты. Показатель успеха государственных организаций – это эффективность, с которой они действуют на своей территории и в соответствующих группах населения. Цели в данном случае имеют реальный результат, финансы носят финансовый или ограничительный характер [6].

Предприятия газовой промышленности являются открытыми системами, на которые воздействует большое количество факторов внешней среды. Система сбалансированных показателей позволяет учесть данные требования путем разработки комплекса специальных показателей, которые соотнесены с различными аспектами деятельности предприятий.

Все основные отрасли топливно-энергетического комплекса Республики Беларусь являются динамически развивающимися и имеют важное значение для экономики страны в целом. При использовании эффективных новейших технологий они способны в достаточном объеме обеспечить потребителей энергоресурсами.

Литература

1. ГПО «Белтопгаз» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.topgas.by>.
2. Статистические данные о результатах деятельности предприятий топливно-энергетического комплекса Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>.
3. Дашкевич Т.В. Инновационное развитие топливно-энергетического комплекса Республики Беларусь// Экономика и управление: социальный, экономический и инженерный аспекты: сб. науч. статей I Межд. науч.-практ. конференции УО БрГТУ, Брест, 22-23 ноября 2018; редкол.: В.В. Зазерская. - Брест: Изд-во БрГТУ, 2018.- с.131-135.
4. Министерство энергетики Республики Беларусь: законодательство [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://minenergo.gov.by>.
5. Виханский О.С. Стратегическое управление: Учебник, 2-е изд. перераб. и доп. – М.: Гардарики, 2010. – 296 с.
6. Каплан Р.С., Нортон Д.П. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. – 3-е изд. – М.: Олимп-Бизнес, 2019. – 320 с.

**Дуль М.А., студентка 4 курсу,
Научный руководитель: Филиппова Т.В., ассистент, м.э.н.,
Брестский государственный технический университет**

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Методы управления персоналом – это совокупность приемов и способов воздействия на управляемый объект для достижения поставленных организацией целей.

В зависимости от типа организации и выбранной HR-стратегии, обычно разделяют три вида методов:

- административные;
- экономические;
- социально-психологические.

Современные методы управления персоналом:

1) Более качественное, разнообразное и гибкое обучение. Составляющие:

- Использование более разнообразных форматов обучения. Например, вебинаров, выездных тренингов, мини-тренингов внутри компании, развития корпоративной библиотеки.

- Задействование более гибких форматов. Прохождение онлайн-курсов в записи, участие в мастер-группах, отсроченные задания.

- Повышение уровня требований к качеству обучения. Руководители и HR компании, в целом, оценивают программы, тренеров, консультантов строже, по перечню индивидуальных критериев.

2) Планирование персонального карьерного пути. Карьерных лестниц недостаточно. Важно учитывать сильные и слабые стороны конкретного сотрудника, его уровень притязаний и амбиций, его персональные цели.

Индивидуальные беседы, обсуждение карьерных перспектив конкретного сотрудника в данной компании помогает определить его карьерный путь, выбрать направления повышения квалификации, акцентировать внимание на главных результатах, которые компания ждет от него.

Конечно, это не так-то просто реализовать, зато метод приносит свои ощутимые результаты, удается установить реальное доверие.

3) Обновление кадровых политик. Во многих случаях это даже не обновление, а именно замена. Убирают устаревшие формулировки, включают обновленные ценности компании. Какие-то формулировки становятся более гибкими, какие-то, наоборот, дополняются конкретикой.

4) Help-management. От директивных указаний переходят к содействию, участию. Когда сотрудник сталкивается с новой или просто сложной задачей, особенно ограниченной в сроках, то ему оказывают поддержку. Спрашивают, какая помощь нужна со стороны HR и руководства.

5) Вклад в бренд компании-работодателя. Все труднее привлечь талантливых, опытных сотрудников. А еще труднее их удержать в компании. Как раз долгосрочные вложения в имидж, бренд компании-работодателя частично помогают решить данные проблемы. Компании осознали важность развития кадрового бренда.

Сегодня усилия по развитию этого бренда становятся более системными. В ряде случаев компании целенаправленно работают на определенные ниши потенциальных сотрудников, которые им интересно привлечь. Продуманный и транслируемый бренд работодателя со всеми его составляющими как раз помогает дать ответ на вопрос: «Зачем и почему мне работать именно здесь, а не в аналогичной компании с тем же уровнем заработка?»

6) Активное использование гибких форм занятости. Выведение направлений и функций в аутсорсинг. Пользование услугами фрилансеров. Перевод сотрудников на удаленную работу, на гибкий график.

Компании становятся более изобретательными в плане задействования «гибких рабочих мест». Графики становятся более продуманными, благодаря чему сотруднику проще балансировать между рабочими обязанностями и личной жизнью. Что немаловажно - без ущерба для результата работы его компании.

7) Поддержание и развитие креативного офисного пространства. Обеспечивают более комфортный отдых сотрудников, создавая им приятные лаунж-зоны, «спортивные уголки». В компаниях появляется больше мест, где можно спокойно обсудить проект. Переговорные комнаты оснащают не только базовыми инструментами, «но и дополнительными. От многих сотрудников ждут не только выполнения «конвейерных» обязанностей, а именно прорывных идей, оптимизации процессов, ярких событий.

8) Гибкий менеджмент. Управление персоналом и его развитием все больше строится на принципах прозрачности, открытости. Активнее используется инструмент обратной связи, причем, эта обратная связь действительно учитывается. Как бы банально не звучала фраза «индивидуальный подход», но именно в ней и заключается гибкость кадрового менеджмента. Вкупе с открытостью в долгосрочной перспективе это дает свои результаты.

Литература

1. Воленко К.В. Управление персоналом: Учебник/М.: Дашков и К°. -2019. -374 с.

Ігнатова Н.П., магістрант, 2 курс, гр. ЗМОЗ-19-М, ФБСО
Науковий керівник: Пашенко О.П. к.е.н., доцент
кафедри менеджменту і підприємництва
Державний університет «Житомирська політехніка»

ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ВІТЧИЗНЯНОЇ ДЕРЖАВНОЇ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ В СФЕРІ МЕДИЦИНИ

В сучасних умовах розвитку української державності з урахуванням взятого курсу на інтеграцію до європейського співтовариства вироблення та реалізація політики ефективного кадрового забезпечення усіх сфер господарства, у тому числі соціально-гуманітарної сфери, і, зокрема, сфери охорони здоров'я, вбачається одним із пріоритетних завдань. Вироблення та реалізація сучасної кадрової політики України в усіх сферах суспільної діяльності потребує ефективної кадрової системи, що включає сукупність кадрових інститутів та організаційних структур, які здійснюють цілісне управління кадровими процесами, з метою досягнення визначених пріоритетів розвитку суспільства. Пропонуємо під державною кадровою політикою розуміти стратегічну діяльність держави, яка реалізується через планування формування, розвитку та раціонального використання кадрів, прогнозування тенденцій на ринку праці, визначенням цілей і пріоритетів кадрової діяльності.

Відповідно до цієї Стратегії державної кадрової політики на 2012-2020 рр., реалізація державної кадрової політики має бути спрямована на досягнення:

- в соціальному аспекті - високого рівня розвитку людського потенціалу держави, задоволення очікувань населення щодо професійної самореалізації, гідної оплати праці;
- в економічному аспекті - забезпечення всіх галузей суспільного виробництва кваліфікованими кадрами, зростання конкурентоспроможності держави, підвищення рівня добробуту населення;
- в інституційному аспекті - удосконалення нормативно- правової бази з метою запровадження новітніх підходів у кадровому менеджменті;
- в організаційному аспекті - розбудови системи управління трудовими ресурсами на засадах соціального діалогу та партнерства держави і суб'єктів підприємницької діяльності [1].

Ефективне виконання державою своїх функцій неможливе без професійних кадрів, які є головним потенціалом країни. Дієва кадрова політика є одним із потужних інструментів реформування, вона визначає місце і роль кадрів у суспільстві, мету, завдання, найважливіші напрями і принципи роботи державних структур з кадрами, головні критерії їх оцінки, шляхи удосконалення підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації медичних працівників, раціональне використання кадрового потенціалу України. Адже саме від наявності кадрів, їхнього професіоналізму, у першу чергу, залежать якість та своєчасність надання медичної допомоги. Тому вироблення національної кадрової політики у сфері охорони здоров'я є нагальною необхідністю і умовою успішного запровадження реформ [2,3].

З огляду на вищезазначене, стратегічними цілями кадрової політики у сфері охорони здоров'я є:

- у соціальному аспекті - досягнення високого рівня розвитку людського потенціалу держави, забезпечення рівня популяційного здоров'я, що підтверджуватиметься високими рівнями індексу людського розвитку та індексу здоров'я; задоволення очікувань медичних працівників щодо професійної самореалізації, гідних умов праці, у тому числі її оплати;
- в економічному аспекті - на забезпечення сфери охорони здоров'я кваліфікованими кадрами, підвищення рівня добробуту населення, конкурентоспроможності держави в цілому та на міжнародному ринку надання медичних послуг;
- в інституційному аспекті - на вдосконалення нормативно-правової бази з метою запровадження новітніх підходів у кадровому менеджменті у сфері охорони здоров'я з урахуванням вимог Європейського Союзу;
- в організаційному аспекті - на розбудову системи управління трудовими ресурсами у сфері охорони здоров'я на засадах соціального діалогу та партнерства держави і суб'єктів підприємницької діяльності [4].

Список використаних джерел:

1. Стратегія державної кадрової політики на 2012-2020 роки, Указ Президента України від 1 лютого 2012 року № 45/2012. - Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/45/2012>.
2. Москаленко В. Ф. Глобальні та національні проблеми кадрових ресурсів охорони здоров'я / Москаленко В.Ф., Грузєва Т.С. // Главный врач. - 2007. - № 1. - С. 32-40.
3. Москаленко В. Ф. Наукові перспективи формування кадрових ресурсів охорони здоров'я в Україні на етапі розвитку первинної медико-санітарної допомоги / Москаленко В.Ф., Латишев Є.Є., Ледошук Б.О. // Охорона здоров'я України. - 2008. - № 2. - С. 20-29.
4. Короленко В.В., Юрочко Т.П. Кадрова політика у сфері охорони здоров'я України в контексті європейської інтеграції. - К., 2018. - 96 с.

Кіріна І.В., студентка
Науковий керівник: Корват О.В., доцент, к.е.н, доц.
Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Посилення конкуренції внаслідок глобалізації та цифровізації економіки потребує розвитку теорії і практики управління підприємствами. Одними з ключових понять менеджменту є «конкурентоздатність» і «конкурентоспроможність», які вітчизняні науковці використовують як тотожні категорії. Така проблема виникає в результаті перекладу з інших мов, тому потребує розв'язання.

Аналізу сутності конкурентоздатності присвячено праці багатьох науковців, зокрема М. Мескона [1], М. Портера [2], О. Дейнеги [3]. Розглянемо детально зміст категорії та сформулюємо відмінні характеристики цього поняття, що виникають під час перекладу.

Відповідно до етимологічного словника української мови, поняття «конкурентоздатність» і «конкурентоспроможність» мають спільний корінь, який походить від слова «конкуренція», що означає суперництво, змагання, зіткнення [4, с. 551]. Для проведення порівняльного аналізу, розглянемо другу частину кожної з категорій. В академічному тлумачному словнику «здатний» визначається як той, що може, уміє здійснювати щось, має певні здібності [5, с. 453], а «спроможний» - це той, який має здатність, можливість виконувати, здійснювати чи робити що-небудь [5, с. 1378]. Тобто спроможність – це можливість реалізувати свої уміння, а здатність – наявність здібностей для досягнення поставленої мети. Таким чином, можемо порівняти поняття «конкурентоздатність підприємства» та «конкурентоспроможність підприємства». Конкурентоздатність – наявність у суб'єкта господарювання властивостей, що необхідні для перемоги в конкурентній боротьбі, а конкурентоспроможність – можливість підприємства, організації вести конкурентне змагання.

Одним із небагатьох економістів, які чітко розділяють ці поняття, є О. В. Дейнега, який надає такі визначення аналізованим категоріям: конкурентоспроможність – це комплекс характеристик об'єкта (товару, підприємства, регіону, країни), який визначає його потенційний результат на ринку; конкурентоздатність – це здатність певного об'єкта (товару, підприємства, регіону, країни) витримувати конкуренцію порівняно із аналогічними об'єктами на ринку [3, с. 62]. За допомогою аналізу змісту та сутності категорій, наданих у працях провідних економістів, серед яких М. Мескон [1], М. Портер [2], та словниках української мови [4; 5] автором було сформовано характерні риси конкурентоздатних і конкурентоспроможних підприємств (табл. 1).

Таблиця 1

Характерні риси конкурентоздатних і конкурентоспроможних підприємств

Риси конкурентоспроможних підприємств	Риси конкурентоздатних підприємств
1. Наявність внутрішніх переваг підприємства 2. Ефективне використання наявних ресурсів 3. Розвиток та удосконалення товарів і послуг	1. Здатність перемогти конкурентів завдяки наявним внутрішнім перевагам 2. Ефективне використання наявних ресурсів 3. Здатність перемогти конкурентів завдяки розвитку та удосконалення товарів і послуг

Таким чином, характерні риси понять «конкурентоздатність» і «конкурентоспроможність» схожі між собою, адже в обох випадках підприємства прагнуть перемогти в конкурентній боротьбі. Проте конкурентоздатні суб'єкти господарювання мають здатність до перемоги, тому що використовують можливості у вигляді внутрішніх переваг, ефективного використання ресурсів і постійного вдосконалення.

Список використаних джерел

1. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента : уч. пособ. Москва : Дело, 1997. 704 с.
2. Портер М. Конкуренция : уч. пособ. Москва : Издательский дом «Вильямс», 2000. 495 с.
3. Дейнега О.В. Методологічні аспекти оцінювання конкурентоздатності підприємств. *Наук. праці Вінницького нац. техн. ун.-ту*. 2008. С. 61–68. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/VNULP/Logistyka/2008_623/10.pdf.
4. Етимологічний словник української мови : у 2 т. / уклад. Н. С. Родзевич та ін. Київ : Наукова думка, 1985. Т.2. 572 с.
5. Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. і гол. ред. В. Т. Бусел. Ірпінь : ВТФ «Перун», 2005. 1728 с.

Ковальчук О.А., здобувач кафедри менеджменту і туризму
Тарасюк Галина Миколаївна, д.е.н, проф.
Державний університет «Житомирська політехніка»

ФОРМУВАННЯ БРЕНДИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

За останні роки, тема брендингу набула широкого розповсюдження. Важливо розвивати, просувати та підтримувати будь-який бренд: товар або послугу, персону, організацію, місто чи країну. Правильно створений бренд дає змогу отримати лояльних покупців та зростаючий потік споживачів.

Вагомий внесок у розвиток теоретико-методологічної основи створення та управління брендингом здійснили як іноземні, так і вітчизняні вчені, а саме: Д. Аакер, Ж.-Ж. Ламбен, Дж. Грант, Ф. Котлер, А. Котляр, М. Портер, Н. Кара, М. Карий, О. Володченко, О. Петрович, Я. Вашук, Р. Колядюк, Л. Мороз, О. Мороз, Г. Чамерсон, М. Яненко та інші. Віддаючи належне науковій і практичній значущості праць згаданих авторів, слід зазначити, що хоча понятійний апарат теорії національного брендингу в цілому знаходиться у стадії активного розвитку, на сьогоднішній день важко сказати, що система категорій у цій галузі повністю сформована.

Щоб створити успішний бренд потрібно проаналізувати інші бренди, які існують на ринку. Це дає можливість уникнути дублювання існуючих брендів та врахувати помилки конкурентів.

Формування бренду складається з таких етапів. Перший етап - позиціонування бренду на ринку. Аналізуються основні характеристики бренду та способи його просування, визначається його місце на ринку з обов'язковим урахуванням потреб споживачів та сприйняття бренду як основної складової компанії. На другому етапі формується стратегія бренду: розробляються програми стратегічного напрямку. На третьому етапі розробляється ідея брендингу, яка повинна привернути увагу споживача, зацікавити його своєю унікальністю та яка буде відрізнятися від інших брендів – конкурентів. Четвертий етап - пошук унікальної назви бренду. Потрібно звернути увагу на те, що назва має нести позитивні емоції. До п'ятого етапу відноситься – тестування. Шостий - бренд-трекінг. Цей термін означає проведення сучасних досліджень реклами і маркетингу, визначаються методи виміру ефективності рекламної кампанії, а також використання бренду.

Створення стійкого бренду дозволяє отримати лояльність споживача, оскільки очікування та реальність повністю співпадають і отримані враження відповідають характеру споживача. Звідси можна зробити висновок, що покупець ще раз повернеться за продуктом і це, в свою чергу, забезпечить компанії безперервну роботу.

По суті, бренд являє собою ядро, на яке накопичується інформація, що передається за допомогою комунікацій. На сьогоднішній день є цілий ряд моделей формування брендів, що запропоновані рекламними агенціями, дослідними та консалтинговими компаніями. Прикладом може бути, модель «Колесо Бренду», що в свою чергу розподіляє бренд на п'ять оболонок: атрибути, переваги, цінності, індивідуальність, сутність бренду. «Колесо бренду» – виступає засобом зображення відчуттів споживачів по відношенню до бренду. За допомогою даного методу описуються відчуття, з'ясовується, на чому вони базуються, щоб використовувати це в цілях подальшого розвитку бренду. Ще одна модель «Від товару до цінностей та навпаки», описана Ж.-Н. Капферером, акцентує увагу на створенні міцного бренду: від функціональних переваг товару до нематеріальних цінностей або від цінностей до товару. Перший шлях вказує на наявність специфічного товару або послуги. З часом ім'я товару стає відомим брендом. І другий шлях – це наявність програми, ідеї, яка трансформується у матеріальний товар. Створена рекламним агентством J.Walter Thompson, модель Thompson Total Branding (ТТВ) відображає бренд як композицію трьох складових: чуттєвих або фізичних відчуттів (як бренд виглядає, звучить), раціональних (вміст бренду, як він сконструйований) та емоційних (психологічні відчуття від використання). В їх сукупності маємо індивідуальність, яка яскраво відображає бренд [1].

Управління брендом залежить від наступних факторів: залученість цільової аудиторії до товару чи послуги на представленій категорії; випуск товару під новим або існуючим брендом; сприйняття споживачами нового або існуючого товару на підприємстві [2].

Одним із перспективних способів формування та просування бренду є мережа Інтернет. Поширення в глобальній мережі допомагає:

- формувати довіру у потенційних клієнтів. Якісно розкручений сайт, який притягує відвідувачів якісним контентом і красивим дизайном працює на користь туристичної компанії;
- ріст впізнаваності та реклама. Попадання у топ найкращих компаній у своїй галузі – це гарантія створення іміджу та додаткової реклами для бренду;
- підвищення прибутку. Збільшення цільового тарифу на сайт позитивно відобразиться на продажах та економічних показниках діяльності.

Формування брендингу компанії – це досить трудомісткий процес. Для того, щоб він був успішним, необхідно розібратись у теперішньому стані іміджу, напрацювати основні ідеї, сформулювати стратегію, вибрати брендові платформи та інструменти. Потрібні обізнані працівники, координація зусиль держави та громадян, участі всіх жителів країни, від найстаріших до наймолодших. Необхідність у брендингу виникає в умовах конкуренції. Брендинг є комплексом справжніх характеристик і потенційних можливостей, які мають історичне і культурно-психологічне значення для історії країни, регіону, а також для людей, які проживають у цій країні і для зовнішніх споживачів.

Існує певний порядок створення ефективного бренду:

1. Опрацювання бізнес ідеї майбутнього бренду (розробка цілей бренду та його створення);

2. Аналіз ринку, ресурсів, тенденцій та переваг. Сегментація. Визначення конкурентних переваг. Вибір сегменту, визначення цільової аудиторії;

3. Розробка концепції, творча розробка альтернативної назви. Тестування назви на цільовій аудиторії, вибір найбільш привабливої;

4. Перевірка назви на патентну чистоту, забезпечення правової захисти товарного знака;

5. Візуалізація бренду - розробка варіантів зовнішнього вигляду (атрибути бренду, такі як логотип, символ, елементи дизайну, упаковка та інше);

6. Позиціонування бренду.

7. Управління брендом - план просування та підтримка бренду, створення довгострокової стратегії бренду

Даний механізм по створенню бренду підходить, як для брендів товарів, так і послуг, організацій, територій та інше.

До головних компонентів, які впливають на формування сучасного бренду, відноситься:

1. Стратегія бренду повинна бути пов'язана з основною ідеєю рекламної кампанії. Дана стратегія має вміщуватися в одне слово, яке буде передавати всю унікальну сутність компанії.

2. Метою будь-якого бренду має бути - чітке визначення та знання про переваги своєї цільової аудиторії. Потрібно приділяти час для визначення всіх тонкощів, з якими стикаються споживачі при виборі товару. Збір інформації можна проводити за допомогою наступних джерел інформації: соціальні мережі, практичне спілкування з різними представниками аудиторії, онлайн платформи для опитування споживачів.

3. Створення емоції. Велику роль для бренду відіграє ряд компонентів, які будують в цілому враження про товар чи послугу, компанію - це функціональні, технічні особливості. Проте споживач готовий купити товар саме за емоцію.

4. Загальна стратегія бренду не повинен змінюватися. Для охоплення певної аудиторії, бренд має нести в собі однаковий, але водночас унікальний посыл. Рекламна компанія, яка займається просуванням та розповсюдженням бренду має бути винятковою. Сьогодні на ринку існує безліч пропозицій, як яскравих, так і навпаки, провальних. Однак, на майбутньому потрібно розраховувати тільки на унікальні рішення, які будуть відрізнятися і за формою, і за змістом [3].

Отже, бренд - це унікальний образ, який існує у свідомості споживача та сприймається, як одне ціле: назва, упаковка, ціна, стиль реклами. Компанії мають досконало розуміти свою цільову аудиторію та працювати з нею. Даний підхід допоможе вітчизняним виробникам зайняти місце у свідомості споживача та викликати асоціативний, емоційний зв'язок під час споживання продукції.

Список літератури

1. Схематичне зображення створення бренду, управління бренду та оцінки капіталу бренду. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/26__SSN_2008/Economics/34803.doc.htm

2. Тамберг В. Боевая машина бизнеса / В. Тамберг, А. Бадьин. – М. : Олимп-Бизнес, 2005. – 240 с.

3. Мороз О.В. Теорія сучасного брендингу: [монографія] / О.В. Мороз, О.В. Пашенко. — Вінниця: УНІВЕРСУМ, 2003. — 104 с.

МІЖНАРОДНИЙ БЕНЧМАРКІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОЇ СФЕРИ

Глобалізація світової економіки з однієї сторони надає нові можливості аграрному сектору щодо доступу до зовнішніх ринків, а з іншої - посилює конкурентну боротьбу з конкурентоспроможними підприємницькими структурами інших країн. Це зумовлює необхідність постійних змін з метою підвищення ефективності, удосконалення процесів управління, застосування нових підходів та методів для визначення рівня конкурентоспроможності. Саму тут на допомогу приходять бенчмаркінг, який являє собою орієнтацію на кращі існуючі практики з подальшим впровадженням їх на власному підприємстві, що дозволяє підвищити рівень конкурентоспроможності.

Бенчмаркінг (*benchmarking*, від англ. «bench» - рівень, висота і «mark» - позначка, опорна відмітка, еталонне порівняння) трактується як процес порівняння своєї діяльності з кращими компаніями на ринку та в галузі з наступною реалізацією змін для досягнення і збереження конкурентоспроможності. В найбільш загальному розумінні бенчмаркінг - це те, що володіє певною кількістю, якістю та здібністю бути використаним як стандарт чи еталон порівняно з іншими предметами. Відомий дослідник бенчмаркінгу Дж. Х. Харрінгстон характеризував його як безперервний процес вивчення та оцінки всього кращого в інших організаціях для використання отриманих знань у роботі своєї організації [1]. Всесвітньо признаний авторитет у сфері бенчмаркінгу Роберт Кемп характеризував бенчмаркінг як пошук кращих методів, які призведуть до покращення діяльності, постійний процес вивчення та оцінки товарів, послуг, досвіду виробництва конкурентів або ж тих компаній, які являються визнаними лідерами в своїх галузях [2]. У його основі лежить запитання: чому інші працюють успішніше? А тому зміст бенчмаркінгу полягає в ідентифікації відмінностей порівняно з аналогом (еталоном), визначення причин цих відмінностей та виявлення можливостей для вдосконалення об'єкту бенчмаркінгу. Мета його – удосконалення бізнесу і підвищення конкурентоспроможності. Досягнення цілі відбувається завдяки вирішенню наступних двох задач: вимір своєї діяльності та порівняння показників з іншими; вивчення та застосування кращого досвіду інших у своїй організації. Еталоном може виступати як компанія-конкурент, так і будь-яке підприємство в Україні чи світі. Бенчмаркінг частково нагадує конкурентний аналіз, проте є більш деталізованим, формалізованішим та упорядкованішим за нього. Нині бенчмаркінг входить в трійку найпоширеніших методів управління виробничо-господарською діяльністю в міжнародних корпораціях, удосконалюючи бізнес процеси швидко та з меншими витратами.

Бенчмаркінг у сільському господарстві являє собою більш складний процес із-за значної кількості взаємозалежних факторів, які впливають на результативність діяльності господарства. З іншої сторони, врахування більшої кількості параметрів робить аналіз об'єктивнішим. Бенчмаркінг у сільському господарстві пов'язаний із використанням великих даних та якісною аналітикою, оскільки порівняння ефективності роботи неможливе з урахуванням лише, наприклад, надоїв, при цьому не розглядаючи породи тварин, умов утримання, раціонів тощо.

Про поширеність даного методу у різних країнах світу свідчать дані досліджень. Так, компанія Farmers Guardian провела опитування британських аграріїв щодо використання бенчмаркінгу у своїй роботі. Згідно отриманих даних, 53% використовують бенчмаркінг, одна третина заявили, що користуються цією практикою уже понад 10 років. Чверть опитаних фермерів вважають, що їх бізнес став більш прибутковим завдяки цьому, а інша чверть, що це дало їй більше впевненості при прийнятті ділових рішень [3].

Канадська компанія VIA провела аналіз, який засвідчив, що у підприємств, які проводять бенчмаркінг операційний прибуток на 43% вищий, ніж у конкурентів, а рентабельність активів на 2,2% вище. Аграрії Канади використовують даний інструмент починаючи з 90-х років [4].

Дослідження використання бенчмаркінгу в аграрній сфері України свідчить, що вітчизняні товаровиробники не користуються повною мірою перевагами цього методу підвищення конкурентоспроможності [5, с. 194]. Проте вони є активними учасниками світового ринку продовольства, а тому змушені конкурувати із виробниками інших країн світу. Після вступу до Світової організації торгівлі, а пізніше підписання Угоди про асоціацію України з ЄС вітчизняний аграрний сектор одержав додаткові можливості виходу на міжнародні продовольчі ринки. Адаптація діяльності аграрних підприємств до умов світового ринку повинна починатися із вивчення досвіду пристосування до них своїх конкурентів, особливо для тих, які не можуть конкурувати або не мають такої можливості [6, с. 39]. Для цього найбільш підходящим є використання бенчмаркінгу. Ігнорування ж даного інструменту сповільнює

Секція 3. Сучасні тенденції розвитку теорії та практики менеджменту в глобальному конкурентному середовищі

ріст конкурентоспроможності аграрної сфери при його активному виростанні підприємствами-конкурентами.

В Україні бенчмаркінг в аграрній сфері почав використовуватися порівняно недавно. Перші спроби застосування його у сільському господарстві були зроблені Асоціацією «Український куб аграрного бізнесу» у 2009 р., зокрема був проведений аналіз ефективності українських господарств по таких напрямках: виробництво молока, товарних культур та яловичини), здійснено міжнародне порівняння конкурентоспроможності вітчизняних сільськогосподарських підприємств, визначено переваги та недоліки різних технологій виробництва в межах України, та у порівнянні із зарубіжними конкурентами. Платформа Agrohubs відкрила напрям бенчмаркінгу українських аграрних компаній у 2019 р. – Agrohubs Benchmarking [7]. У 2019 р. у ньому взяли участь 5 холдингів України із земельним банком 1 млн га, у 2020 р. – 10 холдингів із земельним банком 2 млн га. Суть його полягала в аналізі діяльності конкурентів або різних підрозділів одного холдингу. Бенчмаркінг призначався для того, щоб дати компанії розуміння позиції, яку вона посідає стосовно своїх конкурентів і ринку в цілому, допомогти оцінити ефективність процесів та місць, що вимагають посилення, а також точок росту. Для зіставлення і визначення кращих галузевих практик було зібрано понад 200 показників за чотирма напрямками: агроефективність, точне землеробство, персонал, техніка.

В умовах зростаючої глобалізації та міжнародної взаємозалежності виникла необхідність у міжнародному бенчмаркінгу. Ріст популярності бенчмаркінгу ще й пов'язаний із тим, що конкуренція стала глобальною, а більшість компаній визнали необхідність всестороннього та детального вивчення кращих досягнень інших компаній заради власних майбутніх успіхів. Ще у 1997 р. Організація економічного співробітництва та розвитку (OECD) вказувала проведення порівнянь, які мали елементи бенчмаркінгу. Зокрема, це стосувалося телекомунікаційних операторів, міжнародних показників освіти та її ефективності, статистики систем охорони здоров'я, дослідження окремих секторів економіки [8, с. 7]. Останній стосується і галузей сільського господарства, бенчмаркінгом яких займаються як окремі компанії, так і наукові та науково-комерційні організації, завданнями яких є збір, накопичення, систематизація та узагальнення інформації щодо розвитку окремих галузей сільського господарства (зернової, молочної, м'ясної та ін.) в різних країнах світу. Проте міжнародний бенчмаркінг представляється складнішим, ніж внутрішній. Адже відмінності між країнами означають, що інформацію, яку необхідно використовувати при порівняльному аналізі, часто неможливо напряму співставити. Проблеми співставності включають: аналіз витрат, методи обліку яких можуть суттєво відрізнитися між країнами; різні ціни; різні соціальні системи та соціальні ролі одних і тих самих систем надання послуг; різні потреби, умови та очікування.

Учасниками, замовниками та спонсорами міжнародного бенчмаркінгу виступають як урядові та наукові установи, так і великі міжнародні компанії та корпорації, які використовують отримані результати кожен для своїх потреб. Результати таких досліджень використовуються для прийняття рішень в процесі порівняння практик різних господарств, вони дозволяють оцінити результати роботи конкретного господарства при аналогічних операціях порівняно з іншими географічними регіонами, визначити своє місце та побачити як зміна практики може вплинути на діяльність господарства.

Отже, масштаби глобалізації та міжнародної інтеграції активізували поширення бенчмаркінгу – процесу систематичного пошуку та впровадження найкращих практик провідних компаній. Мета бенчмаркінгу – удосконалення бізнесу і підвищення конкурентоспроможності виробництва продукції. Наслідком його є докорінне покращення діяльності компанії за допомогою використання найкращого досвіду у своїй сфері. Нині бенчмаркінг широко використовується у сільському господарстві, де він являє собою складніший процес порівняно з іншими галузями із-за значної кількості взаємозалежних факторів, які впливають на результативність діяльності господарств. Ще складніших є міжнародний бенчмаркінг галузей сільського господарства, насамперед, із-за відмінностей між країнами та проблемами неспівставності інформації.

Список використаних джерел:

1. Harrington, H James & James S. Harrington (1996). High performance benchmarking: 20 steps to success. New York : McGraw-Hill.
2. Robert, C. (1995). Camp Business Process Benchmarking. ASQC Quality Press, First edition (January 1).
3. How many farmers are benchmarking – and has it helped them? 29 Oct 2018. URL : https://www.fginsight.com/news/sponsored/how-many-farmers-are-benchmarking---and-has-it-helped-them-73281?fbclid=IwAR1u7_JY_Ayp1aRU-jev-1OSH9KwP5niGT6iDjfJoLCX6khceinw8H56MM.
4. Financial benchmarking: update from Canada. Nov 22, 2019. URL : https://www.pigprogress.net/World-of-Pigs1/Articles/2019/11/Financial-benchmarking-Update-from-Canada-492275E/?fbclid=IwAR1Go_JpWsaI00On8ypZit5w3eD3PXDMvMbPEcHseoE7LzCkb9rD8x2_1rI.

Секція 3. Сучасні тенденції розвитку теорії та практики менеджменту в глобальному конкурентному середовищі

5. Бобровник Д. Підвищення ефективності бенчмаркінгу в контексті забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств. *Проблеми і перспективи економіки і управління*. 2019. № 3 (19). С. 194-201.

6. Шибаніна О.В., Гаунець Н.І. Бенчмаркінг як інструмент управління процесом адаптації аграрних підприємств до умов світового продовольчого ринку. *Економіка АПК*. 2014. №6. С. 38-44.

7. Agrohub почав проводити бенчмаркінг агрокомпаній. 19 липня 2019 р. URL : <https://agrohub.ua/uk/news-views/agrohub-launched-the-project-on-benchmarking-of-agricultural-companies/>.

8. International Benchmarking Experiences from OECD Countries. Paper presented at a Conference organized by the Danish Ministry of Finance on: International Benchmarking Copenhagen, 20-21 February, 1997. URL : <http://www.oecd.org/governance/budgeting/1902957.pdf>.

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВАХ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Суттєве пришвидшення процесів розвитку передових технологій сприяє значному посиленню їх проникнення в усі сфери економічного та соціального життя, зокрема у процеси управління організаціями та ведення бізнесу. При цьому цифрові перетворення змінюють способи здійснення управлінської діяльності, трансформують процеси управління змінами, ведуть до появи цифрового мислення та революціонізують досвід працівників, вимагаючи актуалізації існуючих HR-технологій [1, с. 94].

Управління персоналом відіграє важливу роль у цифровій трансформації бізнесу, забезпечуючи єдність дій та залученість персоналу до впровадження змін, попередження опору, удосконалення корпоративної культури і високу якість людського капіталу. У той же час, змінюючись та розвиваючись завдяки цій же цифровізації, на основі впровадження новітніх HR-технологій, оптимізації HR-процесів.

Роль HR-команд у цифровій трансформації подвійна. З одного боку, вони відповідають за власну трансформацію на основі використання автоматизації та цифрових процесів. З іншого боку, у співпраці з IT-відділом вони є драйверами цифрової трансформації, впливаючи на зміни цифрового мислення працівників та вдосконалення якості людського капіталу й підвищення продуктивності праці.

Діджиталізація управління персоналом передбачає зміни, що відбуваються у трьох напрямках:

1) цифрова робоча сила (залучення працівників з інноваційним типом мислення, ліквідація цифрового розриву у навичках, забезпечення постійного удосконалення знань, вмінь, навичок за допомогою сучасних технологій);

2) цифрове робоче місце (створення робочого середовища, що забезпечує високу продуктивність праці, можливості збору інформації щодо виконання завдань, використовує сучасні засоби комунікацій та підтримує зворотній зв'язок з працівниками);

3) цифровий HR (трансформація функцій управління персоналом на основі новітніх комп'ютерних технологій, використання цифрових інструментів, програмних продуктів) [4].

Таким чином, незважаючи на те, що цифрова трансформація бізнесу впливає на управління персоналом, діджиталізація цього процесу відбувається також кількома способами: від етапів залучення та набору персоналу в управлінні талантами до автоматизації процесів управління персоналом та керування даними. При цьому ефективний процес цифрової трансформації управління персоналом на підприємстві передбачає врахування існуючих можливостей та загроз і вироблення на цій основі ефективної стратегії діджиталізації.



Рис. 1. Особливості діджиталізації управління персоналом на підприємстві

Джерело: складено автором на основі [2]

Секція 3. Сучасні тенденції розвитку теорії та практики менеджменту в глобальному конкурентному середовищі

Варто також акцентувати увагу на напрямках діджиталізації для трансформації процесу управління персоналом (табл.1), які можуть передбачати:

- застосування інтегрованих мобільних додатків й автоматизація HR процесів;
- цифрову інтеграцію з хмарними системами;
- HR-аналітику та Big Data;
- застосування VR-технологій;
- штучний інтелект [3, с. 154].

Таблиця 1

Особливості використання цифрових технологій в управлінні персоналом

Функції	Напрямки діджиталізації	Переваги
Рекрутмент	Використання соціальних мереж, сайтів пошуку роботи для збору інформації, створення та публікування вакансій.	Створення бази даних потенційних претендентів, розширення можливостей залучення працівників «нової» якості.
Адаптація	Використання геймефікації та єдиної платформи.	Акумуляування всієї необхідної для роботи інформації, в тому числі про компанію та паролі, графік роботи, план офісу, посадові інструкції, компенсаційну системи на єдиній платформі.
Мотивування	Акумуляування інформації про особистісні особливості, цінності і переваги працівників та використання її для мотиваційних програм.	Забезпечення вищого рівня мотивації працівника на основі використання нових прогресивних форм і методів мотивації.
Розвиток персоналу	Проходження освітніх курсів через мобільні додатки, створення електронної платформи для навчання.	Забезпечення безперервності освіти; різноманітність вибору форм та методів навчання у зручний час та місці; вивільнення ресурсів HR-відділу.
Оцінювання персоналу	Проведення електронного тестування, забезпечення оцінювання у режимі реального часу онлайн.	Забезпечення прозорості та об'єктивності процесу оцінювання знань, вмінь та навичок співробітників.
Контролювання	Використання цифрових інструментів з метою збирання звітності щодо усіх процесів та виконання завдань на підприємстві.	Можливість оцінити ефективність діяльності кожного працівника; забезпечення зворотного зв'язку з працівниками.

Джерело: складено автором на основі [2; 3; 4]

В більшості своїй впровадження передових HR-технологій в українських компаніях здійснюється точково та не завжди послідовно, спостерігається значний обсяг розбіжностей щодо бачення необхідності змін серед вищого та лінійного керівництва, що вимагає глибокого аналізу та оцінки ефективності існуючого досвіду і розстановки акцентів у здійсненні HR-менеджменту нового типу [1, с. 94].

Соціальні, мобільні, аналітичні та хмарні інструменти корисні лише в тому випадку, якщо їх застосовують працівники. Управління персоналом в умовах діджиталізації повинно починатися з потреб співробітників та їх досвіду як користувачів нових цифрових технологій. В той же час інформація про управління персоналом повинна бути автоматизованою частиною цифрової платформи управління персоналом, яка повинна надавати менеджерам інформацію в режимі реального часу, а керівникам – можливості аналізу в реальному часі, зменшуючи час, витрачений на звіти, та збільшуючи час, який кадровики та керівники підприємств витрачають на аналіз даних та вирішення проблем [4].

Список використаної літератури:

1. Бей Г.В. Трансформація HR-технологій під впливом цифровізації бізнес-процесів / Г.В. Бей, Г.В. Середа // Економіка і організація управління. – 2019. – № 2 (34). – С.93-101. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eiou_2019_2_12.
2. Грішнова О.А. Новітні технології в економіці персоналу: нові можливості і нові виклики / О.А. Грішнова, О.С. Заїчко // Вісник економічної науки України. – 2016. – № 2. – С. 52-57. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Venu_2016_2_14.
3. Діджиталізація HR-процесів у сучасних реаліях / Н. Данилевич, С. Рудакова, Л. Щетініна, Я. Касяненко // Галицький економічний вісник. – 2020. – №3 (64). – С. 147-156. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/32485>.
4. Digital Transformation and the Evolution Of HR Trends [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://infosystems.mu/digital-transformation-and-the-evolution-of-hr-trends>.

Корж У. А., магістр
Керівник: Кудла Н. Є., к.е.н.,
доц. кафедри менеджменту

Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

ОСНОВНІ ЗАВДАННЯ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ

Розвиток персоналу є повторюваним процесом досягнення таких показників рівня кваліфікації працівників, які відповідають стратегії розвитку організації. У такому розумінні розвиток персоналу є фундаментальною складовою загального процесу управління персоналом, інтегрально пов'язаною із розвитком організації і формуванням професійних кар'єр працівників [1, с.325].

Управління розвитком персоналу - це розроблення й реалізація заходів для досягнення показників професійних компетенцій працівників відповідно до стратегії розвитку організації.

Розвиток та навчання персоналу передбачають організацію безперервного навчання та підвищення кваліфікації працюючих. Михайлова Л.І. вважає, що цей процес може бути розділений на підвищення кваліфікації та перепідготовку кадрів [2, с.103].

Підвищення кваліфікації - це навчання, яке спрямоване на розвиток, вдосконалення знань, умінь та навиків в конкретній сфері діяльності.

Перепідготовка кадрів - це отримання нової спеціальної освіти, що зумовлене потребами науково-технічного прогресу та соціального розвитку.

Організація підвищення кваліфікації кадрів забезпечує оновлення знань персоналу, які, як відомо, мають здатність старіти. На думку вчених, отримані знання в навчальних закладах вже через декілька років є застарілими. Якщо ж людина вже деякий час працює на підприємстві та не здійснює свого розвитку через підвищення кваліфікації, то потенціал такого працівника знижується, тобто людський капітал знецінюється.

В процесі науково-технічного прогресу базова освіта втрачає своє значення. Тому відповідні навчальні заклади здійснюють перепідготовку кадрів з метою отримання ними нових спеціальностей, які мають потребу на ринку праці.

Основними інструментами підвищення компетенцій (розвитку персоналу) є управління службовими кар'єрами, навчання і підвищення кваліфікації працівників, управління їх рухом (переміщеннями) в організації, структуризація праці. Нормативні вимоги щодо необхідного досвіду роботи наведені у «Довіднику кваліфікаційних характеристик професій працівників».

Отже, наступною задачею є навчання та професійний розвиток працівників підприємства. Організація професійного розвитку стала однією з основних функцій управління персоналом. Освіта і навчання персоналу повинні бути безперервними і забезпечувати необхідний професійний розвиток.

Навчання персоналу дозволяє вирішувати основні завдання як в інтересах організації - підвищення ефективності і якості праці, так і в інтересах людини - підвищується рівень життя, створюється можливість для реалізації своїх здібностей. Працівник стає конкурентоспроможним на ринку праці, а рівень освіти є одним із трьох показників, що формують індекс розвитку людини, куди входять показники тривалості життя та доход на душу населення.

Професійний розвиток - це безперервний комплексний процес, який включає: професійне навчання, розвиток кар'єри та підвищення кваліфікації. Реалізація концепції розвитку персоналу передбачає створення гнучкої, конкретної системи професійного навчання, зорієнтованої на вирішення стратегічних завдань організації. Освіта і навчання виконують об'єднуючу роль в досягненні цілей. Невипадково управління професійним розвитком посідає значне місце в роботі лінійних керівників, оскільки вони добре знають рівень знань, здібностей, умінь своїх підлеглих. Лінійні керівники і менеджери з персоналу розробляють програму розвитку персоналу.

Завданням управління професійним розвитком на підприємстві є забезпечення:

- відповідного професійного рівня робітників вимогам робочого місця, посади;
- умов для мобільності працівників як передумови раціональної їх зайнятості і використання;
- можливості просування працівників як у професійній, так і в службовій кар'єрі.

Застосовуючи систему безперервного навчання, підприємство може забезпечити найбільш повну відповідність структури працівників структурі робочих місць з врахуванням всього спектру вимог до працівників.

Список використаних джерел

1. Хміль Ф.І. Управління персоналом: Підручник. – К.: Академвидав, 2006. – 488 с.
2. Михайлова Л.І. Управління персоналом. Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 248 с.

Кос Карина Петрівна
Виговський В.Г., к.е.н., доц. кафедри менеджменту і підприємництва
Державний університет «Житомирська політехніка»

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Ефективне функціонування будь-якого підприємства та зростання його економічного потенціалу багато в чому залежать від наявності надійної системи екологічної безпеки. Одним із найперспективніших напрямів її досягнення та розв'язання екологічних проблем промислового виробництва є екологічний менеджмент. Його метою є мінімізація негативних впливів діяльності організації на навколишнє природне середовище. Формування системи екологічного менеджменту на підприємстві передбачає впровадження природоохоронних і енергозберігаючих технологій, що робить виробництво економічно вигідним, екологічно безпечним та соціально необхідним.

Система екологічного менеджменту – частина загальної системи менеджменту, що включає в себе організаційну структуру, планування, розподіл відповідальності, практичну діяльність, процедури, процеси і ресурси, необхідні для розробки, впровадження, досягнення цілей екологічної політики, її перегляду і коректування [4, с. 48].

Важливими умовами існування системи, яка займається адмініструванням екологічно спрямованих робіт і проєктів, а також несе відповідальність за результати їх виконання є: формування єдиної екологічної політики та цільової програми; наявність у керівних кадрів системи екологічного менеджменту відповідних кваліфікацій та досвіду роботи в даному напрямку; чітке осмислення співробітниками підприємства своїх завдань, обов'язків і прав у процесі виконання цільової програми; розробка та впровадження на підприємстві єдиних методів, процесів та створення засобів і умов для виконання цільової програми. Для виконання цих умов необхідні мотивація, навчання, інформаційне та технологічне забезпечення співробітників, що представляють головну силу в процесі охорони навколишнього природного середовища. Виконанням цих функцій і покликана займатися система екологічного менеджменту підприємства [4, с. 51].

В сучасній науковій економічній літературі досить часто використовуються поняття екологічний менеджмент, але недостатньо уваги приділяється проблемним аспектам його впровадження на вітчизняних підприємствах, і зокрема, використання зарубіжного досвіду в таких актуальних питаннях. Ефективним методом зменшення навантаження на навколишнє середовище є усунення факторів впливу у напрямі зменшення їх агресивності щодо навколишнього середовища. Основним засобом екологізації діяльності підприємств є впровадження СЕМ. В результаті впровадження екологічно орієнтованої системи управління підприємство бере на себе зобов'язання беззаперечно дотримуватися вимог природоохоронного законодавства, стандартів екологічної безпеки і раціонального природокористування, що є рушійною силою для завоювання конкурентних переваг як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках.

СЕМ дозволяє знизити розміри відшкодування до фонду охорони навколишнього природного середовища; зменшити кількість відходів та удосконалити систему поводження з ними; знизити викиди шкідливих речовин в атмосферу внаслідок моніторингу діяльності, технічного обслуговування і ремонту. Принциповим є підхід до ліквідації забруднень. Якщо при екологічному управлінні відбувається ідентифікація дій на навколишнє середовище, результатом, якого є плата за збиток, що їй наноситься, то у разі екологічного менеджменту негативний вплив дій підприємства на навколишнє середовище передбачається, і воно здійснює плату за запобіжні засоби. Таким чином, значно зменшується можливість виникнення різних аварійних і непередбачуваних ситуацій.

Розробка і впровадження екологічного менеджменту, як зазначається в міжнародному стандарті серії ISO 14000, має відбуватися за такими стадіями:

- попередній аналіз ситуації, що склалася;
- розробка декларації про екологічну політику підприємства;
- складання плану дій в області екологічного менеджменту;
- розробка процедур СЕМ;
- впровадження та функціонування СЕМ;
- створення системи вимірювання і моніторингу;
- проведення внутрішніх аудитів;
- вдосконалення [2].

Процес постійного удосконалення необхідний, як засіб поліпшення результативності та ефективності організації, а також підвищення задоволеності споживачів та інших зацікавлених сторін [3, с. 29]. Основним інструментом процесу постійного поліпшення є цикл PDCA, який відомий також під назвою цикл Демінга. Цикл PDCA - це безперервний процес вдосконалення діяльності, представлений у вигляді циклічної послідовності чотирьох етапів: Plan (планування), Do (виконання), Check (перевірка), Act (виправлення, дії).

Секція 3. Сучасні тенденції розвитку теорії та практики менеджменту в глобальному конкурентному середовищі

Екологічний аудит виступає важливим правовим інструментом удосконалення системи управління навколишнім середовищем на рівні підприємства.

Після створення СЕМ необхідно переконатися, що її функціонування відбувається відповідно до задекларованих екологічних цілей. Для цього проводять внутрішній аудит СЕМ, який дає змогу виявити проблеми і недоліки в її функціонуванні та своєчасно їх вирішити і усунути. Аналіз функціонування та результативності СЕМ проводить вище керівництво на підставі результатів внутрішнього аудиту підприємства. Аналіз з боку керівництва дає змогу підтримати ефективність та адекватність СЕМ, а також реалізувати принцип постійного вдосконалення [4, с. 55]. Орієнтація на постійне вдосконалення є однією з основних вимог, які ставляться до СЕМ. Дотримання принципів формування СЕМ забезпечує ефективне та результативне управління екологічними аспектами діяльності підприємства, тобто контроль і мінімізацію негативного впливу на довкілля його діяльності, послуг і продукції.

Аудити системи управління навколишнім середовищем повинні здійснюватися періодично, щоб встановити, чи узгоджується її функціонування із запланованими заходами і чи належним чином впроваджена система та підтримується її функціонування. Аудити системи управління навколишнім середовищем можуть здійснюватися персоналом підприємства і/або зовнішніми сторонами, які або вибрані підприємством, або мають на це незалежні від нього повноваження. У будь-якому випадку, особи, що здійснюють аудит, повинні бути в змозі проводити його об'єктивно і неупереджено і мати належну підготовку.

Аудит довкілля проводиться відповідно до певної процедури, згідно графіка проведення аудиту описаними методами, обов'язками і вимогами до аудиторів. Аудитор повинен володіти відповідними знаннями довкілля, а також знаннями системи управління підприємством і відповідних стандартів. Він безпосередньо не має бути залучений в контрольовану область, і може розраховувати на підтримку фахівця при необхідності. Аудитори повинні скласти звіт за результатами аудиту [1, с. 126]. Впровадження програми внутрішніх аудитів на підприємстві дадуть змогу визначити ефективність роботи системи як на етапі її сертифікації, так і в процесі її функціонування; виявити негативний вплив суб'єктів господарювання на навколишнє природне середовище, і в подальшому його зменшити, завдяки удосконаленню СЕМ на підприємстві.

Удосконаленню екологічного менеджменту сприятиме використання чітко сформованої зарубіжної системи екологічного менеджменту. Перший елемент даної моделі – екологічна політика – означає, що підприємство в своїй діяльності повинне орієнтуватись на відповідність своїх дій нормам та правилам чинного законодавства щодо екологічної безпеки. Тобто при визначенні екологічних цілей та завдань необхідно брати до уваги інтереси суспільства та держави в цілому з метою збереження та захисту довкілля.

Екологічна політика встановлює принципи роботи підприємства в його взаємодії з навколишнім середовищем. Вона встановлює рівень екологічної відповідальності та результативності, яка вимагається від підприємства і за якою будуть оцінюватись усі подальші дії підприємства. В екологічну політику повинен включатись весь ланцюг взаємодій з навколишнім середовищем та послугами. Екологічна політика повинна відповідати нормативам, а також прагнути до «постійного покращення» системи екологічного менеджменту й запобігання забрудненню довкілля. Документ має бути доведений до відома всіх працівників підприємства та доступним широкому загалу. При визначенні екологічних цілей і завдань підприємству слід брати до уваги наступне:

- принципи і зобов'язання, визначені в його екологічній політиці;
- вагомі екологічні аспекти;
- законодавчі та інші нормативні вимоги, які підприємство має виконувати;
- вплив досягнення поставлених цілей на інші види діяльності та процеси;
- зацікавленість усіх сторін;
- альтернативні технології, які будуть використовуватись та їх доступність;
- можливий вплив на імідж підприємства в суспільстві;
- фінансові, експлуатаційні та організаційні питання;
- висновки, отримані за результатами аналізу з боку керівництва, та інші цілі.

Отже, формування інтегрованої системи екологічного менеджменту на підприємствах – це ефективний інструмент для комплексного вирішення завдання забезпечення якості продукції, охорони довкілля, професійної безпеки виробництва і відповідальності підприємства перед суспільством та сприяння інтеграції України у світове співтовариство.

Список літератури:

1. Екологічний менеджмент: навчальний посібник / Гришук О.К., Матейчик В.П. та ін.; за ред. М.Ф.Дмитриченка. – К. : НТУ, 2010. – 250 с.
2. Барков Д. И. Международные экологические стандарты качества продукции ISO 14000 и перспективы их внедрения в Украине [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.erudition.ru/referat/printref/id.49971_1.html.
3. Барвинок В. А., Яницкая Т. С. Методика формализованного описания процессов разработки системы качества // Проблемы машиностроения и автоматизации. – 2015. - №3 – С. 29-33.
4. Системы экологического менеджмента для практиков/ под ред. С.Ю. Даймана. – М.: Изд-во РХТУ им. Д.И. Менделеева, 2014. – 248 с.

**Крошонкин Д. В., студент экономического факультета
Будурян Т. А., ст. преподаватель
Брестский государственный технический университет**

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Сегодня, в находящемся в постоянном движении мире, сложно представить функционирование организации без грамотного руководства. Что мы понимаем под словом «руководство»? Некоторые считают, что это процесс раздачи приказов, другие – контроль работы путем сверки различных показателей и прочее. Но следует понимать, что правильное руководство – это совокупность выполнения важных функций менеджмента, нахождение правильного баланса в их использовании по отношению к предприятию. Управление сотрудниками заслуживает значительно большего внимания в процессе руководства предприятием, в виду того, что организация совместной работы сотрудников, несет значительную нагрузку на управленца (психологическую, моральную и т.д.).

В условиях рыночной экономики вопросы формирования и сохранения конкурентоспособности работников всегда актуальны, поскольку высокая конкурентоспособность работника является одним из факторов его востребованности на рынке труда и условием его определенной социальной защищенности. Кроме того, достижение организациями стратегических целей, сохранение ими конкурентоспособности во многом определяются наличием конкурентоспособного персонала. На макроуровне конкурентоспособность работников взаимосвязана с конкурентоспособностью национальной экономики и свидетельствует о степени достаточности ресурсов, направляемых на соответствующие цели, и их эффективном использовании.

Конкурентоспособность, в общем понимании, – это определенные критерии, позволяющие выделить рассматриваемый объект по сравнению с объектами-конкурентами. Рассматриваться могут разные объекты, к примеру, товары, предприятия (организации), отрасли производства, регионы страны и т. д. К факторам, влияющим на формирование конкурентоспособности организации, можно отнести качество продукции (услуг), производимой (оказываемых) на предприятии, имидж организации, цены товаров (услуг), наличие и качество сервисного обслуживания (в определенных отраслях промышленности), и многое-многое другое. Конкурентоспособность предприятия играет одну из важнейших ролей в процессе управления организацией, ведь она позволяет понять, будет ли востребована на рынке производимая продукция (оказываемые услуги). Как мы знаем, основу для ведения предпринимательской деятельности, помимо получения прибыли, играет так же и удовлетворение потребительских запросов. Именно поэтому, выделение потребителями определенных факторов, которые помогают им выбрать продукцию (услуги), это возможность усилить текущие потребности, путем улучшения текущей обстановки реализации товаров (услуг), но и потенциальная возможность привлечения новых потребителей, что в дальнейшем поможет организации повысить свою доходную часть.

Ну так все же, какое отношение имеет управление персоналом имеет к конкурентоспособности. Ответ – самое прямое. Ведь чтобы поддерживать текущее положение и, в добавок ко всему, находить пути улучшения функционирования предприятия, необходимо правильно и с полным пониманием картины руководить персоналом. Каждый сотрудник предприятия ставит перед собой определенные задачи (личные цели), такими целями могут быть: получение дохода для полноценного существования, поиски возможностей самореализации в обществе и т. д. И основные задачи, которые стоят уже непосредственно перед руководителем – обеспечить взаимное выполнение целей организации и личных целей сотрудников. Если сотрудники, осуществляя свои цели, выполняют работу качественно и в полном объеме, а иногда даже и в превышении поставленных объемов, то тем самым они обеспечивают полноценное функционирование организации и открывают возможности, пути для дальнейшего развития.

Конкурентоспособность персонала — комплекс психофизиологических, профессионально-квалификационных, ценностно-мотивационных и стоимостных характеристик трудовых ресурсов, определяющих их успех на конкурентном рынке.

Под конкурентоспособностью работников следует понимать, конкурентоспособность трудового коллектива, формируемого совокупностью качественных и количественных характеристик отражающую степень их соответствия (несоответствия) требованиям рынка труда (внутрифирменного и внешнего) позволяющую расширить ресурсные возможности организации и повысить ее конкурентоспособность.

Конкурентоспособность человеческих ресурсов на рынке труда многие авторы сводят к конкурентоспособности работника, имея в виду его уровень проявления. Ее определяют как способности к индивидуальным достижениям в труде, представляющим вклад в достижение организационных целей. Это показатель «селекции» наемных работников в зависимости от потенциальной эффективности использования тех человеческих ресурсов, которыми они обладают в деятельности организации.

Так же понятие конкурентоспособность работника можно рассматривать как способность к индивидуальным достижениям в труде, представляющим вклад в достижение организационных целей. Конкурентоспособность работника определяется качеством рабочей силы, соответствующим рыночной потребности в функциональном качестве труда. Конкурентоспособность работника рассматривается как показатель "селекции" наемных работников по уровню их потенциальной и фактической эффективности труда и способности к профессиональному развитию.

Важным и актуальным вопросом, решение которого будет способствовать развитию рынка труда Беларуси, является формирование системы управления конкурентоспособности рабочей силы на макро- и на микроуровне.

Работник может быть признан конкурентоспособным, даже если он не обладает высоким уровнем развития каждого из компонентов комплексной характеристики. Чаще, для того чтобы быть конкурентоспособным, ему достаточно занимать высокие позиции по одному или нескольким из критериев, т.е. обладать конкурентным преимуществом. В настоящее время работник, владеющий информационными технологиями, вполне конкурентоспособен на рынке труда. Он может уступать работникам других профессий по ряду характеристик, но наличие данной характеристики делает работника конкурентоспособным.

Работник может быть признан конкурентоспособным по одному, двум или большему числу параметров конкурентоспособности, причем выбор количества параметров и их содержание зависят от требований внешней среды. Таким образом, под конкурентоспособностью работника нами понимается степень (мера) соответствия его требованиям внешней среды (требованиям рынка труда или требованиям отдельного работодателя), а также рейтинг работника, определяющийся его способностью выдерживать конкуренцию.

Анализ последних исследований и публикаций свидетельствует, что исследованиями конкурентоспособности рабочей силы в РБ посвящено достаточно внимания. Дальнейшей разработки требуют вопросы определения основных показателей конкурентоспособности рабочей силы и методики ее оценки, а также проблемы, связанные с управлением конкурентоспособности рабочей силы.

Основополагающими принципами формирования состава комплексной характеристики конкурентоспособности работника, по нашему мнению, являются следующие:

- принцип комплексности, предполагающий выделение совокупности элементов, охватывающих всевозможные характеристики работников;
- принцип универсальности, предполагающий возможность применения выделенной совокупности элементов к исследованию конкурентоспособности работников независимо от рода их функциональной деятельности (специалисты, руководители, рабочие);
- принцип квантифицируемости, предполагающий возможность реального измерения элементов выделенной совокупности;
- принцип достоверности, предполагающий, что выделенные элементы действительно характеризуют конкурентоспособность работника [1].

Для оценки конкурентоспособности персонала в целом следует применять показатели эффективности работы предприятия, которые можно сравнить с аналогичными показателями других предприятий. В наиболее общем виде конкурентоспособность персонала предприятия характеризуют следующие показатели: количественные (финансовые результаты деятельности предприятия, доля предприятия на рынке, прирост прибыли предприятия за счет интенсивных факторов, показатели использования трудовых ресурсов) и качественные (координация действий персонала, психологический климат в коллективе, наличие разработок и методов оригинальных для данного предприятия, корпоративная культура, история и перспективы развития предприятия). Для повышения конкурентоспособности в долгосрочном периоде необходимо в первую очередь сосредоточить внимание на качестве персонала, а не на ценовых характеристиках конкурентоспособности.

В итоге человеческий капитал, подобно физическому капиталу, обеспечивает своему обладателю более сложную профессию, больший доход, т.е. более высокое качество жизни. Конкурентоспособность персонала определяется не мерой потребности компании в персонале, а соотношением объема и структуры человеческого капитала персонала количеству и качеству выполняемой им работы, тем самым обеспечивая конкурентоспособность субъекту предпринимательской деятельности.

Список использованных источников

1. Ивановская Л., Сулова Н. Конкурентоспособность управленческого персонала // Маркетинг. 2016. № 6. – 39 с.

**Куліш Н. В., магістрант гр. МОМ-20, ФБСО
Науковий керівник: Орлова К. Є. к.е.н.,
доц. кафедри менеджменту і підприємництва
Державний університет «Житомирська політехніка»**

ІДЕНТИФІКАЦІЯ СУТНОСТІ Й РОЛІ ПОНЯТЬ «ЕФЕКТИВНІСТЬ» І «РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ» У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Важливим критерієм, що визначає цільову спрямованість та доцільність менеджменту підприємства, є його здатність забезпечувати досягнення поставлених цілей з оптимальними витратами. Основними показниками, що характеризують таку здатність є результативність та ефективність управління, що обумовлює необхідність ідентифікації сутності та розмежування визначених понять.

Розмежування понять «результативність» та «ефективність» затверджено на нормативному рівні, зокрема, в ДСТУ ISO 9000:2007, де результативність (effectiveness) визначається як ступінь реалізації запланованої діяльності та досягнення запланованих результатів, а ефективність (efficiency) – це співвідношення (зв'язок) між досягнутим результатом і використаними ресурсами.

Діяльність підприємства має бути як результативною, так і ефективною, адже забезпечення його успішності у довгостроковому періоді, виживання та досягнення цілей передбачає необхідність додержання обох критеріїв. За словами відомого вченого Пітера Друкера, результативність є наслідком того, що «робляться потрібні, правильні речі (doing the right things), а ефективність – наслідок того, що правильно створюються ці самі речі. І перше, і друге однаково важливо».

Сутність ефективності трактується як характеристика досягнутого результату, тобто традиційне співставлення результату до витрат. В англійській мові існують два терміни – efficiency и effectiveness, словникові еквіваленти яких однакові – «ефективність». Однак між цими термінами існує змістовна відмінність: efficiency зазвичай відноситься до використання засобів (ресурсів), в той час як effectiveness (результативність) має відношення до організаційних цілей, поведінки та розвитку. У першому випадку поняття ефективність характеризує ступінь раціональності використання фінансових, організаційних, матеріальних, часових і людських ресурсів. Ефективна організація сфокусована на досягнення ефектів за рахунок структурної та ресурсної оптимізації та контролю внутрішньо-організаційних витрат. У другому випадку термін «ефект» використовується в контексті співвідношення «причина-результат».

Рябкова О. виділяє спільну мету оцінювання показників результативності та ефективності: здійснення управління діяльністю підприємства на основі отриманих результатів для підвищення ймовірності досягнення ним стабільного успіху. І результативність, і ефективність можуть використовуватися при оцінюванні продукції, послуг, процесів, результатів господарювання, системи менеджменту, що визначає багатоаспектність досліджуваних понять. Обидва показники є якісними та можуть використовуватися на різних рівнях: підприємство загалом, структурний підрозділ, вид діяльності, бізнес-процес, робоче місце, що свідчить про їх багаторівневість. Водночас, результативність оцінює результат з точки зору співставлення його із запланованим, а ефективність – із витраченими ресурсами. Відповідно, показник результативності спрямований на збільшення, покращення результату, а показник ефективності – на оптимізацію витрат.

Процес управління результативною в цілях реалізації стратегії господарської діяльності підприємства необхідно здійснювати в напрямі виявлення, оцінки та обліку впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища. Основним критерієм результативності господарської діяльності у конкурентному середовищі є співвідношення сукупності показників, що характеризують ефективність функціонування підприємства як системи чи її складових, у тому числі функціональних підсистем. Результативність, як агрегуючий показник, включає в себе три складові: ефективність, економічність та адаптивність (гнучкість) і дозволяє здійснити комплексну оцінку.

Отже, результативність діяльності підприємства являє собою узагальнюючу характеристику одержаних (відповідно до свідомо й задалегідь визначених цілей та встановлених завдань) різного роду позитивних ефектів, пов'язаних із продуктивним використанням економічних ресурсів на основі повної реалізації наявних можливостей та потенціалу розвитку певного підприємства. До складу основних критеріїв результативності належать прибутковість, економічність, продуктивність, якість продукції, інноваційність, якість трудового життя; ринкова позиція; екологічність.

В цілому результативність підприємства трактується як його здатність досягти встановлених цілей та спрямована на те, щоб усі організаційні рішення і дії відповідали критеріям, визначеним зовнішнім середовищем. Питання підвищення ефективності та результативності діяльності підприємства є однією з визначальних проблем в умовах формування ринкових відносин, коли результати роботи одних суб'єктів ринку залежать від чіткості й злагодженості роботи інших суб'єктів, успішне вирішення якого надає ряд можливостей для подальшого розвитку підприємства, економіки країни та підвищення рівня життя населення.

**Лаврентьев Т. П., Ханько К.В. студенты 4 курса,
научный руководитель Филиппова Т.В., ассистент м.э.н.,
Брестский государственный технический университет**

ОРГАНИЗАЦИЯ И ПЛАНИРОВАНИЕ ИННОВАЦИЙ

Особенностью современной внутрифирменной организации многих компаний стала полная интеграция организационных форм управления инновационной деятельностью в традиционные организационные структуры, что сказывается на вертикальных и горизонтальных связях, системе подчиненности и организационных принципах компаний. Существуют три принципиально отличные формы организации инновационной деятельности: последовательная (построение инновационной деятельности компании на основе принципа последовательности решения задач соответствующими структурными подразделениями компании), параллельная (инновационные мероприятия осуществляются в подразделениях компании одновременно) и интегральная (матричная).

Различают два основных вида организационных структур инновационных предприятий (далее ИП):

- 1) функциональный;
- 2) тематический.

Функциональный тип структуры инновационного предприятия - это совокупность полностью специализированных подразделений, каждое из которых выполняет строго определенные части научных исследований или ОКР, соответствующие их профилю и специализации. Каждое такое подразделение объединяет в своем составе сотрудников однородных специальностей. Группирующим началом служит выполняемая функция или метод работы.

Тематический тип структуры инновационного предприятия характеризуется тем, что здесь подразделения объединяют специалистов различного профиля. Функционируя в условиях почти полной автономии, каждое из тематических подразделений проводит работы по своим темам от начала до конца. Тематическое подразделение имеет в своем составе все виды ресурсов, которые необходимы для своевременного и качественного выполнения темы, и почти не зависит от деятельности других подразделений. При этом тематическая структура как бы нацелена на конечный результат, т.е. на внешнего потребителя.

Организационная структура инновационной организации — совокупность основных подразделений и служб, занимающихся выполнением основных, вспомогательных и обслуживающих функций по управлению инновационным процессом, взаимосвязанных и взаимодействующих с целью целенаправленного воздействия на все виды располагаемых ресурсов и достижения запланированных результатов.

Важнейшими принципами построения и совершенствования организационных структур инновационных организаций являются: первичность целей, функций и задач и вторичность решающих их органов; рациональное разделение и кооперация труда; иерархичность взаимодействия структурных подразделений с минимально возможным уровнем иерархии; специализация каждого структурного подразделения любого уровня на выполнении наиболее узкого круга функций; гибкость и адаптивность структуры управления.

Основными факторами, определяющими тип, сложность и иерархичность организационной структуры предприятия, являются: масштаб производства и объемы продаж; номенклатура выпускаемой продукции; степень развития инфраструктуры региона; уровень специализации, кооперирования, концентрации.

Планирование инноваций — это система расчетов, направленная на выбор и обоснование целей развития ИП и подготовку решений, необходимых для их безусловного достижения. В рамках интегрированной системы менеджмента подсистема планирования выполняет семь частных функций.

Литература

1. Планирование инновационных процессов [Электронный ресурс].- 2020.- Режим доступа: https://sinref.ru/000_uchebniki/0080economica/001_lekcii_economica_02_raznoe_/113.htm.- Дата доступа: 04.11.2020.

ПРОЕКТУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЇ НА ОСНОВІ ЗАСТОСУВАННЯ SADT-МЕТОДОЛОГІЇ

У сучасних умовах функціонування ринку всі підприємства повинні вміти існувати в жорстких умовах сильної конкуренції та пристосовуватися до швидких змін зовнішнього середовища. Тому розгляд питання про застосування SADT-методології для проектування інформаційного середовища з метою формування стратегічного розвитку компанії є наразі актуальним питанням. Адже швидкість прийняття інноваційних, креативних управлінських рішень та підвищення ефективності менеджменту підприємства – це основні чинники, які допомагають підприємству вижити в сучасних умовах ринку.

При вирішенні завдань прогнозування та планування процесів, виникає проблема збору даних та підготовки інформаційної бази для розробки стратегічних напрямів розвитку суб'єктів підприємницької діяльності. Основою отримання достовірних, повних та точних результатів прогнозів є формування інформаційної бази, де будуть систематизовано зберігатися та доповнюватися вся необхідна та актуальна інформація для підприємства. Цією інформацією підприємство зможе оперувати швидко та адекватно, бо вона буде систематизована та зібрана в єдине інформаційне середовище. Головною проблемою, яку ми вирішили розглянути в даній публікації – це організація стратегічного планування на основі вихідних даних за допомогою SADT – методології.

Завданням роботи є формування та аналіз інформації, яку менеджер-управлінець зможе використовувати в процесі обґрунтування основних напрямків стратегічного планування, а також встановлення та формування ефективних інформаційних зв'язків між підрозділами, що будуть задіяні у стратегічному плануванні.

Створення інформаційної бази управління – це складний, багатогранний та досить тривалий процес, який включає в себе збір даних (необхідно зазначити варіативність джерел управлінської інформації – від кількісних методів збору до якісних метаданих віртуальних мереж), їх опис та подальше застосування у стратегічному плануванні організації. В основі даної методології лежить концепція графічного опису систем.

SADT – це методологія структурного аналізу та проектування (Structured Analysis and Design Technique) була розроблена в кінці 60-х рр. XX ст. для опису досить складних штучних систем, і є найпоширенішою методологією аналізу функціонального середовища, яка відображає такі системні характеристики, як управління, зворотній зв'язок, виконавців. Моделювання здійснюється за допомогою графічних елементів та спеціальних правил їх використання. Ця технологія була розроблена Дугласом Россом.

Для проектування інформаційного середовища методологія SADT являє собою сукупність методів, правил і процедур, що призначені для побудови функціональної моделі стратегічного планування на підприємстві. Функціональна модель SADT відображає функціональну структуру об'єкта, тобто функції та дії і описує зв'язок між ними. Правила SADT включають [2]:

1. застосування правила 3-6 блоків до формування рівнів декомпозиції, яке обмежує кількість блоків на кожному з рівнів;
2. логічність та послідовність блоків у діаграмі;
3. унікальність найменувань та міток у діаграмі;
4. застосування універсальних правил для графіки (до блоків та дуг);
5. оптимальний поділ вхідної та управлінської інформації, що включає правило визначення ролі даних;
6. чітке розділення організаційної структури та функціональної моделі.

Ці правила допомагають не відволікатися на інші об'єкти, включати в дослідження тільки головні об'єкти та обґрунтовані зв'язки між ними та зовнішнім середовищем, показувати інформації ясно і чітко, а також відокремлення неважливих, другорядних об'єктів під час обґрунтування напрямків стратегічного планування.

Методологія SADT може використовуватися для моделювання широкого кола інформаційних систем і визначення вимог і функцій, які і включаються для стратегічного планування діяльності підприємства. Потім ця методологія може використовуватися для розробки системи, яка задовольняє ці вимоги і реалізує ці функції.

Для розроблення стратегічного планування на основі SADT-методології потрібно дотримуватися таких кроків:

Секція 3. Сучасні тенденції розвитку теорії та практики менеджменту в глобальному конкурентному середовищі

1. Підготовчий: визначення об'єкту дослідження та його елементів, мети, аналіз зовнішніх і внутрішніх факторів впливу на організацію.

2. Визначення зовнішньої точки спостереження за всіма дослідженнями (зазвичай головний директор), що буде аналізувати та оперативно повідомляти про відхилення)

3. Моделювання: збір та систематизація даних про конкурентів, продукцію, ринок а також внутрішній аналіз організації за допомогою звітностей бухгалтерського обліку і спостережень.

4. Вибір декомпозиції, для аналізу всього підприємства, але розгляду всіх його елементів як окремих і взаємопов'язаних. Є такі види декомпозицій: функціональна стратегія, стратегія декомпозиції ЗР (people-rare-procedures), стратегія декомпозиції на основі аналізу життєвого циклу системи, стратегія з фізичного процесу.

5. Створення дерева функцій підприємства і їх класифікація.

Вихідна SADT-діаграма має на меті уточнити функції всіх підрозділів для створення стратегічного плану [1]. Схематично SADT-модель представлена на Рис. 1.

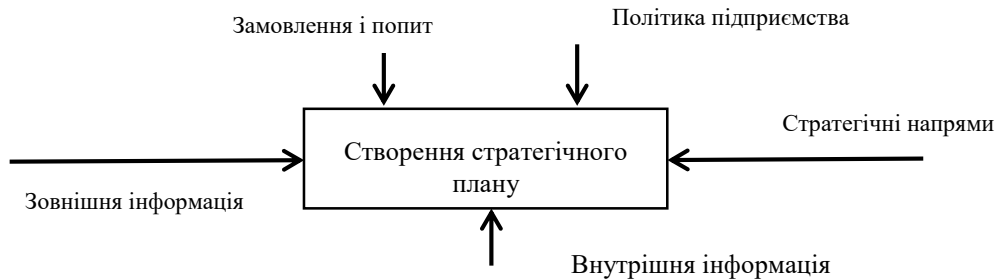


Рис. 1 Вихідна SADT-інформація

Результатом застосування методології SADT є модель, яка складається з діаграм, фрагментів текстів, що мають посилання один на одного. Діаграми – головні компоненти моделі, що показують на якому етапі знаходиться планування стратегії. Зазвичай на діаграмах зображується 4-х етапний план [2]:

1) направленість загальної політики підприємства на підтримку та здійснення стратегічного планування;

2) дослідження ринку та власних можливостей компанії;

3) розробка загальних розділів плану стратегії;

4) складання повного зведеного стратегічного планування та його затвердження.

Кожним із цих етапів займається конкретний відділ підприємства, який відноситься до тієї чи іншої інформації (наприклад, відділ маркетингу займається збором та обробкою даних про товар та конкурентів, а фінансовий відділ займається розрахунком фінансових можливостей і вкладень для реалізації стратегічного плану).

Результатом моделювання та створення стратегічного плану є формування SADT-діаграм, що чітко та чисто показують кожний етап стратегічного плану. Ці діаграми допомагають побачити кожний елемент як окремий об'єкт, але який не відсторонений від інших, а має взаємопов'язані зв'язки. Це допомагає побачити стратегічне планування як одне ціле, що дозволить скласти ефективний стратегічний план з повною та інформативною базою. Також SADT-методологія допомагає розподілити обов'язки між працівниками відділів та їх функції для організації стратегічного планування найбільш ефективним способом.

Використані літературні джерела:

1. Жилінська. Л.О. Обґрунтування структури і змісту стратегічного плану підприємства / Л. О. Жилінська // Інвестиції: практика та досвід. - 2007. - № 4. - С. 32-35.

2. Методологія функціонального моделювання SADT, Комерція, Різне, статті. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://easy-code.com.ua/2012/09/metodologiya-funkcionalnogo-modelyuvannya-sadt-kommerciya-rizne-statti/>

Льовкін Б. С., магістрант, гр. ПВМ-5, ФБСО
Науковий керівник: Орлова К. Є., к.е.н., доц. кафедри менеджменту і підприємництва
Державний університет «Житомирська політехніка»

ОРГАНІЗАЦІЯ ЛОГІСТИЧНОГО УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасні економічні умови визначають важливість питань, пов'язаних із забезпеченням ефективності функціонування підприємства. У свою чергу, однією із важливих статей витрат, що впливають на формування фінансових результатів діяльності підприємств, є витрати, пов'язані із транспортуванням та зберіганням матеріальних цінностей, які становлять об'єкт управління логістичної діяльності.

Логістична діяльність підприємства – це компонент управління ланцюгом поставок, що передбачає планування, впровадження та контроль ефективного прямого та зворотного потоку зберігання товарів, послуг та пов'язаної з ними інформації між точкою виробництва (виготовлення) та точкою споживання з метою задоволення потреб споживачів.

Основною метою логістичного управління є реалізація й узгодження економічних інтересів безпосередніх і опосередкованих учасників підприємницьких процесів через найефективніше використання ресурсів в існуючих на поточний момент умовах господарювання. Реалізація такої мети передбачає забезпечення «доступності», тобто координацію та синхронізацію попиту і пропозиції реципієнтів на продукцію та послуги підприємства при найменшій вартості. Виходячи із зазначеного, основними цілями управління логістичною діяльністю є наступні:

1. Підпорядкування особливостей організації логістичної діяльності вимогам обслуговування та запитам споживачів (тобто система логістики функціонує для забезпечення високого рівня задоволення потреб клієнтів).

2. Мінімізація логістичних витрат (економічно ефективне функціонування логістичної системи).

Важливою характеристикою логістичного управління є системний та комплексний підхід до організації та здійснення переміщень матеріальних ресурсів на всьому шляху від постачання і виготовлення до кінцевого споживання. Одним з ключових компонентів логістичної системи підприємства, що значною мірою визначає її ефективність, є транспортна діяльність.

Для забезпечення реалізації прикладного підходу у дослідженні системи логістичного управління функціонування підприємства, об'єктом аналізу виступило ТОВ «АВТОБУДТРАНС-Б», основним видом діяльності якого є надання послуг вантажного автомобільного транспорту.

З урахуванням специфіки діяльності підприємства, зосередимо увагу на удосконаленні логістики вантажного транспорту. Логістика вантажоперевезень – це свого роду мистецтво управління вантажопотоками для організації раціонального перевезення вантажів з максимальною ефективністю і мінімізацією втрат. Спеціаліст з транспортної логістики повинен виконувати цілий комплекс робіт, які спрямовані на оцінку і розподіл транспортних витрат, а також на управління вантажопотоком для оптимізації процесу перевезення, будь то звичайний квартирний переїзд або міжнародні вантажоперевезення.

Логіст повинен враховувати такі чинники, як:

– розробка маршруту з урахуванням особливостей регіону (стан доріг, інтенсивність руху, кліматичні умови тощо) з відповідним розрахунком тривалості та протяжності шляху та вибором оптимального виду транспорту;

– вибір ефективного виду страхування ризиків;

– розрахунок витрат на складське зберігання та на навантаження-розвантаження;

– можливість формування збірних вантажів тощо.

Одним з інструментів, що надає можливість врахувати вищезазначені чинники та підвищити рівень ефективності організації логістичної діяльності, є використання сучасних технологій у транспортній логістиці. Водночас, слід відмітити явний дефіцит інформації про відповідне програмне забезпечення. На жаль, спеціалізованих програм не так і багато, крім того, практично неможливо знайти об'єктивну аналітику щодо їх переваг і недоліків. Враховуючи досить високу вартість цих програм, не дивно, що підприємства-перевізники обмежують придбання відповідних програм. Вирішення даної проблеми транспортної логістики залежить у першу чергу від розробників програмного забезпечення, які повинні не тільки створювати якісний продукт, а й в дохідливій формі доносити його переваги та відмінності від аналогічних пакетів програм, забезпечувати комунікацію із потенційними споживачами. Тільки тоді розробник зможе продати свій товар, логістична фірма отримує потрібне програмне забезпечення, а відправники – можливість відправити свій вантаж на більш вигідних умовах.

Отже, для удосконалення логістичної діяльності вкрай важливими є наявність та використання підприємством сучасних інформаційних технологій та платформ, а також оптимальних моделей управління, що необхідні для оптимізації руху товарів та послуг, ресурсів та інших об'єктів.

МСБ В СИСТЕМІ ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ PROZORRO

Публічні закупівлі є найважливішою діяльністю як для державних організацій в якості споживачів різноманітних товарів і послуг, так і для бізнесових структур в якості їх постачальників. В Україні з 2016 року впроваджена система електронних публічних закупівель ProZorro. З її впровадженням державні організації отримали переваги зручного та зрозумілого процесу закупівель на базі відкритої конкуренції постачальників, результатом чого є кардинальна економія коштів платників податків та часу як державних службовців, так і підприємців. З іншого боку, бізнесові структури отримали можливість вільно і відкрито приймати участь в державних закупівлях, незалежно від розміру та форми і структури існування. З цієї точки зору одним з важливіших напрямків розвитку і розповсюдження публічних закупівель в Україні є залучення представників малого та середнього бізнесу (МСБ).

Дане дослідження присвячене аналізу динаміки участі МСБ в публічних закупівлях в Україні за три повних послідовних роки (2017-2019рр.). Цей аналіз спирається на дані професійного модулю аналітики ProZorro [1].

В якості типових представників МСБ було обрано фізичних осіб-підприємців (далі – ФОП). Проведений аналіз стосується частки ФОП серед всіх учасників системи публічних закупівель ProZorro за параметрами кількості тендерів та очікуваної вартості закупівель (таблиця 1).

Як видно з таблиці, найбільш затребуваними процедурами, в яких брали участь ФОП, були допорогові закупівлі, процедури звітування про укладений договір, відкриті торги та переговорні процедури для потреб оборони.

З таблиці вочевидь простежується тенденція збільшення частки участі ФОП за параметром кількості тендерів майже за усіма процедурами закупівлі (за винятком відкритих торгів із публікацією англійською мовою, які, зрозуміло, є досить складними для МСБ з точки зору мовних та процедурних обмежень). Загалом за всіма процедурами закупівлі доля ФОП поступово збільшувалась з 25,01% до 26,11%.

Таблиця 1

Доля участі ФОП в системі публічних закупівель ProZorro, 2017-2019рр. за параметрами кількості тендерів та очікуваної вартості закупівель, % [1]

Процедура закупівлі	Кількість тендерів			Очікувана вартість		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019
Допорогова закупівля	26,86	27,62	27,98	4,83	3,21	8,80
Процедура звітування про укладений договір	27,67	28,07	28,39	10,57	12,59	11,25
Переговорна процедура	5,77	8,01	8,16	1,20	1,34	1,54
Переговорна процедура за нагальною потребою	0,57	0,51	0,56	0,22	0,32	0,23
Відкриті торги	11,10	12,08	13,47	3,90	3,84	4,98
Відкриті торги із публікацією англійською мовою	2,41	2,71	2,38	0,52	0,57	0,47
Переговорна процедура (для потреб оборони)	10,61	6,80	12,47	1,82	1,00	1,24
Загалом	25,01	25,59	26,11	3,15	3,68	4,07

Доля ФОП за параметром очікуваної вартості закупівель значно відстає від відповідних показників за параметром кількості закупівель, що зрозуміло, оскільки ФОП часто мають фінансові/ технічні/ технологічні/ організаційні обмеження для участі в надвеликих закупівлях, але їх велика кількість обумовлює високу долю за параметром кількості тендерів.

За параметром очікуваної вартості закупівель теж можна констатувати поступове збільшення долі ФОП загалом за всіма процедурами закупівлі (з 3,15% до 4,07%), однак за окремими процедурами закупівлі картина не така однорідна. Так, для допорогових закупівель і відкритих торгів доля ФОП знизилась в 2018 році, але зросла вище початкового рівня в 2019 році. Доля процедур звітування про укладений договір та переговорних процедур за нагальною потребою, навпаки, зросла в 2018 році, однак

Секція 3. Сучасні тенденції розвитку теорії та практики менеджменту в глобальному конкурентному середовищі

впала в 2019, але перевищила рівень 2017 року. Доля переговорних процедур для потреб оборони та відкритих торгів із публікацією англійською мовою знизилась в 2019 році в зрівнянні з початковим рівнем.

Таким чином, проведене дослідження дозволило зробити висновок про поступову активізацію участі ФОП в публічних закупівлях в Україні впродовж 2017-2019рр. щонайменше для основних процедур закупівель – допорогових закупівель, процедур звітування про укладений договір та відкритих торгів.

Список використаних джерел

1. Професійний модуль аналітики [Електронний ресурс]. ProZorro. 2018. Режим доступу до ресурсу: <http://bipro.prozorro.org>.

Миколайчук Н. М., магістрант, гр. МОМ-20, ФБСО
Науковий керівник: Орлова К. Є. к.е.н., доц. кафедри менеджменту і підприємництва
Державний університет «Житомирська політехніка»

ВРЕГУЛЮВАННЯ КОНФЛІКТІВ З КЛІЄНТАМИ – ВАЖЛИВА НАВИЧКА МЕНЕДЖЕРА В СУЧАСНИХ УМОВАХ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

Взаємодіючи, спілкуючись один з одним, люди нерідко потрапляють у конфліктні ситуації. Конфлікти існують у всіх сферах соціально-економічного життя, причини їх дуже різноманітні.

В будь-якій компанії при роботі з клієнтами виникають конфлікти, вони є неминучими, водночас, наслідки конфліктів можуть бути як негативними, так і позитивними. Конфлікт може призвести до розриву відносин з клієнтом, який, в свою чергу, може вдатися до «чорного піару» компанії, що буде мати негативний вплив на імідж компанії. З іншого боку, конфлікт – це передумова прояснення прихованих мотивів, пригнічених емоцій, невдоволення, яке не мало прояву. Таким чином, вміння попереджати та врегульовувати конфліктні ситуації, ефективно їх вирішувати та черпати з них вигоди для покращення роботи компанії є однією з важливих навичок менеджера, та взагалі будь-якого працівника, який взаємодіє з клієнтами.

Дослідженню проблематики конфліктів присвячено багато праць. Так, наприклад Г. Зіммель розглядав в своїх працях соціологію конфлікту, а Р. Дарендорф та Л. Козер поклали початок для появи такого напрямку наукових досліджень, як конфліктологія. З. Фрейд розглядав конфлікт як щось неминуче. Д. Карнегі вважав, що кращий спосіб перемогти в конфлікті – уникати його [2]. Водночас, не дивлячись на те, що тема вирішення конфліктів розглядається в багатьох працях, вона і досі залишається відкритою.

Конфлікт (від лат. *conflictus* – зіткнення) – це розбіжність інтересів, поглядів, зіткнення протилежних думок. Конфлікт з клієнтом – це загострення протиріччя у взаємовідносинах між працівником компанії та клієнтом, порушення нормального перебігу діалогу, що супроводжується взаємними докорами і звинуваченнями, образами і погрозами.

Причини виникнення конфліктів з клієнтами різноманітні. Розглянемо найбільш розповсюджені:

1. Помилка системи. В світі немає ідеальних систем. В кожній сфері послуг та продажів є брак, непередбачуваний збіг обставин або людський фактор, тобто обставини, на які вплинути дуже важко.

2. Фрустрація, невиправдані очікування. Це розбіжність очікувань клієнта з реальністю, і не обов'язково це має відношення до якості продукту або послуги. Клієнт може обуритися завищеною вартістю, відсутністю знижки тощо.

3. Поганий день. Всі люди піддаються емоціям. Найбільш поширена причина – відіграш клієнтом власних емоцій, що накопичилися у нього до приходу у будь-яку організацію.

4. Хейтери. Це люди, які живуть у негативному світі. На них ви взагалі не зможете вплинути, оскільки вони всюди шукають та притягують негатив. При першій можливості вони будуть намагатися виплеснути на вас свою агресію. «Зірвати зло» – побутова звичка людей, які не вміють справлятися з власними емоціями і переживаннями.

5. Стратегічна позиція клієнта. Це навмисно обрана клієнтом позиція для маніпуляції та підвищення градусу конфлікту, щоб потім отримати з цього якусь особисту вигоду.

6. Психологічна «несумісність». Вона має глибокі причини перенесення витіснених конфліктів з одних об'єктів на інші.

7. Психоемоційний стан. Конфліктна ситуація може виникнути в силу психоемоційного стану як клієнта, так і працівника організації – сильного стресу, вигорання, перезбудження [1].

Оскільки уникнути конфлікту не завжди можливо, необхідно вміти перевести діалог у конструктивне русло та підбирати більш дипломатичні висловлення.

Джамі Оттінг – старший менеджер групи стратегії мультимедійного контенту HubSpot, вважає, що якщо компанія буде мати певну стратегію щодо зменшення конфлікту, це буде сприяти більшому задоволенню серед клієнтів та співробітників [4]. Вона пропонує наступні стратегії вирішення конфліктів з клієнтами.

1. Визначте, чи варто обговорювати проблему. Це не заклик уникати проблем, але є деякі проблеми, про які не варто згадувати – емоційна енергія і професійний час, які будуть потрібні для вирішення цієї проблеми, набагато більші за негативний вплив на вашу компанію та команду співробітників. Багато людей бояться конфлікту і намагаються уникнути його будь-якою ціною. Ставлячи це питання, ви можете викликати у іншої людини почуття дискомфорту і оборонну позицію. Отже, тоді будьте готові до того, що або все стане на свої місця, або сформується образи.

2. Використовуйте правильну мову тіла. Те, як ви сидите, ваша міміка і ваш словесний тон, дають людині по іншу сторону столу багато інформації щодо вашого підходу до вирішення проблеми. Згідно

Секція 3. Сучасні тенденції розвитку теорії та практики менеджменту в глобальному конкурентному середовищі

статистики лише 7% повідомлення передається за допомогою слів, в той час як 38% передається за допомогою голосових елементів і 55% за допомогою невербальних сигналів, таких як обличчя і поза [4]. Якщо мова тіла людини-опонента позитивна і демонструє відкритість, вам потрібно відобразити його позу і положення. Не схищуйте руки, оскільки це вказує на агресію з вашого боку. Спробуйте сісти ближче до людини, щоб показати свою готовність співпрацювати і спілкуватися.

3. Зосередьтеся на фактах, а не на особистій думці. Ви можете бути засліплені вашою особистою думкою про людину, але варто зосередитися на проблемі. Почніть розмову з окреслення фактів – хто, що, де, коли, чому, як – і залишайтеся об'єктивними. Якщо ситуація вимагає згадки емоційного підтексту, використовуйте такі фрази, як «Я відчуваю...» або «Коли ви зробили..., це змусило мене відчути...» [4].

4. Дозвольте всім висловитися. Клієнти, що йдуть, часто скаржаться, що їх не почули. Можливо, вони висловили потребу або підкреслили проблему, але співробітники компанії або зменшували важливість проблеми, або ніколи не доводили її до відома своїх керівників. Якщо ви вже визначили проблему і працюєте над вирішенням конфлікту, обов'язково дозволяйте клієнту повністю виразити свої почуття і думки. Дайте клієнту час, щоб детально розповісти про те, що сталося і що він відчув при цьому. Деяким досить просто знати, що їхні побоювання були озвучені і почуті.

5. Будьте уважні до слів, до мови. Конкретні слова можуть спонукати людей зайняти оборонну позицію або поставити під сумнів ваші мотиви, які спонукають виділити проблему. Якщо у вас виникли розбіжності з клієнтом, використовуйте «і» замість «але».

6. Сфокусуйте клієнта на впливовості. Спробуйте переорієнтувати клієнта на те, що дійсно важливо. Вибачтеся і запитайте, чи може він рухатися далі в цьому питанні. Зробіть так, щоб клієнт зрозумів, що ви прагнете досягти саме його мети.

7. Підійдіть до проблеми зі співчуттям. Зосередження лише на тому, як проблема негативно вплинула на вашу команду – це неправильний підхід до вирішення конфлікту. Подумайте, чому клієнт засмучений або розчарований у відносинах. Обміркуйте наслідки для нього. Постарайтеся зрозуміти, чому клієнт відчуває труднощі [4].

Вікторія Даунінг – Президент Remodelers Advantage, компанії яка допомагає навчати команду працівників роботі з клієнтами, говорить про те, що цикл конфлікту з клієнтом складається з чотирьох етапів [3].

Етап 1. Повідомлення. Це коли ваш клієнт вперше висловлює своє занепокоєння. Ви можете отримати телефонний дзвінок, але ще більш поширеним є отримання електронного листа. Навіть якщо ваш клієнт вирішить поскаржитися по електронній пошті, не піддавайтеся бажанням наслідувати його приклад. Замість цього візьміть телефон і призначте час для особистої зустрічі.

Етап 2. Видаліть «занозу» до того, як вона призведе до «зараження». Чим більше часу потрібно на вирішення проблеми, тим серйозніше проблема в очах вашого клієнта. Як тільки ви почуєте про проблему – безпосередньо від клієнта або від співробітника – негайно зверніться до клієнта. Це показує, що ви зацікавлені і прагнете задовольнити потреби клієнтів.

Етап 3. Знижуйте тиск. Коли ви нарешті зустрінетеся з клієнтом, зберігайте холоднокровність. Навіть якщо ви знаєте, що клієнт абсолютно неправий, не дозволяйте емоціям взяти над вами верх. Найголовніше спочатку вислухати. У вас може виникнути спокуса відразу ж спробувати вирішити проблему (або, що ще гірше, відстояти свою позицію), водночас, ви повинні дати клієнту можливість висловитися. Не перебивайте клієнта та уважно слухайте, що кажуть. Це показує, що ви щиро піклуєтеся про проблему і хочете допомогти [3].

Етап 4. Рішення. Як тільки клієнт звільнить все стримувані емоції, вам пора поговорити. Перші слова повинні бути його. Іншими словами, повторіть щойно висловлені ним побоювання. Це переконує клієнта в тому, що ви слухали і розумієте проблему, та допомагає заспокоїти ситуацію. Крім того, повторення проблеми гарантує, що ви і клієнт згодні в повному обсязі проблеми [3].

Уникнути конфліктів з клієнтами взагалі неможливо. Отже, кожний менеджер / працівник повинен бути підготовлений до конфліктів та вміти використати ситуацію, яка виникла, на покращення діяльності компанії.

Застосовуючи запропоновані вище поради менеджер / працівник зберігає ясне мислення, добре володіє собою, легко управляє конфліктом, швидко виправляє допущені помилки і при цьому зберігає добрі стосунки з клієнтами.

Список використаних джерел

1. Асланов Т. Альфа продавця. Спецназ в отделе продаж. СПб: Питер. 2017. 192 с.
2. Петришин Г.Р. Конфліктологія: навч.-метод. посіб. Тернопіль: ТНПУ, 2014. 64 с.
3. Dealing with client conflict: How to navigate the 4 stages. URL: <https://remodelersadvantage.com/dealing-client-conflict/>
4. 7 Strategies for handling & resolving conflicts with clients. URL: <https://blog.hubspot.com/agency/conflicts-clients>.

ЕВОЛЮЦІЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ СТРУКТУР ТА ЇХ КЛАСИФІКАЦІЯ

Організаційна структура управління розуміється автором як система зв'язків і відносин, що виникають (зникають) у процесі діяльності щодо досягнення спільної мети між усіма учасниками із врахуванням прав, обов'язків відповідно до рівнів підпорядкування. Еволюційно організаційні структури змінювалися залежно від типу індустрій, тому виділяють три етапи та, відповідно, три види організаційних структур [1]: 1) жорстко ієрархічні, централізовані, механістичні структури; 2) децентралізовані й м'які дивізіональні й адаптивні структури; 3) гнучкі й плоскі структури, різноманітність форм інтеграції й дезінтеграції фірм. Вказані види принципово реалізуються в три типи організаційних структур, які мають свої варіації: вертикальний, горизонтальний, мережевий [1,2]. Перші два типи вважаються традиційними, а остання, яка ще має назви: стабільна, динамічна, внутрішня – відноситься до сучасних, адже з'вилася в кінці 90-х років ХХст та є слабкодослідженою. В роботі [3] за ступенем гнучкості (адаптивності) всі існуючі організаційні структури ділять на 2 типи: ієрархічні (лінійна, функціональна, лінійно-функціональна, лінійно-штабна, дивізіональна) та адаптивні (гнучкі) – бригадна, матрична, проектна, мережева, багатомірні. При цьому, дивізіональну структуру відносять як до ієрархічних [2,3,4], так і до гнучких (адаптивних) структур [5]. Як бачимо, відбувається як ототожнення гнучких та адаптивних структур, так і їх сприйняття як структур різного виду, що потребує уточнення в процесі дослідження.

Найбільш широко класифікація організаційних структур (ОС) представлена в роботі [6], де всі оргструктури розподілено на формальні та неформальні, а також здійснено їх класифікацію за часовими умовами існування (постійні та тимчасові); ступенем гнучкості й адаптивності (механістичні (бюрократичні) та адаптивні); рівнем та глибиною прийняття рішень (одномірні та багатомірні); горизонтальними (лінійні, функціональні, штабні, дивізіональні, процесні, проектні, матричні, мережеві) та вертикальними взаємодіями (ієрархічні (високі), централізовані, децентралізовані, горизонтальні (плоскі)); взаємодією з людиною (корпоративні та індивідуалістичні); технологією роботи (реальні та віртуальні). При цьому автор виходить із розуміння організаційної структури як синтезу виробничої структури та структури управління. Тому запропоновану класифікацію відносно організаційних структур управління (ОСУ) приймаємо лише частково, в межах структур управління. Слід відмітити важливу особливість запропонованої класифікації – неформальні організаційні структури, які, в роботі [7], визначені як сучасний тренд. До них віднесено «групи якості», тимчасові творчі колективи, тощо. Окрім того, підвищення ролі соціального партнерства також впливає на рівень формальності структур - системи участі робітників у групах з прийняття рішень, радах правління компанією – роблячи їх більш гнучкими та переводячи формальне підпорядкування в неформальне. Також сучасним трендом є підвищення гнучкості управлінських структур, яка базується на діджиталізації, максимальній адаптації до змін зовнішнього середовища, максимальна гнучкість структури, самоорганізації. Базуючись на цьому, виділення ОСУ за технологією роботи має сенс і актуалізується в сучасних умовах пандемії. Цікавим є виділення сучасних організаційних структур управління в роботі [8], до яких віднесено мережеві, віртуальні, багатомірні, кругові, інтелектуальні (самонавчальні).

Отже, еволюційно спостерігаємо перехід від жорстких (ригідних) організаційних структур управління до більш гнучких, адаптивних з високим рівнем самоорганізації.

Література

- 1 Шорохов В. В. Особливості еволюції організаційних структур управління підприємством. Ефективність державного управління. - 2015. - Вип. 44(2). - С. 48-57.
- 2 Щербина О. В. Еволюція організаційних структур: сутність, етапи, принципи URL: <https://ir.kneu.edu.ua/handle/2010/5849>
- 3 Станінов С.Б. Адаптивна організаційна структура як важлива компонента забезпечення стратегічної гнучкості підприємства в умовах інноваційного розвитку
- 4 Кармінська-Белоброва М. В. Організаційні структури управління підприємством. Бізнес Інформ, 2012. № 12. С. 192-195.
- 5 Кошельник В. М. Особливості формування і розвитку організаційних структур управління підприємством у ринкових умовах. Формування ринкової економіки, 2009. Спец. Випуск. С. 386–393.
- 6 Петренко С.А. Порівняльний аналіз моделей організаційних структур підприємства URL: <https://econforum.duan.edu.ua/images/PDF/2010/2/33.pdf>
- 7 Антипенко Є. Ю., Стасенко Т. Є. Сучасні тенденції розвитку організаційних структур управління ланцюгами поставок будівельних організацій у ринкових умовах URL: <https://cutt.ly/Lgb9VKc>
- 8 Зайченко К.С., Дашенко Н.М. Сучасні організаційні структури управління інноваційноактивними малими підприємствами. Економіка. Менеджмент. Бізнес. - 2014. - № 3. - С. 104-110

**Остапчук Т.П., д.е.н., доц.,
завідувач кафедри менеджменту і підприємництва,
Лавренчук О.О., студентка 5 курсу
Державний університет «Житомирська політехніка»**

УПРАВЛІННЯ ЗЕМЕЛЬНИМИ РЕСУРСАМИ: ПИТАННЯ ПРАВА ВЛАСНОСТІ НА НИХ

Питання права власності в сфері земельних відносин в Україні мають складний характер, який стосується не лише економічних аспектів, але й тісно пов'язаний з соціальними напрямками.

Як зазначає Л.І. Кошкін, до теперішнього часу облік, оцінку, оподаткування, управління, розпорядження об'єктами землі проводять окремо¹. Як наслідок, виникають проблеми, пов'язані з використанням земельних ділянок як повноцінного активу, що, в свою чергу, знижує їх інвестиційну привабливість. Можливість впровадження на практиці ефективних економічних механізмів у сфері управління землею обмежена відсутністю систематизованих і достовірних відомостей про земельні ділянки, сучасних автоматизованих систем та інформаційних технологій їх обліку й оцінки.

Тому, варто зазначити, що усунення вказаних проблем, які стримують соціально-економічний розвиток країни, дозволить реалізувати конституційні норми і гарантії прав власності на землю, активізує залучення земельних ділянок в ринковий обіг, сформує основи для збереження природних властивостей та якості земель у процесі їх використання, сформує бази їх економічно обґрунтованого оподаткування. Крім того, в ході проведення земельної реформи в Україні виникло багато проблем, пов'язаних із забезпеченням прав власності на землю, що призвело до масового використання сільськогосподарських земель без юридичного оформлення та відповідно належного управління ними. Структуру земельних відносин, що існують в Україні, найбільш повно характеризують відносини власності на землю. Саме вони і визначають форми господарського використання земельних ресурсів, форми земельних угод та форми фінансового забезпечення земельного обігу.

В юридичному розумінні, власність на земельні ресурси проявляється як результат закріплення суспільних відносин власності в правових нормах. При цьому характер і зміст юридичних норм в праві власності на землю визначається економічними відносинами власності в суспільстві. Шебаніна О.В. визначає, що поняття власності на землю також варто розглядати разом за двома аспектами: економічним та юридичним. Так, земельна власність в економічному аспекті являє собою систему суспільних економічних відносин з приводу присвоєння землі, перетворення її на благо, що належить окремій особі². Як юридична категорія земельна власність являє собою результат закріплення правовими нормами економічних суспільних відносин щодо присвоєння землі, тобто відносин володіння, користування та розпорядження землею особами, які юридично визнані власниками відповідних земельних ділянок. А таке закріплення має вираження у праві власності на землю.

Зараз дуже популярним серед вчених, які використовують кількісні методи дослідження та методи візуалізації результатів дослідження, є сервіс від Google Books Ngram Viewer, оскільки він опрацьовує літературні джерела на основних мовах світу, одночасно аналізує декілька десятків мільйонів книг, підраховує частоту використання ключових термінів в літературних джерелах за декілька століть, дає посилання на кожен результат пошуку в Google books. Таким чином, за допомогою цього сервісу є можливість дослідити коли взагалі в літературних джерелах різних країн з'явилося поняття «право власності», та яка динаміка розгляду основних проблемних питань існувала за цим напрямом. Аналіз історії використання поняття «право власності» з 1800 до 2008 рр. (див. рис. 1), проведений з використанням on-line сервісу Books Ngram Viewer, показує, що за останні роки підвищується цікавість дослідників до проблемних питань за цим напрямом як в нашій країні, так і в інших країнах світу. Крім того, з 1800 року згадки за цим поняттям з'явилися в англійських джерелах у 1803 році, а саме в історичному виданні: A Systematic and Historical Exposition of Roman Law in the Order of a Code³; в російськомовних літературних джерелах в 1810 році – Краткое руководство к систематическому познанию частного гражданского права России⁴.

¹ Управление земельными ресурсами. Учебно-практическое пособие / Под ред. д.э.н., проф. Л.И. Кошкина. М.: ВШПП, 2004. 520 с., с. 38

² Шебаніна О.В. Орендні земельні відносини: сучасний стан та основні напрями удосконалення. Економіка АПК. 2008. № 7. С. 7–13

³ Hunter W. 1803. A Systematic and Historical Exposition of Roman Law in the Order of a Code. URL: https://books.google.com.ua/books?id=5HgMAAAAYAAJ&pg=PA284&dq=%22ownership%22&hl=uk&sa=X&ved=0ahUKewj2wZGjz_neAhUBCywKHd6wBxUQ6AEIJzAA#v=onepage&q=%22ownership%22&f=false

⁴ Терлайіс Г. Краткое руководство к систематическому познанию частного гражданского права России. – Императорская академия наук. – С.Петербург. – 1810. – 244 с. URL: <https://books.google.com.ua/books?id=T5MqAAAAAYAAJ&pg=PA103&dq=%22D1%81%D0%BE%D0%B1%D1%81>

Секція 3. Сучасні тенденції розвитку теорії та практики менеджменту в глобальному конкурентному середовищі

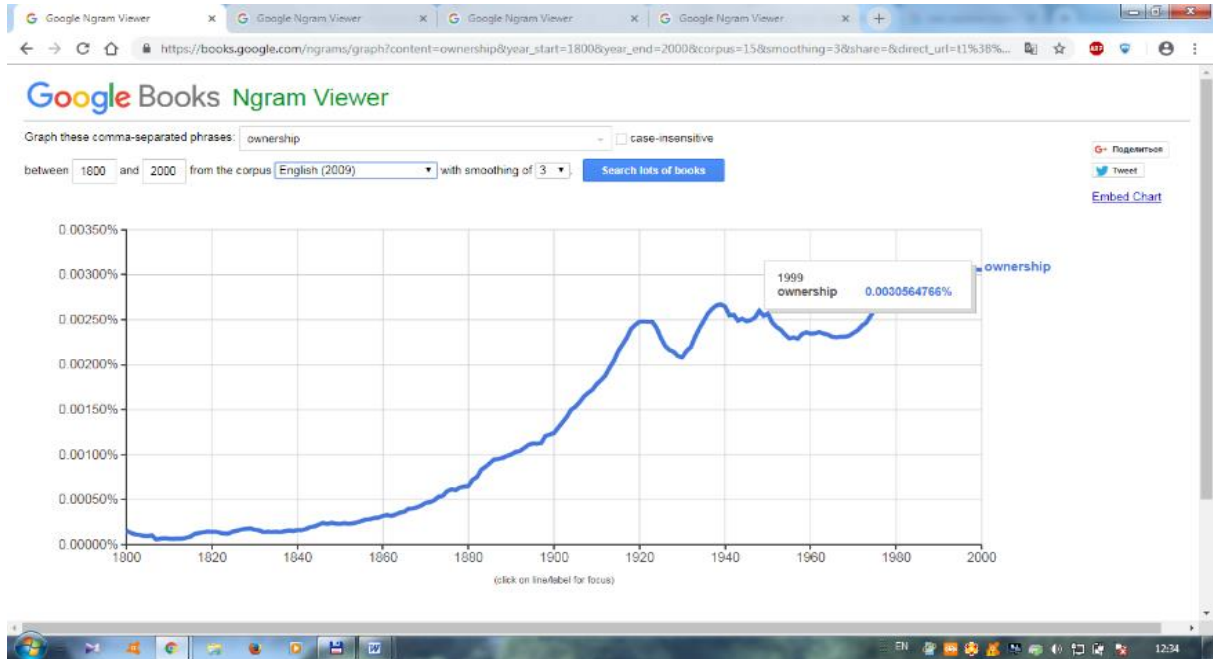


Рис. 1. Аналіз використання поняття «право власності» в англomовних літературних джерелах з 1800–2008 рр. за допомогою сервісу від Google Books Ngram Viewer

Взагалі багато століть назад ідея права власності була сформована в римському праві. Право власності – це найважливіший інструмент регулювання відносин як фізичних, так і юридичних осіб.



Рис. 2. Аналіз використання поняття «право власності» в російськомовних джерелах з 1800–2008 рр. за допомогою сервісу від Google Books Ngram Viewer

Історично склалось так, що земельні відносини відіграють величезну роль і займають особливе місце в системі суспільних відносин. Складність розвитку земельних відносин обумовлена головним чином тим, що вони є досить динамічними, та знаходяться в тісному взаємозв'язку з економічними, соціальними, екологічними та історичними відносинами. Таким чином, фундаментальною основою управління земельними відносинами є саме відносини земельної власності, які є багаторівневою організаційно-економічною системою, що спрямована на перетворення відносин власності в сфері земельного обігу.

81%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C%22&hl=uk&sa=X&ved=0ahUKEwiZ5_TQ2vneAhUMECwKHerEAgIQ6AEIOTAC#v=onepage&q=%22%D1%81%D0%BE%D0%B1%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C%22&f=false

ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПЦІЇ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) є важливою складовою концепції розвитку сучасного підприємства. Адже, завдяки високому рівню розвитку корпоративної соціальної відповідальності, як показує закордонний досвід, підприємство набуває цілий ряд переваг та займає важливе місце в житті суспільства. Але відсутність у керівників вітчизняних підприємств ефективних інструментів реалізації принципів корпоративної соціальної відповідальності призводить до відсутності або часткової втрати, в кращому випадку, соціальної активності та значимості, зниження рівня ділової репутації та конкурентоспроможності суб'єкта господарювання.

На сьогодні у світовій науковій і діловій літературі, присвяченій проблемам відносин бізнесу і суспільства, використовується безліч концепцій, асоційованих з КСВ. Серед них найбільшу популярність одержали: власне «корпоративна соціальна відповідальність», «корпоративна соціальна сприйнятливість» і «корпоративна соціальна сумлінність», «етика бізнесу» і «корпоративна філантропія», «соціальні проблеми», «корпоративна соціальна діяльність» і «процес корпоративної соціальної політики», «менеджмент зацікавлених сторін» і «корпоративне громадянство», «стійкий розвиток» і «корпоративна стійкість», «корпоративна репутація» і «соціально відповідальне інвестування», «потрійна звітність» і «корпоративна соціальна звітність».

КСВ у найбільш загальному тлумаченні — це раціональний відгук організації на систему суперечливих очікувань заінтересованих сторін (стейкхолдерів), що спрямований на стійкий розвиток компанії; це відповідальність тих, хто приймає бізнес-рішення, перед тими, на кого ці рішення націлені.

Відповідно до класифікації Ф. Котлера соціально-відповідальну діяльність організації можна звести до шести основних ініціатив: 1) благодійні справи - залучення уваги суспільства до певної соціальної потреби або допомога в зборі коштів, залучення учасників та волонтерів; 2) благодійний маркетинг - зобов'язання робити внески або відраховувати відсотки від обсягів продажу на благодійну справу; 3) корпоративний соціальний маркетинг - підтримка кампаній покращення суспільного здоров'я або безпеки, та сприяння захисту навколишнього середовища; 4) корпоративна філантропія - пожертвування безпосередньо благодійній організації, як правило у вигляді грошових грантів, подарунків та / або товарів і послуг; 5) волонтерська робота в інтересах суспільства - підтримка та заохочення працівників допомагати місцевим громадським організаціям та ініціативам; 6) соціально-етичні підходи до ведення бізнесу - впровадження практики ведення бізнесу та інвестиції, що сприяють росту добробуту суспільства та збереженню навколишнього середовища.

Узагальнюючи проведені дослідження пропонуємо під КСВ підприємств розуміти: відповідальне ставлення до розробки товарів та обслуговування споживачів; відповідальне ставлення до працівників компанії, що передбачає створення та підтримання необхідних комфортних умов для роботи, виплата заробітної плати, розвиток персоналу, підвищення рівня кваліфікації та професіоналізму, сприяння веденню здорового способу життя та оздоровлення працівників; участь у соціальних та благодійних проєктах і програмах; відповідальність перед місцевим населенням та збереження навколишнього середовища, дотримання норм етики та моралі.

Погоджуємось з науковцями щодо виділення наступних основних переваг корпоративної соціальної відповідальності для розвитку підприємств: 1. Збільшення прибутку, прискорення темпів зростання. 2. Доступ до соціально-відповідальних інвестицій, при розподілі яких інвестори беруть до уваги показники, що характеризують діяльність компанії в соціальній та етичній сферах, у сфері захисту навколишнього середовища. 3. Скорочення операційних витрат, наприклад, за рахунок збільшення ефективності використання електроенергії, природних ресурсів. 4. Формування позитивної репутації і бренду, що допомагає розвивати та відкривати нові ринки і напрямки туристичного бізнесу. 5. Зростання обсягів реалізації послуг, підвищення лояльності клієнтів. 6. Підвищення продуктивності і якості послуг, як наслідок ефективної внутрішньої політики. 7. Більша можливість залучати та утримувати співробітників. 8. Зменшення претензій з боку регулюючих органів. 9. Доступ до нових ринків, зокрема міжнародних, стандартизація згідно з міжнародними критеріями (ISO і т.д.). 10. Ефективне управління ризиками - своєчасний і оперативний доступ до інформації з безлічі компетентних джерел і можливість швидко реагувати на критичні проблеми в регіоні. 11. Залучення коштів спеціалізованих фондів «соціальних інвестицій» під соціально-орієнтовані програми, реалізовані соціально-відповідальними компаніями. 12. Зростання рівня конкурентоспроможності.

Таким чином, впровадження КСВ в стратегію діяльності підприємства має ряд позитивних наслідків як для самого суб'єкта господарювання, так і для суспільства в цілому.

Поліщук Т. Б., магістрант, гр. ЗПВ-20-2М, ФБСО
Науковий керівник – к.е.н., доц. Орлова К.Є.
Державний університет «Житомирська політехніка»

УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

На сьогоднішній день торгівля є перспективною, інвестиційно привабливою та ефективною ланкою економіки України. Адже її розвиток завжди був об'єктивним показником добробуту населення. Щороку сфера торгівлі підвищує обсяги товарообороту, використовуючи під час роботи новітні технології, задовольняє потреби населення у якісних товарах і послугах.

Управління торговим асортиментом – діяльність відповідних служб торговельного підприємства з моніторингу, аналізу управлінських рішень в області маркетингу, збуту й виробництва з метою адаптації асортименту до потреб споживачів.

Основними проблемами у сфері управління асортиментом є наступні:

- потреби споживачів швидко змінюються, тому торговельне підприємство вимушено постійно оновлювати свій асортимент, а для цього потрібні допоміжні ресурси;
- жорстка конкуренція приводить до того, що новий товар, який виведений на ринок не встигає перекрити інвестиції в його виробництво й просування;
- на торговельних підприємствах не налагоджена система управління асортиментом через складність прогнозування змін попиту споживачів й відсутності методик оптимізації асортименту.

Водночас, управління асортиментом є значним ресурсом підвищення рентабельності реалізації споживчих товарів на підприємствах роздрібно торгівлі.

Кінцевою ланкою, що завершує процес просування товарів від виробника до споживача, є роздрібна торгівля. Згідно з національним стандартом України «Роздрібна та оптова торгівля. Терміни та визначення понять», роздрібна торгівля – сфера підприємницької діяльності з продажу товарів або послуг на основі усного або письмового договорів купівлі-продажу безпосередньо кінцевим споживачам для їх власного некомерційного використання.

Роздрібна торгівля забезпечує реалізацію таких функцій:

- дослідження кон'юнктури, що склалася на товарному ринку;
- визначення попиту і пропозиції на конкретні види товарів;
- забезпечення балансу між пропозицією та попитом з одночасним активним впливом на виробництво в частині обсягу та асортименту продукції, що виготовляється;
- формування торгового асортименту для задоволення потреб населення;
- доведення товарів до кінцевих споживачів шляхом організації просторового їх переміщення та подачі до місць безпосереднього продажу;
- надання покупцям комплексу послуг, що полегшують процес не тільки покупки, але і використання товару (прийом попередніх замовлень, продаж окремих товарів у кредит, подарункова упаковка придбаних товарів, доставка куплених товарів покупцю і т.д.).

В торгівлі існує два поняття асортименту – торговий і виробничий. Виробничий асортимент представляє собою перелік товарів, що виробляється окремими підприємствами, у той час як торговий асортимент – це сукупність товарів, що реалізуються в торговельній мережі та включає товари різних виробників. Цей асортимент також знаходиться під впливом виробництва і попиту населення.

В сучасних умовах, коли, з одного боку, грошові доходи населення обмежені, й споживачі надають перевагу лише необхідним товарам, а, з другого боку, зростає конкурентна політика серед виробників та постачальників, становиться насущною необхідністю планувати асортиментну політику підприємства.

Рационально побудована асортиментна політика підприємства має бути орієнтована на:

- забезпечення прибутковості реалізації товарів, які включені в асортиментну програму підприємства;
- максимальне задоволення платоспроможного попиту споживачів;
- забезпечення довгострокової ринкової стійкості підприємства торгівлі;
- формування позитивного іміджу підприємства торгівлі й визнання з боку громадськості (PR).

Упровадження в практику діяльності підприємств роздрібно торгівлі розробленої асортиментної програми сприятиме підвищенню ефективності асортиментної діяльності в умовах розвитку національної конкурентної політики роздрібно ринку України.

Отже, ми можемо зробити висновок, що управління асортиментом передбачає координацію взаємозалежних видів діяльності – науково-технічної і проектної, комплексного дослідження ринку, організації збуту, сервісу, реклами, стимулювання попиту. Торгівля завдяки значним змінам потреб і технологій зазнає регулярних змін. Товари постійно змінюються, збільшується кількість їх різновидів, з'являються нові вироби. Смаки та вимоги населення до товарів підвищуються. Залишається незмінним лише вимога до торгового асортименту, який має найбільш повно задовольнити потреби споживачів.

**Резанович А. Г., студентка економічного факультета
Будурян Т. А., старший преподаватель
Брестский государственный технический университет**

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ В ГЛОБАЛЬНОЙ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЕ

Современный этап интернационализации имеет всемирный характер и предполагает использование совместных международных усилий для регулирования глобальных процессов. Современной глобальной проблемой является пандемия COVID-19, которая оказала большое влияние на все сферы жизни. Тенденцией развития современного менеджмента становится работа в условиях существенных ограничений, связанных с пандемией. Требование сегодняшнего дня состоит не в том, чтобы придерживаться «нормы», а в том, чтобы изменить бизнес в соответствии с новыми реалиями. Так умение приспосабливаться к новым условиям жизни становится одной из основных тенденций развития теории и практики менеджмента.

Технологии и конечное использование превратились в фактор ограничения. Фундаментом деятельности менеджмента должны стать воспринимаемая потребителем ценность и решение потребителя относительно распределения его располагаемого дохода. Именно с такого представления и должны начинаться сегодня как политика, так и стратегия менеджмента.

Менеджмент должен позволять спланировать деятельность фирмы в краткосрочной и долгосрочной перспективе так, чтобы обеспечить получение фирмой максимально возможной прибыли с минимальными затратами в условиях нестабильности и изменчивости состояния рынка.

Роль менеджмента велика, так как неверно организованная система управления становится причиной потери предприятием платежеспособности и, в конечном итоге, причиной его банкротства. Благодаря менеджмента предприятие функционирует, достигает поставленных целей, развивается, повышает свой потенциал. [1]

Современной задачей менеджмента в первую очередь должна быть способность к изучению самих тенденций изменения спроса рынка и быстрота реакции на эти изменения, особенно это касается нелегкой глобальной обстановки 2020 года.

Менеджмент в 2020 году должен опираться на современную эпидемиологическую обстановку, а также брать во внимание ситуацию с возможностью международного сообщения (закрытие или открытие границ, карантин и т.п.)

Преодоление растущей сложности управления, постоянный рост сложности и разнообразия продукции и рост нестабильности внешней среды приводят к повышению сложности функций предприятия, соответственно, к росту сложности управления ими, в связи с чем в практике современных транснациональных корпораций проявляются две тенденции:

1. Разрабатывать более сложные и быстро действующие системы управления с тем, чтобы сложность и быстрота принятия решений соответствовали сложности и скорости изменений;
2. Упрощать систему управления, уменьшать период долгосрочного планирования и даже отказаться от планирования в пользу интуиции и опыта. [2]

Особенностью современного производственного процесса стало то, что изменился предмет труда у большинства работников (например, приходится работать в удаленном формате, выполняя несколько иные функции), исходя из чего современный менеджмент должен опираться на такие тенденции изменения производственного процесса, делая фактором управления прогрессивные информационные и коммуникационные технологии. Новые информационные технологии создают новые возможности для организации сетей, которые выводят разделение труда на новый уровень, позволяя формировать цепочки производства продукта и сети дистрибуции. Стираются традиционные грани между предприятиями. В этих новых условиях требуются новые методы управления, которые могут обеспечить успех этим сетям.

Фундаментальной тенденцией развития современного менеджмента является расширение объектов менеджмента в связи с тем, что современная теория и практика исходит из расширенного представления о сути предприятия и о его границах.

Сегодня менеджмент на современном уровне включает в себя не только управление производственными процессами, но и целенаправленное формирование и развитие культуры предприятия.

Литература

1. Герчикова, И.Н. Менеджмент: практикум / И.Н. Герчикова. – М.: ИНФРА-М, 2011.
2. Кузнецов, Ю.А. Проблемы теории и практики менеджмента / Ю.В. Кузнецов // СПб: Изд-во Санкт-Петербургского ун-та. – 2011.

Руденька Т.В., гр. ЗМО-20-3М, ФБСО
Науковий керівник: Бірюченко С.Ю., к.е.н.,
ст.викладач кафедри менеджменту і підприємництва
Державний університет «Житомирська політехніка»

УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМИ РЕСУРСАМИ В УМОВАХ КРИЗИ

Кризові явища останніх років вплинули на трансформацію стратегій з більшості виробників кондитерської галузі, які опинилися в ситуації зменшення платоспроможного попиту та одночасного суттєвого збільшення витрат виробництва. Одним з елементів витрат, на які менеджмент може впливати власними рішеннями є оплата праці працівників та трудові ресурси підприємства.

В таких складних умовах кризи основою збільшення виробництва кондитерської продукції є раціональне управління трудовими ресурсами, які є головною складовою частиною продуктивних сил, а праця – вирішальним фактором виробництва з часів класичної політичної економії.

Забезпеченість потрібними трудовими ресурсами, підтримка високого рівня продуктивності праці мають велике значення для підвищення ефективності функціонування будь-якого підприємства в умовах кризи. Ситуація ускладнюється для підприємства з огляду на дві основні причини:

1. періодичне суттєве підвищення рівня мінімальної заробітної плати;
2. складна ситуація на ринку праці та виїзд висококваліфікованих працівників за кордон.

Відповідно, управління трудовими ресурсами стає вирішальним у питанні забезпечення конкурентоздатності підприємства, врахування цієї групи ресурсів в стратегічних планах розвитку господарюючого суб'єкту.

Кожне підприємство створює власну систему управління трудовими ресурсами, а сам процес традиційно складається з наступних етапів:

- планування ресурсів: розробка плану задоволення майбутніх потреб у людських ресурсах;
- набір персоналу: створення резерву потенційних кандидатів по всіх посадах;
- добір: оцінка кандидатів на робочі місця і добір кращих з резерву, створеного в ході набору;
- визначення заробітної плати і пільг: розробка структури заробітної плати і пільг з метою залучення, наймання і збереження службовців;
- профорієнтація й адаптація: уведення найнятих працівників в організацію і її підрозділи, розвиток у працівників розуміння того, що очікує від нього організація і яка праця в ній одержує заслужену оцінку;
- навчання: розробка програм для навчання трудовим навичкам, що вимагаються для ефективного виконання роботи;
- оцінка трудової діяльності: розробка методик оцінки трудової діяльності і доведення її до працівника;
- підвищення, зниження, переклад, звільнення: розробка методів переміщення працівників на посаді з більшою чи з меншою відповідальністю, розвитку їх професійного досвіду шляхом переміщення на інші чи посади ділянки роботи, а також процедур припинення договору наймання;
- підготовка керівних кадрів, керування, просування по службі: розробка програм, спрямованих на розвиток здібностей і підвищення ефективності праці керівних кадрів.

Завдання керівництва підприємства кондитерської галузі є утримання ключових співробітників. Досягти цього можна застосовуючи сукупність принципів, прийомів та правил, які використовуються для вирішення проблем в сфері управління персоналом підприємства в кризових умовах.

В період занепаду професійної та технічної освіти підприємств кондитерської галузі власноруч займаються підбором та навчання персоналу або з залученням сторонніх організацій, аутсорсингових компаній, які можуть більш об'єктивно оцінити загальну ситуацію по підприємству та персоналом. В даному випадку створена система управління трудовими має максимально повно: 1) відобразити об'єктивну ситуацію з кадрами; 2) володіти властивостями швидкої трансформації під зміни в діяльності підприємства; 3) швидко застосовувати нові методи та методики управління трудовими ресурсами.

Можливо виокремити основні підходи до управління персоналом підприємства в кризових умовах, а саме: проведення комплексної діагностики стану підприємства та зовнішніх чинників, що на нього впливають з метою усвідомлення того, що насправді очікує підприємство; подолання інформаційних, психологічних бар'єрів та бар'єрів влади, що виникають на більшості підприємств у зв'язку з відсутністю практичного досвіду антикризового управління; залучення антикризових менеджерів; застосування нематеріального стимулювання праці та диференційованої системи оплати праці, лізингу персоналу; використання аутсорсингу персоналу; впровадження соціального пакету.

Отже, людський ресурс безпосередньо впливає на результати діяльності компанії та потребує постійних координованих дій, застосування мотиваційних та контролюючих засобів.

**Рибак О. В., магістрант, гр. ЗМО-20-3М, ФБСО
Науковий керівник –Пашенко О.П., к.е.н., доц.
Державний університет «Житомирська політехніка»**

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ОРГАНІЗАЦІЇ

Основою сталого розвитку організації у майбутньому є формування її корпоративної культури, що передбачає визначення її концепції, принципів побудови та вихідних засад. На сучасному етапі розвитку суспільно-економічних відносин загально визнаним є факт, що більшість успішних та ефективних організацій має свою корпоративну культуру, яка формує атмосферу, надає можливість диференціювати організацію з-поміж інших гравців на ринку, зміцнює соціальну стабільність та є інструментом контролю, що формує відносини та поведінку працівників.

Відповідно до наукової думки, корпоративна культура представляє собою специфічну форму існування складної системи, компонентами якої є ієрархія цінностей, що домінують серед працівників, а також сукупність способів їх імплементації, що є переважними на певному етапі розвитку організації. Корпоративна культура спрямована на вирішення двох ключових завдань:

- 1) забезпечення ефективності взаємодії організації із зовнішнім середовищем;
- 2) сприяння зростанню ефективності роботи персоналу.

В рамках реалізації відповідних завдань, корпоративна культура спрямована на реалізацію наступних функцій:

- 1) стимулювання розвитку колективної та індивідуальної відповідальності щодо виконання визначених завдань, зокрема, у інноваційній сфері;
- 2) впровадження системи патерналізму в організації, що проявлятиметься у допомозі новим співробітникам в процесі адаптації до умов функціонування підприємства;
- 3) розвиток організаційної ідентичності співробітників, забезпечення їх самоідентифікації як представників певного колективу та певної організації, що сприятиме розвитку внутрішнього маркетингу.

Формування корпоративної культури має відбуватися на засадах визначених принципів. Під принципами корпоративної культури прийнято розуміти базові вихідні положення, які визначають її формування та розвиток. Побудова корпоративної культури на основі науково розроблених та практично апробованих принципів сприятиме підвищенню її ефективності та результативності. Принципи формування корпоративної культури визначаються підприємством самостійно, виходячи із визначених місії, цінностей та бачення, проте в цілому принципи прийнято поділяти на загальні та специфічні.

До основних загальних принципів формування корпоративної культури відносяться:

- принцип діалектичного поєднання інтелектуального та соціально-економічного розвитку організації, що передбачає забезпечення економічного достатку та інтелектуального розвитку усіх працівників;
- принцип всеохопленості та системності, що забезпечує охоплення усіх працівників та усіх структурних підрозділів підприємства корпоративною культурою;
- принцип корисності спрямований на забезпечення формування корисного ефекту у від впровадження корпоративної культури;
- принцип постійного удосконалення, що передбачає еволюційність розвитку організації;
- принцип координації, орієнтований на узгодження діяльності структурних підрозділів та працівників організації;
- принцип обов'язковості, що передбачає можливість встановлення контролю з боку керівництва організації за порядком дотримання вимог корпоративної культури;
- принцип винагороди передбачає забезпечення справедливої винагороди усім працівникам, що дотримуються корпоративної культури;
- принцип відповідності чинному законодавству.

До спеціальних принципів корпоративної культури віднесено: принцип чіткості; принцип узгодженості та відповідності цілей; принцип вільного прояву; принцип особистісно-орієнтованого менеджменту; принцип еталону; принцип стосунків «керівництво – працівник».

Отже, формування корпоративної культури організації слугує важливою передумовою забезпечення ефективності функціонування організації та сприяє підвищенню рівня продуктивності праці її персоналу, самоідентифікації працівників та диференціації організації серед інших суб'єктів господарювання. Дотримання принципів при формуванні та розвитку корпоративної культури є важливою передумовою раціоналізації відповідних процесів.

АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ И ДИНАМИКИ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В ЭКОНОМИКУ РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН

Определяющим вектором развития современного мирового сообщества наряду с процессами глобализации выступает региональная интеграция. Эта тенденция развивалась в форме образования и деятельности различных региональных интеграционных групп, в которых государства связаны более тесными экономическими интересами. Вступление стран в эти региональные образования обусловлено желанием получить определенные экономические выгоды от интеграции, в том числе за счет привлечения прямых иностранных инвестиций в их экономику.

В связи с этим вопрос изучения влияния региональной экономической интеграции на привлечение инвестиций становится актуальным. Эта проблема также важна для Республики Таджикистан, как страны с небольшой открытой экономикой, нуждающейся в финансовых ресурсах и технологиях. Для Таджикистана участие в интеграционных процессах на постсоветском пространстве призвано помочь устранить узость внутреннего рынка и укрепить конкурентные позиции в международном разделении труда, тем самым сделав его привлекательным для привлечения иностранных инвестиций.

Президент страны, Лидер нации уважаемый Эмомали Рахмон в своем послании Маджлиси Оли Республики Таджикистан отметил, что «Республика Таджикистан за весь период своей независимости, признавая широкое региональное сотрудничество важнейшим способом решения торгово-экономических, социальных и экологических вопросов, обеспечения безопасности и стабильности в Центральной Азии, неизменно выступает за укрепление отношений между народами региона на основе дружбы и взаимного доверия. Общность целей и задач, которые стоят перед нашими государствами, диктует необходимость создания в регионе благоприятного климата для свободного передвижения людей, беспрепятственного перемещения капиталов, инвестиций и трудовых ресурсов. Мы уверены, что созидательная региональная интеграция отражает интересы всех государств и народов Центральной Азии» [1].

Следует подчеркнуть, что благодаря вступлению Таджикистана во Всемирную торговую организацию (ВТО) инвестиционный климат в стране постепенно улучшается. В то же время проблема привлечения иностранных инвестиций в национальную экономику в свете членства Республики Таджикистан в Евразийском экономическом союзе (ЕАЭС) остается актуальной. Региональная интеграция в современных условиях является одной из важнейших возможностей для развития национальной экономики Таджикистана в обозримом будущем.

В свою очередь, повышение инвестиционной привлекательности Таджикистана обеспечивает растущий интерес к сотрудничеству со стороны иностранных инвесторов, особенно из стран Центрально-Азиатского региона. В связи с этим, с учетом новых тенденций интеграции в регионе, теоретическое и практическое изучение процессов привлечения иностранных инвестиций в экономику приобретает важное значение для экономического развития страны.

За годы государственной независимости Республики Таджикистан усилием Правительства очень многое сделано в направлении возрождения и обеспечения стабильного развития национального хозяйства страны. В частности, удалось своевременно принят основополагающую нормативно-правовую базу и законодательные основы функционирования механизмов рыночной экономики в республике.

Начиная с первых лет суверенитета, и по сей день, в нашей стране были реализованы кардинальные реформы, в первую очередь была реформирована законодательная база, направленная на формирование хорошего инвестиционного климата по приоритетным отраслям народного хозяйства. Принятый в 2016 г. Закон РТ «Об инвестициях», который сменил ранее действовавший закон «Об иностранных инвестициях», в этом смысле сыграл ключевую роль. Отличие сего обновленного законодательного акта было в том, что значение категории «инвестор» трактовался намного шире, под его теперь стали пониматься не только иностранные инвесторы, но и отечественные, что придало стимул развитию внутреннего инвестирования[3].

Помимо того, в целях мотивации инвестиционного потока и формирования благоприятного климата для инвестиции были предприняты следующие законодательные шаги: Закон РТ «О соглашениях, о разделе продукции», «О приватизации государственной собственности Республики Таджикистан», «О государственно-частном партнерстве», «О свободных экономических зонах», «О концессиях», «О кредитных историях». Более того, принимая во внимание нынешнюю конъюнктуру национального хозяйства, парламент страны принял Закон Республики Таджикистан «Об инвестиционных соглашениях» [4].

Секція 3. Сучасні тенденції розвитку теорії та практики менеджменту в глобальному конкурентному середовищі

Вскоре за провозглашением приоритетных целей по созданию благоприятной инвестиционной среды в Республике Таджикистан стали проводить реформу ради упрощения процедур по госрегистрации как юридических, так и физических лиц, была упрощена процедура прохождения таможенной регистрации, упрощена разрешительная система. Правительство нашей страны за последних лет предприняло ряд шагов в целях укрепления правовой базы инвестиционной работы, устранило административные барьеры, упростило инвестиционную и предпринимательскую деятельность. Значение этих мер трудно переоценить, поскольку они благотворно воздействовали на деловую активность населения.

Проект «Единое окно», реализованный в целях упрощения процедуры государственной регистрации, значительно сократил число и упростил разрешительную систему становления на учет. Заодно с ним сократилось количество инспектируемых и регламентирующих органов, была усовершенствована процедура банкротства юридических лиц. В частности, миноритарным акционерам была предоставлена необходимая защита. Во многом, благодаря этим и другим предпринятым реформам, в 2016-2017 гг. Республика Таджикистан вошла в топ десятку стран – реформаторов, о чем сообщил Всемирный банк в своем ежегодном отчете по ранжированию ведения бизнеса. Это свидетельствует о том, что усилия нашего Правительства в этом направлении достойно оцениваются мировым деловым сообществом[5].

Для формирования инвестиционной среды в стране был организован Консультативный совет для улучшения инвестиционного климата при Президенте Республики Таджикистан. Данный совет помимо представителей государства включает в свой состав и представителей частного сектора народного хозяйства страны.

Законодательная система республики установила целый пакет гарантий инвесторам и тем, кто занимается такой деятельностью. При этом были уравнены в правах национальные и иностранные инвесторы, гарантирована свобода перемещения капитала, дохода и любой прибыли, получаемые от инвестиционной работы. Были предусмотрены таможенные и налоговые преференции, особенно тем инвесторам, которые занимаются приоритетными направлениями национального хозяйства, в частности строят ГЭС, перерабатывают хлопка-сырца.

Наша страна является активным членом авторитетных международных организаций, начиная с ООН, ВБ, МФВ, ЭКО, ЕБРР, ОИК, ИБР, АБР, ШОС, МАГИ, ИФАД, ЮНИДО, ЕЭК и т.д.

Расширение сотрудничества Республики Таджикистан с другими странами и международными финансовыми организациями содействовало привлечению иностранных инвестиций и кредитов в реализацию инвестиционных проектов, имеющих важное значение для развития национальной экономики.

Привлеченные иностранные инвестиции не формировали еще у нас мощную инвестиционную отрасль. Достижение такого показателя в Республике Таджикистан, возможно, только после того, как будут устранены некоторые характерные черты данного сектора, наподобие низких объемов привлеченной прямой и портфельной инвестиций, низкий уровень технологической оснащенности, неконкурентоспособности отечественного производства по сравнению с зарубежными производителями и т.п.

Список использованных источников

1. Послание Президента Республики Таджикистан Эмомали Рахмона Маджлиси Оли от 22 декабря 2017 года. www.mmktj
2. Таджикистан в цифрах. Агентство по статистике при Президенте Республики Таджикистан. – Душанбе. 2017 г.
3. Закон Республики Таджикистан «Об инвестициях» от 15 марта 2016 года, № 1299. - Душанбе, 2016. www.mmktj
4. Закон Республики Таджикистан «Об инвестиционном соглашении» 19 марта 2013 года, № 944. - Душанбе, 2013. www.mmktj
5. Доклад Всемирного банка «Ведение бизнеса - 2017». Ведение бизнеса: рейтинг стран мира. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: <http://gmarket.ru/ratings/doing-business/info>

Сита Т.М. магістрант, 2 курс, гр. ЗМО-19-М, ФБСО
Науковий керівник: Пашенко О.П., к.е.н., доцент кафедри менеджменту і підприємництва
Державний університет «Житомирська політехніка»

СТАНДАРТИЗАЦІЯ ТА СЕРТИФІКАЦІЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ

В сучасних умовах розвитку економіки питання якості продукції набуває особливої актуальності. Підприємства прагнуть підвищити рівень конкурентоспроможності, створити та підтримувати прихильність споживачів. Деякі з них досягають цієї мети шляхом економії на якості продукції для досягнення нижчої ціни. Саме для регулювання якості продукції на вітчизняному ринку розроблено систему стандартизації та сертифікації.

Стандартизація продукції – це встановлення і застосування єдиних правил з метою упорядкування, узаконення й запровадження показників і норм якості продукції, а також відпрацювання у сфері виробництва технологічних процесів і операцій відповідно до цих вимог. Вона є визначальним елементом специфічного менеджменту, що найбільше впливає на процес постійного забезпечення виробництва і постачання на ринок конкурентоспроможної продукції [1].

У сфері стандартизації та сертифікації функцію управління здійснює Державний комітет зі стандартизації, метрології й сертифікації. Його діяльність визначається і регламентується декретом Кабінету Міністрів України «Про стандартизацію і сертифікацію». Усі нормативні документи стандартизації (стандарти, правила, норми, умови тощо) повинні бути спрямовані на результат стандартизації - продукцію, товари, роботи, послуги та ін. Для виробників стандарти є зразком і еталоном якості. Будь-які відхилення зумовлюють нестандартність продукції. Водночас стандарти передбачають класифікацію продукції за якістю, поділяючи її відповідно на категорії, сорти і класи. Продукція нижчого класу чи сорту має нижчу реалізаційну ціну, що негативно позначається на результатах господарської діяльності підприємства.

Сертифікація - це один із способів підтвердження відповідності продукції висунутим вимогам або оцінка продукції з погляду її відповідності вимогам стандарту. Сертифікат підтверджує безпечність й екологічну чистоту продукції для споживача, а виробництва - для навколишнього середовища. Він сприяє участі суб'єктів підприємницької діяльності в міжнародному економічному співробітництві.

У практиці застосовуються різні методи підтвердження відповідності того чи іншого виду продукту необхідним вимогам. Це можуть здійснювати виробники, замовники, продавці або незалежні органи й організації. Незалежним може бути державний нагляд за дотриманням обов'язкових вимог стандартів, технічний і санітарний нагляд за безпекою, а також відомчий контроль і приймання продукції для державних потреб.

В Україні розрізняють обов'язкову й добровільну сертифікацію. Обов'язкова сертифікація здійснюється в межах державної системи управління суб'єктами господарювання з метою визначення відповідності продукції вимогам стандартів. Обов'язкова сертифікація продукції проводиться на її безпечність та екологічність з метою виходу на міжнародний ринок [2]. Сертифікація може проводитись з ініціативи самих суб'єктів господарювання на відповідність продукції вимогам, що не підлягають обов'язковій сертифікації. Без добровільної сертифікації продукція реалізується, зазвичай, за цінами, у кілька разів нижчими від світових. Тому вона підтверджуючи високу якість продукції, є необхідною умовою зміцнення ринкової позиції підприємств.

Добровільна сертифікація проводиться з метою реклами продукції, освоєння нових ринків збуту, формування і підтримки іміджу фірми, а також у разі, якщо це обумовлено в контракті на постачання продукції. Оскільки процедура сертифікації досить дорога, то вона може спричинити зниження прибутку постачальника або збільшення вартості продукції, що у свою чергу може знизити її конкурентоспроможність на ринку [3].

Отже, як елемент системи контролю якості сертифікація є досить дорогим засобом, але достатньо ефективним для оптимізації виробництва та посилення конкурентних позицій на ринку. Витрати на сертифікацію можуть бути як незначними витратами на збут та підтримання якості продукції, так і капітальними витратами на переоснащення виробництва.

Список використаних джерел:

1. Болотніков А.О. Стандартизація та сертифікація товарів і послуг: [навч. посіб.длястуд. вищ. навч. закл.] / А.О. Болотніков. – К.: МАУП, 2005. – 144 с.
2. Салухіна Н.Г. Стандартизація та сертифікація товарів і послуг: [підруч.] / Н.Г. Салухіна, О.М. Язвінська. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 336 с.
3. Стандартизація і сертифікація товарів та послуг: [підручник] /Л.С. Кириченко, А.А. Самойленко. – Х.: Вид. “Ранок”, 2008. – 240 с.

Смачило В.В., канд. екон. наук, доц.
*Харківський національний університет
будівництва та архітектури*

СТАРТАПИ ТА МАЛИЙ БІЗНЕС: СПІЛЬНЕ Й ВІДМІННЕ

Україна лише починає широко стикатися з таким феноменом як стартап, який асоціюється у пересічного громадянина з малим бізнесом, хоча вітчизняні стартапи уже мають статус «єдинорогів» у світовому вимірі (наприклад: GitLab – засновник харків'янин Д. Запорожець; Grammarly – має київський офіс, засновники М. Литвин, О. Шевченко та Д. Лідер; Genesis має офіс у Києві, CEO та співзасновник – В. Многолетний; Reople.ai - має київський офіс, співзасновник стартапа – уроженець м. Дніпро О. Рогинський [1]). Чітка ідентифікація та визначення різниці між стартапом та малим і середнім бізнесом (МСП) в подальшому дозволить виробити шляхи та інструменти їх розвитку із врахуванням особливостей на регіональному чи національному рівнях.

В цьому питанні слід звернутися до напрацювань західних дослідників. Так, Woosung Lee & Wooyoung Kim в своїх дослідженнях [2] спираються на визначення Eric R. [23] та розуміють стартап як проектну організацію чи компанію в різних сферах бізнесу, яка комерціалізує нову бізнес-модель, поєднуючи інноваційні ідеї та покращуючи технологію у невизначених умовах [2,3]. Діючий в Кореї закон про підтримку МСП визначає стартапи як окремі підприємства або корпорації, які працюють менше ніж сім років з моменту початку [2,4]. «Стартап - це компанія з кількістю співробітників менше 100, яка досі не публічно торгується» - так визначає стартап Стейсі Капріо, (Founder of Accelerated Growth Marketing) [4]. Важливим є зауваження щодо того, що стартап це невелика компанія, адже в Європейському Союзі є чіткі критерії ідентифікації підприємств, які визначено в EU recommendation 2003/361 [5]: штатна чисельність персоналу та або оборот, або загальний баланс. Але, говорячи про стартапи та МСП доцільно виходити не з поєднання кількості працюючих та обороту, а, скоріш, з ідеології започаткованого бізнесу, його концепції та подальшого бачення. Спираючись на визначення стартапу С. Бланком, можемо відмітити, що стартапи шукають певну бізнес-модель, яка є прибутковою та може бути масштабованою в подальшому, в той час як компанія, як така, використовує існуючу модель [6]. Велику різницю між малим бізнесом та стартапом наведено і в статті [7]: «Малий бізнес керується прибутковістю та стабільною довгостроковою вартістю, тоді як стартапи орієнтовані на потенційний прибуток та потенціал зростання». Там же, наголошено, що рішення проблеми може стати гарним стартом для створення бізнесу. В настанові A startup guide and toolkit for local government [8], що розроблена LaunchVic, визначено відмінності стартапів та МСП, які полягають в наступному: стартапи зосереджені на вирощуванні бізнесу та його продажу, спираються на інновації, конкурентну перевагу формують на основі технологій, залучують венчурний капітал та орієнтовані на національний/міжнародний ринки. В той же час, МСП базуються на стабільності, фокусуються не певний сектор, а не на глобалізацію, використовують перевірені продукти/послуги/технології, залучають, переважно, кредити для фінансування, менше спираються на інновації. В цілому, підприємництво, частіше за все, починається зі стартапу, в той же час різниться з МСП наявністю інновацій, темпами зростання та взагалі поведінкою самого підприємця.

Отже, зважаючи на вказані розбіжності, формування екосистем підтримки та розвитку стартапів і МСП за різними рівня ієрархії влади (національна, регіональна, місцева) повинно різнитися і враховуватися. Це дозволить чітко формувати стратегії розвитку територій базуючись на їх існуючому потенціалі.

Список використаної літератури

1. Украинские единороги. Шесть стартапов-гигантов, которые стоят миллиард долларов (почти) URL: <https://tech.liga.net/technology/article/ukrainskie-edinorogi-nyneshnie-i-buduschie-shest-startapov-gigantov>
2. Business Sustainability of Start-Ups Based on Government Support: An Empirical Study of Korean Start-Ups. Sustainability 2019, 11, 4851
3. Eric, R. TheLeanStartup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovationto Create Radically Successful Businesses; Crown Books: New York, NY, USA, 2011
4. Han, J.H.; Park, H.Y. Sustaining Small Exporters' Performance: Capturing Heterogeneous Effects of Government Export Assistance Programs on Global Value Chain Informedness. Sustainability 2019, 11, 2380.
5. What Is a Startup Company, Anyway? URL: <https://www.startups.com/library/expert-advice/what-is-a-startup-company>
6. An official website of the European Union URL: https://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/sme-definition_en

Секція 3. Сучасні тенденції розвитку теорії та практики менеджменту в глобальному конкурентному середовищі

- 7 Andy Areitio (Dec 13, 2018) What is a startup and how is it different from other companies (new and old)?
URL: <https://bitly.su/K15ZH>
- 8 Are You Building A Small Business - Or A Startup? URL:
<https://www.forbes.com/sites/theyec/2012/08/15/are-you-building-a-small-business-or-a-startup/#339dc62da528>.
- 9 A startup guide and toolkit for local government URL:<https://launchvic.org/files/LV-Startup-Guide.pdf>

ПРОЖИТКОВИЙ МІНІМУМ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ СПРАВЕДЛИВОСТІ

Для того, щоб менеджмент був дійсно ефективним, необхідно почати з елементарного, а саме із державних стандартів. Адже менеджмент має і соціальну складову.

У кожній країні світу є такий державний стандарт, як прожитковий мінімум. І Україна не є виключенням.

Згідно із Законом України «Про прожитковий мінімум», даний соціальний стандарт визначається як вартісна величина достатнього для забезпечення нормального функціонування організму людини, збереження його здоров'я набору продуктів харчування, а також мінімального набору непродуктивних товарів та мінімального набору послуг, необхідних для задоволення основних соціальних і культурних потреб особистості [1].

В світовій практиці існує кілька методів розрахунку розміру прожиткового мінімуму.

Статистичний метод передбачає встановлення прожиткового мінімуму на рівні доходів, які мають 10-20% найменш заможних громадян певної держави. Цей метод застосовується в країнах з досить високим рівнем доходів громадян.

Суб'єктивний або соціологічний метод базується на проведенні опитувань населення про необхідний мінімальний доход. Цей метод є скоріше консультативним. Результати опитування не можуть бути підкріплені реальними економічними можливостями держави, проте він виражає справжні потреби людей.

Ресурсний метод виходить з можливостей економіки забезпечувати прожитковий мінімум, він застосовується у високо розвинутих країнах.

Комбінований метод поєднує у собі кілька методів, зокрема вартість харчування визначається за нормами, житлово-комунальні послуги – за фактом, а непродуктивні товари – за їх відсотковою часткою в загальних витратах [2].

В Україні прожитковий мінімум визначається нормативним методом у розрахунку на місяць на одну особу. Крім того, прожитковий мінімум визначається диференційовано залежно від вікового критерію або залежно від соціальної та демографічної групи особи: для дітей віком до 6 років; для дітей віком від 6 до 18 років; для працездатних осіб; для осіб, які втратили працездатність.

Прожитковий мінімум розраховується Кабінетом Міністрів на основі споживчого кошика, який складається із продовольчих і непродуктивних товарів [3].

Прожитковий мінімум має враховувати можливі зміни цін та темпи інфляції в країні, однак по факту він базується на сучасних цінах на ті товари, що покладені в основу споживчого кошика.

Споживчий кошик – це набір товарів і послуг, мінімально необхідних людині для життя. Те, що прожитковий мінімум не відповідає дійсності, тобто не відображає реальних потреб людини у товарах та послугах, визнають навіть в уряді. Там ведеться “подвійний підрахунок” офіційного споживчого кошику та реального [4].

Споживчий кошик, як визначено законодавством, має переглядатися кожні 5 років. Останній перегляд було здійснено у 2016 році [5].

Споживчий кошик має забезпечувати повноцінне функціонування людського організму. Насправді забезпечується лише виживання, що не є справедливим ставленням уряду до населення України.

Отже, бачимо несправедливість вже у розрахунку прожиткового мінімуму.

На основі прожиткового мінімуму розраховуються такі мінімальні виплати, як мінімальна заробітна плата, мінімальна пенсія, соціальні допомоги та виплати.

Розмір мінімальної заробітної плати повинен становити 2,5 розміри прожиткового мінімуму [2]. На 2020 рік прожитковий мінімум для працездатних осіб становить 2197 грн [6], а розмір мінімальної заробітної плати – 5000 грн [7], тобто 2,27 розміри прожиткового мінімуму. Мінімальна заробітна плата, встановлена з 1 вересня 2020 року, нижча за встановлений показник, що не відповідає поняттю соціальної справедливості.

Розмір мінімальної пенсії встановлюється відповідно до розміру прожиткового мінімуму для осіб, що втратили працездатність, і становить 1712 грн [8]. Отже, пенсія нараховується залежно від прожиткового мінімуму, а не від отримуваної заробітної плати чи стажу. Саме тому багато людей змушені працювати вже у пенсійному віці.

Соціальні допомоги самотнім матерям мають той самий розмір, що й прожитковий мінімум для дітей відповідного віку [8].

Максимальний розмір допомоги по безробіттю становить 4 розміри прожиткового мінімуму, що майже вдвічі перевищує розмір мінімальної заробітної плати.

Прожитковий мінімум переглядається тричі на рік. На грудень 2020 року плануються такі показники:

- загальний показник становитиме 2189 грн (+ 71 грн або на 3,3%);
- для дітей до 6 років – 1921 грн (+ 62 грн або на 3,3%);
- для дітей від 6 до 18 років – 2395 грн (+ 77 грн або на 3,3%);
- для працездатних осіб – 2270 грн (+ 73 грн або на 3,3%);
- для непрацездатних осіб – 1769 грн (+ 57 грн або на 3,3%).

Як можна спостерігати, у відсотковому співвідношенні кожен із показників зростає в однаковій мірі [6].

Для того, щоб відновити соціальну справедливість, необхідно повністю переглянути вміст споживчого кошика, розрахувати по ньому прожитковий мінімум з урахуванням темпів інфляції та сучасних потреб суспільства, а також переглянути порядок розрахунку соціальних виплат.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про прожитковий мінімум» № 966-XIV від 15.07.1999 зі змінами від 20.01.2018, підстава – 2249-VIII. Електронний носій: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/966-14#Text>
2. Баранник Л. Б. Прожитковий мінімум як основа фінансового планування в системі соціального захисту населення України; стаття; 2018
3. Прожитковий мінімум; стаття. Електронний носій: https://uk.wikipedia.org/wiki/Прожитковий_мінімум
4. Споживчий кошик в Україні: що він передбачає та чи відповідає прожитковому мінімуму; 2018. Електронний носій: <https://nv.ua/ukr/ukraine/events/spozhivchij-koshik-v-ukrajini-shcho-vin-peredbachaje-ta-chi-vidpovidaje-prozhitkovomu-minimumu-2489731.html>
5. Як зміниться споживчий кошик України з Нового року?; стаття. Електронний носій: <https://finhub.ua/uk/blog/yak-zminitsya-spozhivchij-koshik-ukra%D1%97ni-z-novogo-roku/#:~:text>
6. Розміри прожиткового мінімуму в Україні; 2020. Електронний носій: <https://services.dtkr.ua/catalogues/indexes/1>
7. Розміри мінімальної заробітної плати; 2020. Електронний носій: <https://services.dtkr.ua/catalogues/indexes/2#:~:text>
8. З 1 липня зросли мінімальна пенсія на прожитковий мінімум; Новини Полтавщини; 2020. Електронний носій:

**Тарасюк Г.М., д.е.н., проф., декан факультету
бізнесу та сфери обслуговування
Лагута Я.М., к.е.н., доцент кафедри
менеджменту і підприємництва
Державний університет «Житомирська політехніка»**

МІСЦЕ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В РЕПУТАЦІЙНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ КОМПАНІЇ

Відповідно до досліджень 2017 року Global RepTrak® 100, ключовими факторами, які максимально впливають на корпоративну репутацію стали: якість продукції та послуг (20,5%), управління (15,0%), корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) (14,4%). Разом з тим, за результатами дослідження виявлено, що основою успішної реалізації соціальних ініціатив є розуміння всього спектру соціальних ініціатив і комплексний підхід. Більше 40 % - «внесок факторів, які відносяться до КСВ, в побудові корпоративної репутації. Окрім того визначено, що участь в соціальних ініціативах має різне значення в різних галузях. Важливо не тільки займатися КСВ, але й переконати суспільство в своїй відкритості та ширості з програм КСВ. Згідно до проведених досліджень Aflac и FleishmanHillard, 38% менеджерів із КСВ вважають, що їх компанії в соціальних проєктах більше зосереджені навіть на створенні позитивного іміджу, чим на досягненні позитивного результату. 82 % менеджерів по КСВ стверджують, що все керівництво компанії підтримує соціальні ініціативи, 30 % переконані, що зміни в його складі дозволили б добитися більших успіхів. Тільки невелика частка менеджерів пов'язують свою активність із стратегічними завданнями, 38% використовують КСВ для покращення продажів, 32 % - для більшого інтегрування в соціальні медіа, 26 % - для роботи з інвесторами».

Вивчивши науково-методичні джерела та Інтернет-ресурси з проблем репутаційного менеджменту, які пов'язані із впливом КСВ на ділову репутацію компанії, зупинимося на одній із поширених вимірювальних моделей Reputation Quotient (RQ). Ця модель розроблена з метою оцінки ділової репутації компанії, для того, щоб було зрозуміло, як різні стейкхолдери, керівники компаній, менеджери сприймають ділову репутацію в різних галузях компанії США, Європи, Латинської Америки тощо. Шкала цієї моделі включає такі шість основних факторів: емоційна привабливість; продукція/послуги; бачення та лідерство; корпоративна культура; соціальна відповідальність; фінансова результативність. Кожен із факторів має свої складові, які його деталізують. Але це наповнення також не було випадковим, вони були вибрані на основі великої кількості якісних та кількісних досліджень за період 1996-2000 роки. Методологія RQ присвоює однакову вагу для кожного пункту, оскільки передбачається, що всі аспекти однаково впливають на загальний рівень ділової репутації. В зв'язку з цим вона отримала багато критики. Наприклад, дослідники Ангель Аллоза і Луїс Карлос Мартінез підкреслили недоліки однакової вагомості в контексті підрахунку загальної оцінки. Цей факт не відображає нерівномірності впливу факторів на репутацію, хоча ця інформація є стратегічно важливою для репутаційного менеджменту. Також вони відмічали, що структура когнітивних компонентів базується на оцінці факторної структури, яка не пройшла тестування за допомогою конфірмаційного факторного аналізу на незалежному прикладі. Тому конвергентна та дискримінантна валідність може бути встановлена не до кінця. Це стало однією із причин появи RepTrak (Міжнародна консалтингова компанія Reputation Institute). RepTrak – це стандартизована система показників, яка використовується сьогодні міжнародними компаніями для вимірювання корпоративної репутації. Модель складається із 23 атрибутів, які об'єднані у 7 ключових параметрів (складових репутації). Це:

1. Результативність (Performance) - присуткова, високоефективна компанія, стабільні перспективи зростання;
2. Продукти/Послуги (Products/ Services) - високоякісна продукція, відповідність очікуванням споживачів, відповідальність за якість робіт та послуг, дотримання стандартів;
3. Інновації (Innovation) – інноваційна компанія, швидко виходить на ринок з новими продуктами, швидка адаптація до змін;
4. Умови праці (Workplace) - справедлива оплата праці, високий рівень благополуччя співробітників, рівні умови роботи;
5. Корпоративна соціальна відповідальність (корпоративне громадянство) (Governance&Citizenship) - бережливе ставлення до довкілля, благодійність, позитивний вплив на суспільство;
6. Лідерство (Leadership) - бізнес-процес вирізняється організованістю, харизматичний керівник, відповідальний менеджмент, чітке бачення майбутнього компанії.
7. Управління (Governance) – діяльність компанії прозора, бізнес ведеться чесно, поведінка компанії високого рівня.

Значущість тієї чи іншої складової залежить від галузевої приналежності підприємства.

Секція 3. Сучасні тенденції розвитку теорії та практики менеджменту в глобальному конкурентному середовищі

Ефективність реалізації принципів КСВ багато в чому залежить від якості сформованої системи корпоративного управління, ступеня інтеграції в неї системи корпоративної соціальної відповідальності, що дозволяє сучасним компаніям враховувати в своїй діяльності очікування і інтереси зацікавлених сторін. Це вимагає певної інтеграції методів і підходів до оцінки ефективності корпоративного управління і КСВ в рамках комплексного підходу до оцінки ефективності управління діловою репутацією. Не можна сказати, що подібні спроби в практиці оцінки корпоративного управління, КСВ і репутації не робились. Однак, у них є один істотний недолік, вони не враховують особливості реалізації концепції КСВ на вітчизняних підприємствах харчової промисловості, а саме: нерозвиненість ринку в сфері КСВ; неоднорідність цінностей в суспільстві; практична відсутність груп громадського контролю; відсутність традицій і власного досвіду КСВ, гідних для наслідування; нечисленність консалтингових компаній у сфері КСВ; відсутність єдиної державної політики; нерозвиненість стимулів і драйверів для впровадження КСВ в широку практику.

Тишук О. С., магістр ОПП «Менеджмент»
Керівник: Свидрук І. І., д.е.н., проф. кафедри менеджменту
Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

РОЛЬ ПОТРЕБ ОСОБИСТОСТІ В ПРОЦЕСІ МОТИВУВАННЯ ПРАЦІВНИКІВ ОРГАНІЗАЦІЇ

Однією з важливіших функцій сучасного менеджменту є мотивація творчого розвитку працівників. В умовах ієрархії управління та кризових умовах економіки спонукання до творчості ускладнюється низкою чинників: збільшення часу і «вартості» розробки рішення, консерватизм та інерційність, блокування індивідуального внеску в управлінське рішення, вирішення глобальних проблем подолання кризи [1].

Не дивлячись на те, що існує велика кількість мотиваційних теорій та схем мотивування, для більшості керівників різних підприємств проблема дієвості та становлення ефективної мотиваційної системи в процесі управління підприємством постає завжди. Найбільш вдалим, на нашу думку, і таким, що чітко показує і процес і його інструменти, є таке визначення: «Мотивація - це процес спонукання, стимулювання себе чи інших (окремої людини чи групи людей) до цілеспрямованої поведінки або виконання певних дій, спрямованих на досягнення власної мети чи мети організації» [2, с.129]. Складовими процесу мотивації є такі категорії, як «мотив», «потреба», «стимул», «винагорода». Мотив є спонукальною причиною дій і вчинків людей.

Від того, якими мотивами людина керується у своїй трудовій діяльності, залежить її ставлення до роботи і кінцевий результат. Мотив формується «всередині» людини і зумовлений багатьма чинниками. Одні й ті самі мотиви у різних людей можуть спричиняти неоднакові дії і, навпаки, ідентичні дії можуть спричинятися різними мотивами.

Для кожної людини мотиви є суб'єктивними; вони формуються у процесі виховання, навчання, усвідомлюються внаслідок прийняття індивідом домінуючих у суспільстві цінностей, що впливає на визначення цілі й спонукає людину до дії.

Мотиви можуть належати до матеріальної або моральної сфер, відображаючи ставлення працівника до змісту трудового процесу тощо. Співвідношення різних мотивів, що обумовлюють поведінку людини, утворюють її мотиваційну структуру.

У кожної людини мотиваційна структура індивідуальна і залежить від багатьох чинників: рівня добробуту, соціального статусу, кваліфікації, посади, ціннісних орієнтирів тощо. За одних обставин домінуючими є одні мотиви, а за інших - інші.

Як свідчать дослідження, за наявності достатніх засобів для існування 20% людей не працювали б ні за яких обставин. Із решти 36% готові працювати, якщо робота буде цікавою; 36% - щоб уникнути нудьги та самотності; 14% - через страх втратити себе як особистість, деградувати; 9% - тому, що робота приносить радість. Лише 12% людей основним мотивом діяльності мають гроші, 45% - надають перевагу славі; 35% - задоволенню змістом роботи; 15% - владою, яку дає робота [3, с.127].

Основою мотивів є потреби людини. Потреба - це фізіологічне або психологічне відчуття нестачі чогось. Потреби виникають разом із народженням індивіда, розширюються з його розвитком, що, відповідно, позначається на поведінці. Коли індивід усвідомлює потребу, він зорієнтований на досягнення того результату, який забезпечить задоволення потреби. Бажаного результату можна досягти під впливом стимулів.

Стимули - це спонукання до дії, викликані зовнішніми чинниками. Вони можуть мати позитивну або негативну спрямованість. Позитивно спрямовані стимули називають винагородою.

Винагорода - все те, що людина вважає цінним для себе, чого вона прагне досягти і чим би хотіла володіти. Мотивація є дуже складним процесом, а її відсутність приводять до втрати продуктивності праці і багаточисельних втрачених можливостей. На нашу думку, ефективний та дієвий процес мотивування працівників організації дозволяє співробітнику: по-перше, отримати можливість кар'єрного зростання; по-друге, формувати відчуття власної значущості у діяльності всього підприємства та адекватно оцінювати свої можливості; по-третє, розвивати свій професіоналізм та допомагати у цьому іншим; по-четверте, швидко адаптуватися до змін; по-п'яте, досягати поставлених цілей.

Список використаних джерел

1. Свидрук І. І. Управління мотивацією творчого розвитку працівників підприємств. / І. І. Свидрук // Науковий вісник НЛТУ України. – Львів: Вид-во НЛУУ, 2012. – Вип. 22. – № 5. – С. 395-401.
2. Управление персоналом: Учебник для вузов / Под ред. Т.Ю. Базарова, Б.Л. Еремина. - М.: ЮНИТИ, 2010. - 423 с.
3. Управління людськими ресурсами: філософські засади. Навчальний посібник під ред. В.Г. Воронкової. – К.: ВД «Професіонал», 2006. – 576 с.

Фёдоров А.В.
старший преподаватель кафедры менеджмента
Брестский государственный технический университет

ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ПРОДУКТА И КОНЦЕПЦИЯ «ПЕТЛИ КАЧЕСТВА»

Деятельность по реализации основных функций системы менеджмента качества продукции может быть результативной лишь в том случае, если она охватывает все стадии и этапы существования и использования этой продукции, т.е. только тогда, когда управление качеством какого-либо продукта осуществляется на всех стадиях его жизненного цикла. Подобный подход к организации системы управления качеством продукции принято называть концепцией "петли качества".

В соответствии со стандартами на системы управления качеством весь жизненный цикл продукта может быть разделен на 11 основных стадий, каждая из которых характеризуется собственной достаточно устойчивой спецификой и вследствие этого требует особых подходов к осуществлению управленческой деятельности в области качества. Такими стадиями являются:

- 1) стадия маркетинговых исследований, поиска, анализа и выбора наиболее привлекательных сегментов рынка;
- 2) стадия проектирования технических требований к продукции и разработки этой продукции;
- 3) стадия осуществления операций по материально-техническому снабжению производства;
- 4) стадия разработки производственных процессов и подготовки производственной базы;
- 5) производственная стадия;
- 6) стадия осуществления контрольных операций, проведения испытаний и обследований продукции;
- 7) стадия осуществления операций упаковки и хранения продукции;
- 8) стадия реализации и распределения продукции;
- 9) стадия осуществления монтажных работ и начала эксплуатации продукции;
- 10) стадия оказания необходимой технической помощи пользователям продукции;
- 11) стадия осуществления работ по утилизации использованной продукции.

Таким образом, обеспечение качества продукции складывается из процедур обеспечения качества на каждой стадии жизненного цикла продукции (ЖЦП).

Качество начинается с исследования потребностей. Это самый важный этап ЖЦП любого товара или услуги т.к. именно на нем решается общий замысел. Ошибки на этом этапе наиболее критичны, т.к. если неверно определены потребности, то получится товар, который никому не нужен.

Неразрывность этапов ЖЦП подсказала исследователям проблемы качества модель обеспечения качества в виде непрерывной цепи (окружности), составляющими которой служат отдельные этапы ЖЦП.

1. На этапе маркетинговых исследований, осуществляется систематическая работа по изучению рынков сбыта и требований потребителя к продукции предприятия; условий эксплуатации и потребления продукции; возможности поставщиков материальных ресурсов в отношении качества и дисциплины поставок, изучение конкурентов.

2. На этапе проектирования и разработки продукции, выявленные по результатам маркетинга потребительские требования, трансформируются в технические требования. Итогом проектирования являются техническая документация (конструкторская и технологическая документация) и опытный образец.

3. В процессе закупок (материально-техническое снабжение) организация оценивает и выбирает поставщиков на основе их способности поставлять продукцию в соответствии с требованиями организации.

4. Подготовка и разработка производственных процессов

Совокупность всех действий людей и орудий труда, осуществляемых на предприятии для изготовления конкретных видов продукции, называется *производственным процессом*.

5. Качество производства обеспечивается следующими мероприятиями:

1. Планированием производственных операций, подробно документируемых в рабочих-инструкциях.
2. Техническим контролем производственных процессов.
3. Созданием условий, исключающих возможность повреждения материалов, полуфабрикатов и продукции в ходе производства (соответствующим хранением, защитой и перемещением).
4. Проверкой, калибровкой и испытаниями оборудования, инструментов и оснастки.

При предоставлении материальной услуги осуществляется технологический процесс исполнения в соответствии с технологическими регламентами.

6. Проверка продукции включает в себя контроль, измерения и испытания (при необходимости), осуществляемые на всех этапах ЖЦП. Заключительным этапом проверки является приемочный контроль,

по результатам которого должно быть подтверждено соответствие готовой продукции установленным требованиям.

7. Упаковка и хранение должны способствовать сохранению качества в сферах производства и обращения (часть ЖЦП от отгрузки изготовителем до получения конкретным потребителем), при погрузочно-разгрузочных работах, транспортировании, хранении на складах.

8. Распределение и реализация заключаются в закупке товаров оптовыми организациями с целью осуществления продажи магазинам и отпуск розничными организациями товаров покупателям. На этом этапе субъектом управления качеством становится персонал организации сферы услуг. При этом продолжается предоставление услуги, в частности осуществляется обслуживание потребителя услуги. Основная задача исполнителей услуги — обеспечение качества услуги и высокой культуры обслуживания.

9. На этапе эксплуатации (использования и потребления) к управлению подключается потребитель продукции. От того, насколько грамотно он будет использовать (эксплуатировать) продукцию, будет, в частности, зависеть ее срок службы.

10. Техническое обслуживание и послепродажная деятельность — техническая помощь в обслуживании (установка, сборка, обучение персонала), профилактический и гарантийный ремонт, поставка комплектующих.

11. На стадии утилизации необходимо предупредить вредное воздействие использованной продукции на окружающую природную среду.

Этапом утилизации не заканчивается деятельность организации. К этому сроку, а практически еще раньше, организация начинает изучать предполагаемые потребности, уточнять текущие потребности и после маркетинговой деятельности приступает к проектированию новой продукции. По мере завершения жизненного цикла одного вида продукции объемы его продаж снижаются, в результате чего осваивается и выводится на рынок новый вид продукции, обладающий, как правило, более совершенными качественными характеристиками.

Системный подход к управлению качеством продукции на всех стадиях ее жизненного цикла требует, чтобы такое управление интегрировало в себе процессы осуществления трех основных функций:

- функции обеспечения качества;
- функции оперативного управления (координации) качеством;
- функции улучшения качества.

Обеспечение качества продукции представляет собой совокупность плановых систематически проводимых мероприятий, создающих необходимые условия для выполнения каждого этапа жизненного цикла этой продукции таким образом, чтобы ее (продукции) качественные параметры удовлетворяли комплексу соответствующих требований, предъявляемых ее пользователями. К систематически проводимым мероприятиям обеспечения качества относятся только те работы, которые выполняются предприятием постоянно или с четко установленной периодичностью. Особое место среди них занимают мероприятия, связанные с предупреждением различных отклонений.

Оперативное управление (координация) качеством представляет собой деятельность по анализу необходимости, выбору и регулированию процессов осуществления плановых мероприятий, призванных обеспечить требуемый уровень качества продукции. Оперативное управление качеством включает в свою структуру пять основных логически связанных между собой управленческих функций: функцию контроля, функцию учета, функцию анализа, функцию принятия руководящих решений и функцию организации их выполнения. Соединяясь с мероприятиями по обеспечению качества, процессы осуществления перечисленных функций оперативного управления формируют непрерывный циклический процесс, результатом которого выступает удержание качественных параметров выпускаемой предприятием продукции в рамках соответствующих нормативных требований.

Улучшение качества — это постоянная деятельность, направленная на повышение технического уровня продукции, качества ее изготовления, совершенствование элементов производства и параметров самой этой системы. Объектом процессов улучшения качества может стать любой элемент производственной системы (например, отдельный производственный процесс, конструкция детали и т.д.).

Список использованных источников:

1. Немогай Н. В., Бонцевич Н.В., Садовский В.В. Управление качеством: Учебник. – Гомель: Центр исследования институтов рынка, 2011. – 361 с.
2. Менеджмент качества: учебное пособие / Е.М. Карпенко, С.Ю. Комков. – Минск: ИВЦ Минфина, 2015. – 208 с.

Харитонович Ю.П., студент 4 курса
Научный руководитель Филиппова Т.В., ассистент, м.э.н.
Брестский государственный технический университет

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА БУДУЩЕГО

Организационная структура - это система, используемая для определения иерархии внутри организации. Она определяет каждое задание, его функцию и место, где она отчитывается внутри организации. Эта структура разработана для определения того, как работает организация, и помогает организации в достижении ее целей, чтобы обеспечить будущий рост. Структура иллюстрируется с использованием организационной схемы. Под структурой управления понимается упорядоченная совокупность устойчиво взаимосвязанных элементов, обеспечивающих функционирование и развитие организации как единого целого. Организационная структура управления определяется также как форма разделения и кооперации управленческой деятельности, в рамках которой осуществляется процесс управления по соответствующим функциям, направленным на решение поставленных задач и достижение намеченных целей.

Существуют различные типы организационных структур: линейная, функциональная, линейно-функциональная, матричная, дивизиональная, множественная.

Каждый из типов организационных структур определяется для удовлетворения потребностей организаций, которые действуют по-разному. Типы организационной структуры включают отделы, функциональные, географические и матричные. Специализированная структура подходит для организаций с различными бизнес-единицами, а географическая структура обеспечивает иерархию для организаций, которые работают в нескольких местах на национальном или международном уровне. Функциональная организационная структура основана на обязанностях каждой работы. Матричная структура, которая имеет два или несколько супервизоров для каждого задания, на которое нужно отчитываться, является самой сложной, но может быть необходимой для крупных организаций со многими местоположениями и функциональными областями. А чаще всего используется линейно-функциональная структура.

Но в условиях общей нестабильности и постоянных кризисов, характерных для постиндустриальной экономики необходим переход к более эффективному «предпринимательскому» типу поведения, ориентированному на будущее. Уже сейчас в мире появляется все больше организаций, характеризующихся следующими чертами: адаптивностью и гибкостью, сетевым принципом построения организационной структуры, глобальностью деятельности, повсеместным применением ИТ-технологий, ставкой на конечные результаты и динамичный рост, высоким уровнем корпоративной ответственности, инновационностью и тд. К основным видам организационных структур будущего можно отнести следующие организации: виртуальные, многомерные, круговые, сетевые, интеллектуальные.

К основным характерным чертам интеллектуальной организации можно отнести, в первую очередь: Свободу выбора, общую ответственность, ограниченный корпоративный менеджмент.

Виртуальные корпорации представляют собой сообщества функциональных партнеров, которые управляют производством, проектированием, реализацией продукции, с активным использованием современных ИТ-технологий, а также системы контрактов, с независимыми структурами и рабочими группами.

Многомерные организации включают в себя одновременно функциональные, рыночные и продуктовые структуры. Благодаря такому интегрированному подходу структуры подобного типа способны легко адаптироваться к изменениям внешней среды без существенной реорганизации общей структуры компании.

В сетевых организациях последовательность команд иерархической структуры заменяется цепочкой заказов на поставку продукции и развитием взаимоотношений с другими фирмами. Таким образом, структуры подобного типа представляют собой совокупность бизнес-единиц, деятельность которых координируется рыночными механизмами (вместо старых командных методов).

Сегодня можно лишь в общих чертах предполагать, как будут выглядеть организации будущего, какими будут их основные характеристики, какие требования будут предъявляться к их структуре, что из себя будут представлять их ценности.

Ориентировочно можно утверждать, что такие организации будут иметь примерно в два раза меньше уровней, чем в настоящее время. Численность руководителей составит лишь 1/3 их современного состава. Конструирование и создание подобных организаций становится задачей ближайшего будущего.

ОСНОВНЫЕ КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА КЛАСТЕРОВ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Для наращивания ресурсной базы и ВВП необходимы новые подходы к интеграции промышленных предприятий. Для создания территорий с опережающим развитием можно использовать кластерный подход. В условиях расширенного торгово-экономического пространства Республики Беларусь в рамках Таможенного и Евразийского экономического союзов формирование инновационно-промышленных кластеров представляется одним из наиболее эффективных методов обеспечения конкурентоспособности промышленного потенциала страны. Концептуальные положения кластерной политики изложены в Концепции формирования и развития инновационно-промышленных кластеров в Республике Беларусь и некоторых других нормативно-правовых документах. Интенсификация исследований по идентификации кластерных структур и реализации на практике кластерных концепций в Республике Беларусь обусловлена научным поиском оптимальных решений по территориальной организации промышленности и повышению конкурентоспособности регионов.

Формирование новых и идентификация существующих кластеров остается одной из наиболее актуальных проблем эффективной реализации кластерной политики на национальном и региональном уровнях. Исходя из наработок отечественных и зарубежных ученых в области экономико-географических и экономических исследований территориальной организации промышленности, вопросы идентификации потенциальных кластеров и формирования кластерных структур являются важным элементом региональной промышленной политики.

За последнее время большинство стран не просто используют кластеры как фундамент для развития своих экономических показателей, но и достигают успехов с помощью так называемого «кластерного метода». Под последним имеется в виду «...новая управленческая технология, позволяющая повысить конкурентоспособность как отдельного региона или отрасли, так и государства в целом» [1].

Что касается классификации кластеров не по сфере деятельности, а по своим особенностям, то здесь принято выделять следующие виды:

– Региональные – географически ограниченные кластеры со схожими территориальными единицами, которые завязаны на какую-либо научную организацию.

– Вертикальные – такие кластеры, в которых производственная цепочка непосредственно выступает связующим звеном для всего кластера.

– Промышленные – в данном типе определяющим фактором для классификации выступает сфера бизнеса, в которой кластер профилируется, например, образовательный, высокотехнологичный, химический, агропромышленный и т. д. [2]

Получается, что кластер объединяет различные предприятия и организации, принимающие участие в производственной цепочке, а также лежит в основе национальной инновационной системы страны как один из важнейших ее элементов. Чаще всего подобное сотрудничество несет за собой некоммерческое партнерство [1].

Для оценки деятельности экономических кластеров могут быть применимы показатели успешного управления кластером, интерпретируемые как показатели его конкурентоспособности. Высокий уровень конкурентоспособности как отдельных участников кластера, так и всего кластера в целом представляет собой основной результирующий показатель кластерной организации производства.

В целях оценки конкурентоспособности кластерных систем можно применять интегральный индекс конкурентоспособности, содержащий четыре показателя, каждый из которых обособленно определяет вышеперечисленные уровни функциональности, системности, проактивности и органичности систем.

Кластер как система, может показывать большие экономические показатели уже в краткосрочной перспективе, и, соответственно, для развития в долгосрочном периоде не предпринимать никаких действий. Так, кластерная система может применять существующие производственные возможности на абсолютную мощность, при этом, не учитывая дальнейшего развития. В данном случае частный индекс конкурентоспособности кластерной системы в долгосрочном периоде может быть менее индекса конкурентоспособности в краткосрочном периоде.

Рассмотрим характер оценочных показателей конкурентоспособности. Приведем параметры функциональности, системности, проактивности и органичности кластеров, с позиции социально-экономических систем.

Таблиця 1

Система показателей конкурентоспособности кластера в различных условиях функционирования

Наименование индикатора	Методологическое содержание индикатора оценки	Экономические величины, интерпретирующие содержание показателя
Индикатор функциональности	Результативность в краткосрочном периоде, т.е. удовлетворение потребностей клиентов	<ul style="list-style-type: none"> ➤ объем реализованной продукции; ➤ оборот организаций; ➤ оборот организаций по видам экономической деятельности
Индикатор системности	Эффективность в краткосрочном периоде, т.е. экономическая эффективность ресурсного обеспечения	<ul style="list-style-type: none"> ➤ выработка добавленной стоимости на одного занятого; ➤ валовой региональный продукт на одного занятого
Индикатор проактивности	Обеспечение инновационной активности, инициация изменений, приспособление к новым угрозам и возможностям	<ul style="list-style-type: none"> ➤ объем инновационной продукции; ➤ объем финансирования научных разработок; ➤ инвестиции в основной капитал
Индикатор органичности	Обеспечение интеграционного взаимодействия и сотрудничества, проявление кооперации. Уровень интеграционной взаимозависимости	<ul style="list-style-type: none"> ➤ численность занятых на предприятиях кластера; ➤ число предприятий и организаций кластера по видам экономической деятельности

Параметр функциональности показывает результативность кластерной системы в краткосрочном периоде. В первую очередь удовлетворение потребностей клиентов. Главной задачей промышленного кластера является выпуск продукта и обеспечение рынка данным товаром.

Индикатор проактивности показывает результативность кластерной системы в долгосрочном периоде, и характеризует инновационную активность, уровень инициативности изменений в организации производства, сосредоточенных на адаптацию системы к изменениям внешней среды.

Индикатор системности отображает эффективность кластерной системы в краткосрочной перспективе. В первую очередь, говорим об экономической эффективности кластера относительно применения всевозможных ресурсов в процессе производства.

Индикатор органичности отображает эффективность кластерной системы в долгосрочном периоде, т.е. обеспечение качества интеграционных процессов и взаимодействия, продуктивность координации среди ее структур и звеньев.

Индекс конкурентоспособности кластерного образования в долгосрочной перспективе, рассчитываемый как среднее геометрическое от произведения величин проактивности и органичности отображает возможность системы к проактивному снабжению инновационными преимуществами и уровня интеграции звеньев кластера.

Интегральный индекс конкурентоспособности кластерного образования системно показывает четыре индикатора. Сопоставление кластерных систем с использованием данного индекса может разрешить производить интегральную оценку эффективности кластеров по уровню их конкурентоспособности.

Оценка конкурентоспособности экономических систем, обеспечивает, оценку успешной деятельности этих систем. Применительно к кластерной организации производства, оценка кластерных агломераций между собой, с соответствующими отраслевыми системами, производственными комплексами и т.п. по уровню конкурентоспособности позволяет проводить сравнения по уровню успешной деятельности.

Литература

1. Дырдонова А.Н. Управление устойчивым развитием промышленных кластеров // Автореферат дис. ... доктора экономических наук : 08.00.05 /. – Казань, 2019. – 43 с.
2. С.А. Демьянов Экономико-географические аспекты формирования инновационно-промышленного кластера // Вестник БГПУ, серия 3, 2016. – С. 62-75.

КАДРОВАЯ ПОЛИТИКА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Кадровая политика — совокупность целей и принципов, которые определяют направление и содержание работы с персоналом. Через кадровую политику осуществляется реализация целей и задач управления человеческими ресурсами, поэтому её считают ядром системы работы с человеческими ресурсами.

Государственная кадровая политика – деятельность республиканских и местных органов управления по созданию целостной системы формирования и эффективного использования трудовых ресурсов, развития кадрового потенциала органов государственного управления и самоуправления, различных отраслей экономики и сфер деятельности, ориентированного на эффективное решение актуальных экономических, социальных и политических задач.

Субъекты государственной кадровой политики – государственные органы, являющиеся носителями определенной законодательством компетенции в системе государственного управления.

Объекты государственной кадровой политики – процессы формирования, использования и развития кадрового потенциала государственных органов и организаций, учреждений, отраслей экономики, других сфер деятельности, а также общественных организаций.

Механизм реализации государственной кадровой политики – комплекс правовых норм, принципов, форм, методов и средств, обеспечивающих эффективность подбора и расстановки кадров, их подготовки, переподготовки и повышения квалификации.

Инфраструктура государственной кадровой политики – совокупность различных субъектов социально-экономических отношений, ресурсов и средств обеспечения кадровой работы, в том числе информационных.

Основными направлениями государственной кадровой политики являются:

1. формирование современных требований к кадрам различных сфер деятельности и уровней управления;
2. подбор кадров с учетом их профессиональных и нравственно-психологических качеств;
3. формирование действенного резерва руководящих кадров и организация планомерной работы с ним;
4. совершенствование форм и методов оценки деятельности кадров;
5. мотивация эффективного труда, рациональное использование кадров, создание благоприятных условий для их работы и профессиональной карьеры;
6. совершенствование системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров.

Приоритетными задачами в управлении трудовыми ресурсами являются:

- совершенствование системы прогнозирования трудовых ресурсов и демографических процессов, учет результатов этих прогнозов при выработке приоритетных направлений государственной кадровой политики и формировании кадровых программ;
- методическое обеспечение подготовки отраслевых и региональных кадровых программ;
- разработка программ создания и сохранения экономически целесообразных рабочих мест в регионах, отраслях экономики и других сферах деятельности, обеспечивающих равные возможности для всех граждан, в том числе для молодых специалистов, получения рабочего места в соответствии с уровнем квалификации;
- организация экспертизы инновационных программ и проектов в целях создания и сохранения эффективных рабочих мест;
- обеспечение социальных гарантий в области заработной платы и доходов, развитие системы отраслевых тарифных соглашений, расширение социальных функций коллективных договоров, внесение соответствующих изменений в трудовое законодательство;
- повышение воспроизводительной и стимулирующей роли заработной платы, обеспечение оплаты труда работников всех сфер деятельности в зависимости от сложности выполняемых работ и уровня квалификации;
- разработка программ кадрового обеспечения всех структур, реализующих государственную программу «Здоровье», что создаст условия для сохранения и восстановления здоровья граждан, пропаганды здорового образа жизни;
- усиление государственного контроля за соблюдением стандартов в области охраны и условий труда;

- подготовка и реализация программы развития системы переподготовки специалистов научно-инновационной сферы, других приоритетных направлений социально-экономического развития республики;

- обеспечение защиты прав и интересов граждан, выбывающих на работу за пределы страны;
- формирование эффективного механизма государственной поддержки предпринимательства и самозанятости безработных, в том числе финансирование создания новых рабочих мест в сфере малого бизнеса в соответствии с приоритетами социально-экономического развития;
- адаптация системы пенсионного обеспечения к сложившейся экономической ситуации, развитие государственного и негосударственного пенсионного страхования, совершенствование механизма формирования отчислений в Пенсионный фонд;
- расширение сети негосударственных структур содействия занятости различных социальных групп населения (молодежи, женщин, инвалидов);
- развитие системы реабилитации инвалидов, включая меры приспособления социальной инфраструктуры к их потребностям.

Достижение задач и приоритетов государственной кадровой политики требует совершенствования механизма ее реализации, в частности нормативно-правового, организационно-методического, информационного, материально-технического, финансового обеспечения.

Актуализация нормативно-правовой базы предполагает совершенствование действующих и разработку новых законодательных актов, регламентирующих приоритетные задачи и функции государственных органов и учитывающих современные информационные технологии в кадровой работе.

Организационно-методическое обеспечение государственной кадровой политики предусматривает:

- создание систем и методик прогнозирования потребности в квалифицированной рабочей силе всех сфер жизнедеятельности общества;
- координацию действий субъектов кадровой политики государства;
- разработку программ кадрового обеспечения отраслей экономики, административно-территориальных единиц, органов государственного управления и развитие системы последипломного образования кадров на базе ведущих высших учебных заведений;
- разработку и использование современных кадровых технологий в области подбора, расстановки, продвижения, оценки и трудовой мотивации кадров;
- расширение сети научных, инновационных и консультационных организаций в области работы с кадрами, развитие системы ее психологического сопровождения.

Информационное обеспечение государственной кадровой политики предусматривает создание единого информационного пространства, способствующего эффективному взаимодействию субъектов формирования и реализации кадровой политики. Основными направлениями информационного обеспечения государственной кадровой политики являются:

- определение состава и структуры информации, необходимой для принятия эффективных решений в области формирования кадрового потенциала государственного управления;
- создание республиканской информационной мониторинговой системы учета и анализа управленческого кадрового потенциала, подготовки и использования кадров, а также единого банка данных резерва кадров.

Материально-техническое и финансовое обеспечение государственной кадровой политики предполагает:

- организацию прогнозирования и планирования потребности в материальных и финансовых ресурсах для обеспечения эффективной работы государственного аппарата, подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров органов государственного управления, самоуправления, отраслей экономики, других сфер деятельности;
- развитие материально-технической базы учреждений последипломного образования;
- определение источников и порядка финансирования кадровых программ с использованием средств республиканского и местных бюджетов, а также средств предприятий и организаций, образуемых за счет хозяйственной деятельности.

Список используемых источников

1. Википедия – свободная энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Кадровая_политика. - Дата доступа: 02.11.2020.
2. Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь. Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=P30100399>. - Дата доступа: 02.11.2020.

ТВОРЕННЯ СУЧАСНОЇ СИСТЕМИ ОЦІНКИ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У нестабільних і кризових умовах результативність роботи суб'єкта господарювання визначається забезпеченістю ресурсами та оптимальністю їх використання. Прибуток є одним з основних підтверджень ефективності діяльності, адже є внутрішнім джерелом його розвитку. Трудові ресурси є базисом, який забезпечує його діяльність. Задоволеність персоналу своєю роботою, майстерність та кваліфікація – це основні джерела його процвітання. Трудові дії персоналу будуть злагоджені та стабільні, якщо кожний етап діяльності буде контролюватися та регламентуватися, на що і націлене оцінювання персоналу.

Керівництво персоналом – центральна функція суб'єкта господарювання, яка може стати тим критичним фактором. Незважаючи на значні наробки вчених проблематика оцінки персоналу залишається актуальною, адже поглибленого вивчення потребують питання механізму побутову оцінювання персоналу в умовах жорсткої конкуренції.

Ключовою перешкодою для розвитку системи управління персоналом є відсутність системи універсальної оцінки працівників різних категорій та посад, яка б дозволяла оцінити кожного працівника. Через це оцінювання працівників з урахуванням умов їх розвитку потребує подальшого дослідження, до котрого слід віднести визначення основних складових системи оцінки працівників.

Управління персоналом – це основоположна сфера забезпечення життєдіяльності господарюючого суб'єкта, що воно є рушійною силою у збільшенні його ефективності. Персонал – ключовий ресурс суб'єкта господарювання. Швидкий розвиток суспільства, зміни в розвитку продуктивних сил в реаліях сьогодення, де найбільш головним є знання, кваліфікація вимагають від керівництва посиленої уваги до людини і її творчих здібностей. Рівень розвитку персоналу є ключовим фактором у ефективності роботи підприємства. У нестабільних і кризових умовах господарювання підприємство має створити умови для систематичного підвищення рівня професійності своїх працівників для забезпечення конкурентоспроможності. Актуальність теми дослідження зумовлено необхідністю пошуку нових підходів до оцінки персоналу підприємства в умовах загострення конкуренції на ринку, нестабільності зовнішнього середовища.

Оцінювання ефективності системи управління персоналом підприємства потребує від керівництва підприємства здійснення таких кроків (рис. 1).

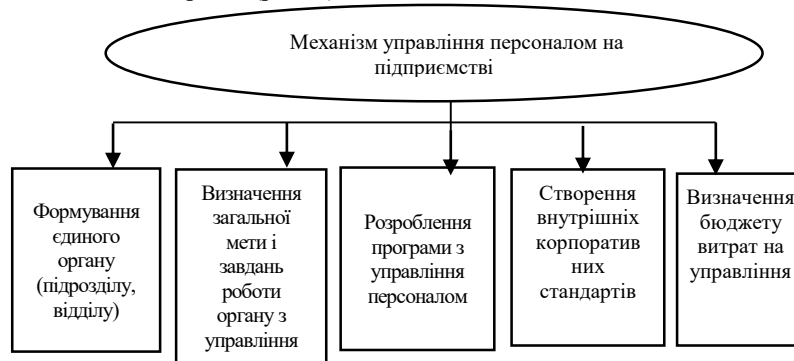


Рис. 1. Механізм управління персоналом на підприємстві

Основоположними напрямками діяльності у сфері управління персоналом господарюючого суб'єкта є:

- визначення потреби у персоналі (планування кількісної та якісної потреби у персоналі);
- відбір персоналу (аналіз джерел відбору персоналу, встановлення зв'язків із зовнішніми організаціями, ділова оцінка кадрів під час відбору);
- розстановка трудових ресурсів (періодичне оцінювання кадрів, цілеспрямоване переміщення кадрів);
- розвиток персоналу (адаптація, навчання, службове та професійне просування);
- підтримка комфортного соціально-психологічного клімату (регулювання стосунків керівника та колективу, трудових взаємостосунків);
- мотивування (адекватна оплата, створення творчої атмосфери, підтримка кар'єри, виховання «корпоративного духу»);

Секція 3. Сучасні тенденції розвитку теорії та практики менеджменту в глобальному конкурентному середовищі

- управління безпекою персоналу (створення нормальних умов праці, охорона праці, спрямованих на формування у працівників безпечних дій, забезпечення соціальної інфраструктури);
- правове та інформаційне забезпечення процесу управління персоналом (правове регулювання трудових взаєностосунків, облік та статистика персоналу, інформування колективу).

Актуальність та висока економічна значущість проблеми оцінювання персоналу для розвитку підприємства та створення сприятливого середовища для роботи потребує уточнення процедури оцінки.

Одне з найважливіших методичних питань оцінки кадрів – це визначення суб'єкта оцінки. На закордонних корпораціях вирішенням цього питання займається менеджер. На наш погляд, на вітчизняних господарюючих суб'єктах це має здійснювати менеджер з управління персоналом.

Політика оцінювання персоналу будується на єдиних принципах оцінки рівня компетентності, професійних знань і навичок необхідних для посади; якість та об'єм виконання посадових обов'язків, продуктивності праці; рівень виконання поставлених цілей та задач; ініціативність; дисциплінованість. Оцінка членів трудового колективу проходить в індивідуальному порядку. Виявлені досягнення відзначаються винагородою.

У ході оцінки персоналу роботодавець порівнює співробітника, який займає ту чи іншу посаду, з фахівцем, ідеально відповідним для цієї позиції.

Оцінку персоналу в системі управління підприємством пропонується розподілити на декілька складових частин (рис. 2).



Рис. 2. Процес оцінки персоналу підприємства

Перший етап оцінки трудових ресурсів суб'єкта господарювання базується на формуванні посади, де пропонується здійснювати планування чисельності та складу персоналу, визначення стилю управління, розробку засад корпоративної культури, встановлення групових командних характеристик і вимог, та на цій основі формування конкурентних переваг.

В другій частині – створення посади – пропонується проведення конкурсу на посаду. Даний процес відбувається на підставі затвердження одноосібно керівником переважно за рекомендаціями. Зазначений факт є негативним чинником при формуванні конкурентоспроможності персоналу, оскільки він унеможливує реальну оцінку конкурентних переваг претендента.

Третій етап оцінки персоналу – реалізація посади – пропонується безпосереднє прийняття на посаду працівника та підписання контракту. Наявність контракту між працедавцем та працівником позитивно регламентує чинники, як зовнішні, так і внутрішні, обумовлені специфічною діяльністю господарюючого суб'єкта, які неузгоджені законодавством. Окрім цього, трудовий контракт має термін дії, після закінчення якого працедавець може зробити висновок щодо ефективності праці працівника та проведення нового конкурсу.

Практичний досвід вітчизняних господарюючих суб'єктів підтверджує необхідність побудови ефективної системи оцінки роботи персоналу у контексті залучення до вирішення цієї задачі фахівців, що мають відповідні знання та досвід не лише у сфері нормування та оплати праці, але і різних аспектів в системі управління підприємством. Для формування дієвої системи оцінювання персоналу пропонуємо врахувати наступні чинники:

- надання зворотного зв'язку учасникам оцінки (надання інформації працівникам щодо мети, процедури та критеріїв оцінювання);
- забезпечення дієвості оцінки персоналу;
- сприяння гнучкості процедури оцінювання (завдяки гнучкості фахівець може стати на позиції різних точок зору і об'єктивно розглядати різні ситуації);
- забезпечення можливості прогнозування оцінки (для наступного планування управлінських рішень).

Для формування конкурентної переваги суб'єкта господарювання у вигляді кваліфікованого трудового колективу потрібно вдосконалити систему управління персоналом. Визначення компетентності та

Секція 3. Сучасні тенденції розвитку теорії та практики менеджменту в глобальному конкурентному середовищі

продуктивності роботи працівників здійснюється на основі оцінки персоналу, що являє собою процедуру, котра здійснюється для визначення відповідності працівника займаній посаді.

Оцінювання трудових ресурсів суб'єкта господарювання дозволяє сформувавши для надає керівництва інформацію, необхідну для обґрунтованих рішень щодо підвищення, переведення, звільнення або навчання працівників. До характерних ознак чинних в Україні систем оцінювання трудового колективу віднесено орієнтацію на спрощені процедури оцінки, брак конструктивного зворотного зв'язку між об'єктом і суб'єктами оцінювання.

Оцінювання трудового колективу дозволяє сформувавши надати керівництву дані щодо: продуктивність роботи конкретного працівника; потенційні можливості перспективи їх розвитку колективу; ідентифікувати причини низьких результатів діяльності окремих членів трудового колективу; потреби в підвищенні кваліфікації; шляхи удосконалення організації праці.

**Шикасюк А. И., студентка 4 курса,
научный руководитель Филиппова Т. В, ассистент, м.э.н.
Брестский государственный технический университет**

МЕНЕДЖМЕНТ ЗНАНИЙ КАК КОНКУРЕНТНАЯ СТРАТЕГИЯ

Менеджмент представляет собой область знаний и профессиональной деятельности, направленных на формирование и обеспечение достижения целей организации путем рационального использования имеющихся ресурсов. Первоначально менеджмент начал развиваться как теория управления производством, а затем трансформировался в теорию управления деятельностью поведением людей.

На рубеже двадцатого и двадцать первого века возникло новое направление в практике менеджмента – так называемый менеджмент знаний. Это систематический процесс идентификации, использования и передачи информации и знаний, которые люди могут создавать, совершенствовать и применять.

Менеджмент знаний (МЗ) - управление интеллектуальным капиталом. Его задачи: достижение поставленных целей организации за счет роста интеллектуального капитала и эффективного его использования; повышение эффективности принимаемых решений; создание предпосылок для появления инноваций; использование бенчмаркинга во всех сферах деятельности; обучение и мотивация сотрудников; повышение эффективности процессов проектирования, изготовления, закупок и маркетинга.

Знания проникают во все сферы и все стадии экономического процесса, и их уже сложно отделить от продукта или услуги. Одной из центральных идей управления знаниями является более эффективное использование уже существующих знаний. Важно не изобретать то, что уже изобретено, а активно и широко использовать имеющийся опыт.

Управление знаниями - это неотъемлемая часть менеджмента любой организации. Такое управление — это модель, которая объединяет действия, связанные с формированием знаний, их кодификацией, распространением и использованием, а также с развитием инноваций и обучением.

Управление знаниями можно определить как искусство создавать стоимость из нематериальных активов организации, как целенаправленный процесс конвертации знаний в стоимость. Менеджмент знаний приводит к изменениям в образе мыслей многих менеджеров, к отходу от многих устаревших, ортодоксальных подходов.

Главная цель управления знаниями — это создание новых и более мощных конкурентных преимуществ.

Конкурентная стратегия – это обобщенная модель действий и совокупность правил, которыми должно руководствоваться предприятие при принятии решений для достижения и долгосрочного поддержания конкурентоспособности. Стратегия задает определенные рамки, позволяющие выявить и оценить изменения внешних и внутренних условий развития системы и обусловленные этими изменениями потребности в ее совершенствовании. Конкурентные стратегии направлены на то, как вести конкурентную борьбу, как развивать собственные конкурентные преимущества и как сделать эти преимущества стабильными и долгосрочными.

Интернет вносит революционные изменения в корпоративные системы. Системы определяют пути движения информации в организации, которая обеспечивает связи между нею и потребителями, способствуют обмену знаниями и опытом между подразделениями, а также различными функциональными областями.

Менеджменту необходимо позаботиться о создании систем, удовлетворяющих трем критериям.

Во-первых, информационные системы должны обеспечивать получение полной картины состояния компании. Во-вторых, информация должна быть доступной. Если сотрудники, работающие в различных функциональных сферах и подразделениях, трудятся во имя достижения общих целей и способствуют внедрению инноваций, им необходим доступ к максимально широкой информации о потребителях, товарах и технологиях. В-третьих, доступ к информации должен быть быстрым.

В конечном итоге конкурентоспособность компании зависит от способности удовлетворять потребности покупателей лучше, чем это делают ее конкуренты. Высшее руководство компании побуждает сотрудников делать все от них зависящее для достижения общей цели, а также отвечает за разработку стратегии, развитие организационных структур и систем, обеспечивающих эти способности.

Список литературы

1. Базаров, Т.Ю. Управление персоналом / Т.Ю. Базаров. – 13-е изд., перераб. И доп., М.: ИПК ГС, 2015. – 320 с.

**Шикасюк Е. И., студентка 4 курса,
научный руководитель Филиппова Т. В., ассистент, м.э.н.,
Брестский государственный технический университет**

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Начало XX века ознаменовалось бурным ростом экономического потенциала в развитых странах, аккумуляцией капитала и ускорением его концентрации. Быстро развивался финансовый рынок, поддерживаемый ростом крупных монополий, акционерных обществ и кредитно-финансовых учреждений. В таких условиях возникла объективная необходимость сознательного управления финансовыми процессами. В эволюции финансового менеджмента можно выделить несколько этапов, на каждом из которых действовали свои специфические факторы развития.

На первом этапе, происходит интенсивный рост экономического потенциала в развитых странах, аккумуляция капитала и ускорение его концентрации, централизация в руках крупных монополий. Происходит развитие акционерных обществ, преуспевающих кредитных и финансовых организаций, соответственно и финансового рынка. Возникают новые идеи по организации финансовых отношений между партнерами, более прогрессивные подходы к решению финансовых проблем. Почти каждый хозяйствующий субъект становится перед дилеммой, как в соответствующих условиях обеспечить возможности успешного функционирования, активного воздействия на конечные результаты своей деятельности.

На втором этапе в развитии финансового менеджмента, мировой кризис 30-х годов, вызвавший серьезные экономические затруднения у многих хозяйствующих субъектов большинства стран: спад производства, банкротство. В результате экономических потрясений на первый план выдвинулись проблемы выживания предприятий в мире усилившейся конкуренции и серьезных кризисных явлений. В такой ситуации возникла объективная необходимость сознательного управления финансовыми процессами на уровне низового звена, принятия иногда рискованных решений, но приносящих впоследствии позитивные результаты.

Перелом в развитии финансового менеджмента был связан с интеллектуальной революцией, подъём хозяйства во многих странах. Дальнейшее развитие рыночной инфраструктуры создало следующие предпосылки для формирования научной целостности системы управления финансовой деятельности: расширение финансовых операций в хозяйстве, появление новых финансовых институтов: повышение роли денег в экономических процессах; появление новых направлений, возможности вложений.

Современный этап развития финансового менеджмента характеризуется широким применением компьютерной техники, тесным взаимодействием предприятий и финансового рынка по поводу покупки и продажи финансовых активов.

Расширение сферы воздействия финансовых рычагов на хозяйственную деятельность предприятия, как и зависимость его действий от его финансового состояния, изменило место и повысило значимость финансового менеджмента в общей системе управления производством. Не случайно на высшем уровне руководства крупных зарубежных фирм появилась должность финансового директора, являющегося заместителем президента фирмы, корпорации. На него возложена ответственность за формирование рациональной финансовой политики как важного элемента общей стратегии развития предприятия.

Особую важность приобретают проблемы эффективного использования финансов в рыночной экономике, которую часто называют просто денежной экономикой. Такое название отражает ее характер, поскольку большинство экономических процессов осуществляется посредством денег и ради их приумножения. Прежде всего, это касается низовых звеньев хозяйства, создание которых, как и дальнейшее функционирование, во многом зависит от наличия денежных средств, скорости их оборота и эффективного использования. Английский ученый и практик Д. Давес, принимающий непосредственное участие в управлении финансовой деятельностью таких крупных фирм, как IBM, Ceneal Elektrik, McDonalds, пишет, что большинство предприятий (75-80 %) прекращает свою деятельность не из-за низкой рентабельности, убыточности, а вследствие недостатка денег в определенный период времени.

Финансовый менеджмент играет важную роль не только в практическом, но и научном аспекте. Позволяет формировать ресурсный потенциал высоких темпов прироста производственной деятельности предприятия, обеспечивать постоянный рост собственного капитала, существенно повышать его конкурентную позицию на товарном и финансовом рынках.

Список литературы

1. Ковалев В.В. Курс финансового менеджмента: учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Проспект, 2015. – 504с.

Шкабара Т. С., магістрант, гр. ЗМО-20-1М, ФБСО
Науковий керівник: Орлова К.Є., к. е. н., доц.,
кафедри менеджменту і підприємництва
Державний університет «Житомирська політехніка»

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ СУБ'ЄКТА БІЗНЕСУ

Управлінська діяльність – один із ключових факторів забезпечення функціонування й розвитку підприємства. В умовах ринкового середовища, коли стійкість та конкурентоспроможність підприємств майже повністю визначаються якістю управлінських рішень, ця діяльність постійно потребує удосконалення відповідно до вимог виробництва і реалізації товарів, складності господарських зв'язків та параметрів продукції. Від ефективності процесу управління залежить майже вся результативність діяльності підприємства.

Менеджмент, як система управління функціонуванням підприємства, є однією з базових умов ефективної та прибуткової діяльності суб'єктів господарювання. Економічний сенс існування будь-якого підприємства полягає в отриманні доходу, який перевищить витрати, чим більшою буде різниця між ними, тим краще. Ціль кожного підприємства – прибуток, завдання менеджменту в даному випадку – сформулювати систему виробництва (діяльності) з оптимальним використанням наявних ресурсів.

Ефективність менеджменту – це результат управлінської діяльності, що визначається відношенням одержаних результатів(ефекту) до понесених при цьому витрат. Основним елементом управління, у свою чергу, є бізнес-процес, який формується, реалізовується та контролюється людиною. Людський ресурс є одним із ключових ресурсів організації та складається з можливостей і характеристик робітників, спеціалістів, менеджерів та вищого керівництва, що при правильному управлінні функціонує як єдиний організм.

Головною метою забезпечення ефективності системи менеджменту суб'єкта бізнесу є підвищення продуктивності і якості роботи підприємства в умовах ринкової економіки. Для цього потрібно вчасно визначати і оцінювати рівень використання витрат і ресурсів, економічну ефективність виробництва, вплив різних організаційно-технічних заходів на показники діяльності підприємства, конкурентоспроможність, порівнювати і відбирати кращі варіанти нової техніки, застосовувати нові технології тощо.

Важливим елементом забезпечення ефективності менеджменту в цілому є формування ефективності виробництва. Ефективність виробництва – критерій діяльності підприємства, що полягає в оцінці його результатів від здійснення основної діяльності у співвідношенні із понесеними при цьому витратами. Така ефективність відображається через різні вартісні показники, зокрема: обсяг виробництва і реалізації продукції, величина отриманого прибутку, економія різних видів ресурсів (матеріальних, трудових) або загальна економія від зниження собівартості продукції, продуктивність праці. Водночас, якісна сировина, найновіше обладнання, кваліфікований виробничий персонал не зможуть забезпечити гарний результат без грамотної організації процесу виробництва, тобто управлінського компоненту.

Ефективність управління можна оцінити за допомогою наступних критеріїв: 1) оперативність – своєчасність виконання розпоряджень, наказів та завдань керівництва; 2) надійність – забезпечення збереження працездатності, швидке усунення збоїв у роботі; 3) оптимальність – застосування сучасних та дієвих методів для розробки управлінських рішень, організації діяльності підприємства тощо.

Ефективність управління визначається його результативністю. Результативність системи менеджменту характеризується її можливостями до здійснення управління таким чином, щоб підприємство мало змогу досягти поставлених цілей, оперативно реагуючи на зміни зовнішнього та внутрішнього середовища. Досить часто в економічній літературі поняття «результативність» та «ефективність» ототожнюються, водночас, маємо зауважити, що результативність визначає здатність системи менеджменту досягати поставлених цілей стратегічного та тактичного розвитку, натомість ефективність характеризує можливості системи менеджменту до досягнення таких результатів із оптимальними (мінімально можливими) витратами.

Для забезпечення позитивного ефекту управління бізнес-процесами підприємства потрібно враховувати вплив економічного, інформаційного та правового середовища суб'єкта господарювання в умовах нестійкої економіки України. Нестабільність зовнішніх факторів середовища формує загрози для подальшого розвитку підприємства. Важливими є забезпечення гнучкого реагування на зміни, реалізація механізмів адаптації діяльності підприємства до змінних умов зовнішнього середовища.

Отже, ефективність системи менеджменту суб'єкта бізнесу є важливим критерієм забезпечення його здатності до виживання, функціонування та розвитку в умовах ринкового змінного середовища.

**Шульган Н.А., Жуков И.В., студенты 4-го курса,
научный руководитель Филиппова Т.В., ассистент, м.э.н.,
Брестский государственный технический университет**

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ЛОГИСТИКИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В настоящее время в стране наблюдается нехватка логистических операторов высокого уровня (4PL-операторов). Логистические провайдеры четвертого уровня являются интеграторами логистических цепей, которые специализируются на управлении цепями поставок, логистическом планировании и консалтинге для сетевых структур компаний.

Экспедитор, или оператор, или логистический провайдер, — это представитель и защитник интересов грузовладельца, оказывающий логистические услуги грузовладельцу.

Основные категории логистических провайдеров.

Автономная логистика – 1PL (First Party Logistics). В подобной ситуации все операции выполняются самим предприятием;

Частичный аутсорсинг – 2PL (Second Party Logistics). Все основные функции выполняются посредниками, которые специализируются на точечных операциях;

Логистика третьей стороны – 3PL (Third Party Logistics). Здесь все функции передаются аутсорсинг провайдеру, который и реализует систем-ный логистический сервис;

Интегрированная логистика – 4PL (Fourth Party Logistics). В таком случае логистический провайдер должен управлять цепочками поставок обязательных для клиента ресурсов. Данный процесс подразумевает интегрирование всех компаний, участвующих в цепочке поставки товара. Услуги интегрированной логистики включают в себя все этапы передвижения потока материалов, финансов и информации.

4 PL провайдеры выступают в качестве посредника между клиентом и другими операторами логистических услуг. Основной их деятельностью является организация и управление процессом. Отличие 4 PL операторов от предшественников заключается в наличии в структуре управления организационных элементов, взаимодействующих между собой.

Основные подразделения, которые обязательно присутствуют у операторов рассматриваемого уровня:

- отдел закупок, охватывающий все деловые контакты поставщиков продукции заказчика;
- отдел по управлению запасами;
- отдел контроля;

- бренд-менеджерное подразделение, которое проводит анализ рынка с точки зрения маркетинговой теории для проведения корректировки продаж продукции конкретного бренда.

Многие 4 PL операторы в целях оптимизации своей деятельности разрабатывают программное обеспечение, позволяющее создать единый интерфейс для работы с компаниями в цепи поставок клиента. Особенностью провайдеров уровня 4 PL является возможность управлять операторами 3 PL, услугами которых пользуются их клиенты. Используя услуги провайдера можно сократить сроки доставки грузов, обеспечить его сохранность и снизить риски, связанные со складской и транспортной логистикой.

На сегодняшний день логистические операторы 4PL в Беларуси не представлены вовсе – преобладают 3PL и 2PL провайдеры. Но постепенно ситуация будет меняться. Этому способствует, в том числе, и увеличивающийся спрос на такие услуги со стороны участников внешнеторговой деятельности.

Всего, на сегодняшний день, в стране действуют 11 логистических центров, в их числе «Минск-Кристалл», «БЛТ-Логистик», «БелВингесЛогистик», «Брествнештранс» и т.д.

Ряд операторов рынка «Белтаможсервис», «Давдцать четыре», «БЛТ-логистик» представительство Asstra, «Белинтерлогистик», представительство «СТА-Логистик» заявляют уровень оказания услуг по технологии 3PL.

Услуги 4 PL не представлены на рынке, как и отсутствуют подобные операторы на территории партнеров Республики Беларусь по ЕЭП. Многие высказывают мнение о необходимости совместного создания подобного провайдера, однако в мировой практике переход на следующий уровень логистических операторов является эволюционным, то есть создание 4 PL возможно только на базе 3-PL провайдера или, по крайней мере, транспортной компании более низкого уровня, обладающей компетенцией в грузоперевозках во всем рассматриваемом регионе.

Литература

1. Майкл Хуго. Логистика / Х. Майкл // Руководство для профессионалов. – 2020.

Яблонська І. В.
Виговський В. Г., к.е.н., доц. кафедри
менеджменту і підприємництва
Державний університет «Житомирська політехніка»

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК НАПРЯМ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Сьогодні, більшість українських компаній не розуміє, що таке соціальна відповідальність, а тому не спрямовує свою діяльність в цьому напрямку, однак останнім часом актуальність теми КСВ підприємств зросла. Дана тема є досить актуальною зараз і це не дивно, адже відбувається розвиток бізнесу, Україна виходить на європейські ринки, посилюється конкуренція. Всі ці фактори тим чи іншим чином впливають на підприємства. Тож постає питання розробки стратегії корпоративної соціальної відповідальності для забезпечення сталого розвитку українських підприємств, адже мова йде не просто про спонтанну благодійність, а про системну діяльність, вбудовану в усі бізнес-процеси.

Уперше термін «корпоративна соціальна відповідальність» був сформульований Генеральним секретарем ООН Кофі Аннаном тільки у 1999 році. Виділяють декілька визначень цього поняття. У науковій літературі корпоративну соціальну відповідальність (КСВ) розглядають як просування практик відповідального бізнесу, які приносять користь бізнесу і суспільству і сприяють соціальному, економічному і екологічно стійкому розвитку шляхом максимізації позитивного впливу бізнесу на суспільство і мінімізації негативного. КСВ означає досягнення комерційного успіху шляхами, що цінують морально-етичні принципи співтовариства й навколишнє середовище. Сучасному українському бізнесу часто бракує чіткого розуміння і свідомого прийняття того, що соціальна відповідальність бізнесу - це не щось виняткове, що викликається особливими обставинами, а норма, яка витікає з суті бізнесу.

Відповідно до вищесказаного, соціальна відповідальність бізнесу — це свідоме рішення підприємства, крім отримання прибутку від своєї діяльності також нести користь суспільству.

Деякі результати від ведення бізнесу призводять до екологічних та інших видів проблем. Наприклад забруднення навколишнього середовища, викиди газів у атмосферу, нафтові відходи в моря все це призводить до глобальних екологічних проблем. Однак КСВ — це не тільки про екологію. Головним завданням бізнесу – це знайти золоту середину між своїми економічними і соціальними цілями та намагатися їх поєднати. До корпоративної соціальної відповідальності можна віднести такі дії: безпека праці працівників, розвиток людського потенціалу через освітні програми та програми підвищення кваліфікації, соціальний захист і державні гарантії, реалізація державних соціальних програм, участь у благодійних заходах, стабільність та підтримання соціально значимої заробітної плати та інші. Сьогодні, можна виділити не багато підприємств, які дійсно дотримуються КСВ.

Одним з прикладів відомих українських підприємств, які дотримуються КСВ є компанія "Кока&Кола Беверджіс Україна". За підтримки Програми розвитку ООН в Україні та КМДА компанія активно реалізує екологічні програми: в День Зелени і День Дніпра співробітники компанії займаються очищенням міських парків і берегової лінії річок. У співпраці з державними та недержавними структурами "Кока&Кола" проводить ряд освітніх та екологічних заходів, присвячених Дню Дунаю.

Корпоративна соціальна відповідальність стосується також трудових відносин. В Україні порівняно з зарубіжними країнами вона є набагато гірше розвинута. Система оплати праці в Україні дублює радянську модель, що базувалася на дешевій робочій силі з подальшою компенсацією через суспільні фонди споживання. Також, сьогодні мало уваги приділяють корпоративному навчанню, адже у майбутньому це може стати пріоритетом КСВ в Україні. Чинна система освіти в країні слабо реагує на потреби економіки. За окремими професіями та спеціальностями спостерігається брак кваліфікованих кадрів. Українські підприємства приділяють вкрай мало уваги і підвищенню кваліфікації власних співробітників. Хоча в цілому кількість співробітників, які підвищили кваліфікацію, в 3-4 рази більше, ніж кількість навчених новим професіям, в деяких видах економічної діяльності роботодавці не практикують ніяких освітніх заходів.

Отже, сьогодні все більше сучасних підприємств несуть корпоративну соціальну відповідальність перед суспільством. На сьогодні, економічна ситуація дає змогу багатьом переосмислити їхню діяльність. В майбутньому КСВ має зайняти ще більш значиме місце у розвитку організації, адже сьогодні під поняттям «корпоративна відповідальність» розуміється не тільки благодійність якою займається підприємство, зараз це поняття є ширшим та комплексним. Реалізація корпоративної соціальної відповідальності передбачає впровадження довгострокової програми дій, націлених на одне з важливих для будь-якої організації завдань – підвищення її привабливості для інвесторів, органів влади та працівників.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ПРОВЕДЕНИЯ ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРОВ

Переговоры всегда предполагают, по крайней мере, двух участников, интересы которых частично совпадают, а частично - расходятся. Цель переговоров заключается в том, чтобы найти взаимоприемлемое решение, избегая крайней формы проявления конфликта. Задача переговоров в связи с этим состоит в нахождении такого варианта, который позволил бы оптимизировать возможный результат.

В самом начале беседы следует ненавязчиво внушить партнеру (собеседнику) мысль о его собственной значимости. Необходимо говорить о том, что интересует вашего партнера. Вопросы задавайте, на которые ему будет приятно отвечать. Не начинайте разговор с вопросов, на которые собеседник может ответить «нет». Следует добиться от него ответа «да». Поэтому, не случайно, люди начинают разговор с общих тем.

Для того, чтобы психологическая атмосфера была более благополучной, нужно соблюдать следующие правила: 1. Не говорите громко или тихо, медленно или торопливо. Громкая речь может вызвать у собеседника впечатление, будто вы ему навязываете свое мнение. Тихая и невнятная речь будет создавать напряженность в беседе. 2. В каждой беседе нужно найти ключевое слово собеседника. Выяснить, что больше всего его интересует, и на этом заострить свое внимание. 3. Никогда не следует вступать в словесную перепалку во время беседы.

Внимание к партнеру (собеседнику) - один из важных принципов переговоров (беседы). По мнению психологов, мы должны 20% говорить, а 80% слушать.

Самая распространенная ошибка, когда мы стремимся склонить собеседника к своей точке зрения. Лучше если вы дадите своему собеседнику высказаться. Огромное влияние на партнера (собеседника) во время переговоров оказывает аргументация. Чтобы аргументация была успешной, необходимо войти в положение партнера (собеседника). Хорошим фоном являются цифровые приемы. В отличие от слов, они более убедительны. Для достижения успеха на деловых переговорах необходимо не только уметь правильно выражать свои мысли, но и целенаправленно использовать жестовую символику. Известно, что при непосредственном взаимодействии с людьми значение жестов повышается.

В отличие от зарубежных коллег, которые с юности овладевают переговорным процессом, для белорусских предпринимателей это совершенно новая область деятельности. Отсюда и соответствующее отношение к переговорам. В одних случаях - это просто растерянность, в других - наши предприниматели прибегают к методам, усвоенным при командно-административной системе. В результате переговоры «не идут», партнеры терпят убытки, а иногда безвозвратно теряют возможность наладить взаимовыгодные внешнеэкономические связи. Выход один - научиться искусству ведения переговоров.

Для участников переговоров главное понимать, для чего нужны переговоры, какие возможности они открывают, каковы основные принципы анализа ситуаций, возникающих во время переговоров.

В процессе ведения переговоров поведение участников может соответствовать трем различным подходам. Первый подход отвечает идее противостояния сторон. Стол, за которым ведутся переговоры, уподобляется своеобразному полю битвы. Второй подход можно считать противоположностью первого. Стороны занимают дружеские позиции. Третий подход основан на понимании сторонами необходимости поиска взаимоприемлемого решения.

Если ход переговоров был позитивным, то на завершающей их стадии необходимо резюмировать, кратко повторить основные положения, которые затрагивались в процессе переговоров и, что особенно важно, характеристику тех положительных моментов, по которым достигнуто согласие сторон. Это позволит добиться уверенности в том, что все участники переговоров отчетливо представляют суть основных положений будущего соглашения, у всех складывается убеждение в том, что в ходе переговоров достигнут определенный прогресс.

При негативном исходе переговоров необходимо сохранить субъективный контакт с партнером по переговорам. Следует отказаться от подведения итогов по тем разделам, где не было достигнуто позитивных результатов. Желательно найти такую тему, которая представит интерес для обеих сторон, разрядит ситуацию и поможет созданию дружеской, непринужденной атмосферы прощания.

Переговоры можно считать завершенными, если тщательно и ответственно проанализированы их результаты, когда приняты необходимые меры для их реализации, сделаны определенные выводы для подготовки следующих переговоров.

Литература

1. Алехнович В.М. Деловые переговоры как особый вид деловой коммуникации// В.М. Алехнович, Дж. М. Гринцевич. – Минск.: БГАТУ, 2019.-392 с.

Звіт про управління: проблеми підготовки в Україні

В Україні підготовка нефінансових звітів все ще лишається прерогативою великих національних компаній і представництв міжнародних корпорацій. Проте у 2017 році Верховна Рада України, імплементуючи норми Директив ЄС 2013/34/ЄС «Про річну фінансову звітність, консолідовану фінансову звітність і пов'язані з ними звіти окремих типів компаній» та 2014/95/ЄС «Про розкриття нефінансової та різноманітної інформації певними великими підприємствами та групами», котра вносить поправки до Директиви 2013/34/ЄС, закріпила поняття та мету Звіту про управління в Законі України «Про внесення змін до Закону України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" щодо удосконалення деяких положень № 2164-VIII від 05.10.2017.

Звіт про управління є новою формою звітності, тому на сьогодні це питання є мало дослідженим вітчизняними науковцями. Разом з тим, проблематика Звіту про управління висвітлювалась у працях таких українських науковців як К. Безверхий, Т. Бондар, В. Пантелеєв, А. Озеран, Л. Ловінської та Я. Олійник.

Згідно Закону України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" Звіт про управління – документ, що містить фінансову та нефінансову інформацію, яка характеризує стан і перспективи розвитку підприємства та розкриває основні ризики і невизначеності його діяльності. Це документ в якому відображається фінансова та нефінансова інформація про стан та перспективи розвитку підприємства за наступними напрямками: організаційна структура та опис діяльності підприємства; результати діяльності; ліквідність та зобов'язання; екологічні аспекти; соціальні аспекти та кадрова політика; ризики; дослідження та інновації; фінансові інвестиції; перспективи розвитку; корпоративне управління.

Звіт про управління повинні подавати середні та великі підприємства, які оприлюднюють свою звітність. Від складання такого документа звільняються мікропідприємства та малі підприємства. Середні підприємства мають право не відображати у звіті про управління нефінансову інформацію. Оскільки в Україні відсутня законодавчо затверджена форма Звіту з управління, то підприємство самостійно вирішує, у якому вигляді його складатиме. Такий звіт подається разом з фінансовою звітністю та розміщується на веб-сторінці або сайті підприємства.

Нині в Україні досить мало підприємств мають досвід підготовки нефінансової звітності та розуміння наскільки корисною вона може бути для бізнесу. Тому більшість суб'єктів господарювання підходять до підготовки звіту з управління лише формально. Важливо усвідомлювати, що цей звіт – це «обличчя компанії». В ньому відображається те, як підприємство дотримується європейських підходів до ведення бізнесу, поваги до прав людини та захист навколишнього середовища, прозорість компанії та заходи щодо запобігання корупції. Проте кожне підприємство показує лише ті види і обсяги інформації, як вважає за потрібне. Саме тому однією з основних проблем підготовки звіту про управління є відсутність його стандартизації.

Ще одним дискусійним питанням є покладання обов'язків щодо підготовки зазначеного звіту на відділ бухгалтерії, про що свідчить практика більшості підприємств. Однак ця форма звітності містить різноманітну інформацію та показники, які мають генеруватись багатьма структурними підрозділами згідно зони їх відповідальності, а не тільки бухгалтерією, для забезпечення якості даних.

Також варто звернути увагу на візуалізацію відображення інформації. Більшість звітів представлені у короткій текстовій формі або ж у табличній з мінімумом інформації та пояснень. Проте звіт про управління може стати корисним інструментом комунікації, зокрема з інвесторами та особами, які зацікавлені у даних щодо фінансового стану та фінансових результатів підприємства. Його варто готувати у зручному для користувача форматі: графіки, діаграми, інфографіка. Важливо описати всі дані у доступному форматі для забезпечення сприйняття не тільки фахівцями, а і широкому загалу.

Отже, запровадження у практику Звіту про управління є важливим кроком уперед, адже фінансова звітність не може надати всю необхідну інформацію для інвесторів та суспільства. Тому метою такого звіту є доповнення річної фінансової звітності необхідною інформацією, що допоможе користувачам отримати достовірне уявлення про результати діяльності підприємства та стратегічні плани розвитку. Проте наразі він готується та подається, здебільшого, формально. Звіт потребує значних доопрацювань та роз'яснень з боку регуляторів, адже він надає унікальну можливість підприємству продемонструвати свою надійність та стійкість. За його допомогою можна розповісти про тренди в галузі та показати цінність своїх продуктів. Якісно підготовлений Звіт про управління дозволяє бути на крок попереду конкурентів.

Система бухгалтерського обліку: аспекти впливу COVID-19

Невизначеність в бізнес-середовищі зумовлена COVID-19, законодавчі обмеження, спричиняють необхідність нагального дослідження та розробки належного інструментарію для забезпечення цілісності, достовірності і системності діяльності суб'єктів господарювання. Облікова система виступає тим індикатором, який фіксує всі господарські процеси та є механізмом формування дій на випередження для уникнення негативних впливів. Постає необхідність дослідження питання особливостей бухгалтерського обліку ризиків в умовах нових викликів та невизначеностей.

Наслідки пандемії коронавірусу можуть призвести до: зупинки виробництва, перебоїв в ланцюгу поставок, недоступності до персоналу, скорочення обсягів продажів, прибутку і продуктивності, закриття підприємств, відстрочку запланованого розширення бізнесу, нездатності залучити фінансування, зростання волатильності вартості фінансових інструментів.

Все це зумовлює необхідність в уточненні оцінки активів, зобов'язань, резервуванні коштів на покриття понесених втрат, перегляду багатьох контрактів.

Законодавче обмеження та зупинення діяльності багатьох суб'єктів господарювання призведе до їх самоліквідації, відповідно зросте обсяг роботи щодо відображення в обліку ліквідаційних процедур. Відбудеться знецінення нематеріальних активів і гудвілу, виникнуть значні ризики ліквідності; виникне необхідність в перекваліфікації короткострокових і довгострокових кредитів та інших зобов'язань; виникне потреба у створенні страхових резервів під збиткові договори та перебої в роботі; безробіття спричинить відтік кваліфікованих кадрів та нарахування за ними пов'язаних виплат; непередбачуваними є податкові наслідки; виникне потреба у вирішенні питань щодо джерел покриття особливих витрат, пов'язаних із незараженням території та працівників, придбанням відповідних засобів, перерахуванням коштів у благодійні фонди для боротьби з коронавірусом, відображення в обліку та оподаткування одержаної допомоги, компенсації на покриття подібних витрат тощо [1,45].

Серед маси ризиків, які впливають на діяльність суб'єктів господарювання, нами виділено наступні ризики для облікової системи, які є особливо назрілими в сучасних умовах господарювання:

- ✓ ризики, обумовлені обмеженнями законодавчо-нормативними актами;
- ✓ ризики зумовлені виникненням зобов'язань, які пов'язані з виробництвом та реалізацією продукції, товарів, робіт, послуг;
- ✓ ризики знецінення активів;
- ✓ ризики визнання і оцінки зобов'язань;
- ✓ ризики можливого банкрутства;
- ✓ ризики інвестування.

Ідентифікація об'єктів ризиків в системі бухгалтерського обліку в умовах впливу COVID-19 дасть можливість належним чином організувати та вести бухгалтерський облік господарських операцій. Це сприятиме зростанню ефективності використання ресурсів як самої компанії, так і споживачів, підвищить прозорість інформації для управління кожним бізнес-процесом та прийняття управлінських рішень.

Фінансова звітність та відповідні розкриття фінансової звітності повинні передати всі суттєві наслідки COVID-19. На додаток до принципу безперервної діяльності суб'єктів господарювання необхідно розглянути всі господарські процеси, які схильні до невизначеності щодо суджень і оцінок через призму бухгалтерського обліку, включаючи: бухгалтерські оцінки, оцінки справедливої вартості, знецінення активів, оцінки очікуваних кредитних втрат, бухгалтерський облік хеджування, та розкрити у фінансовій звітності.

Список використаних джерел:

1. Крупка Я.Д. Бухгалтерський облік після пандемії. Сучасний стан та перспективи розвитку обліку, аналізу, аудиту, звітності і оподаткування в умовах євроінтеграції: тези доповідей II Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Ужгород, 16 квітня 2020 р.). Ужгород: Видавництво УЖНУ «Говерла», 2020. 267 с. ISBN 978-617-7825-10-3. С. 44-46.

Налогообложение Республики Беларусь в условиях развития цифровой экономики

Развитие современной экономики непосредственно связано с постоянным обменом информации, в частности с использованием инструментов информационных технологий. В Беларуси создана благоприятная платформа для развития сферы цифровой экономики.

Инициатором развития выступает Министерство связи и информатизации Республики Беларусь, которое способствовало разработке Государственной программы развития цифровой экономики и информационного общества на 2016-2020 годы и Декрета №8 «О цифровой экономике». Главной целью программы является совершенствование условий, содействующих трансформации сфер человеческой деятельности, включая формирование цифровой экономики, развитие информационного общества и совершенствование электронного правительства.

За последние годы Беларусь достигла значительных успехов в развитии национальной информационной инфраструктуры, а также создании собственных государственных информационных систем и ресурсов. В электронную форму переведена значительная часть межведомственного документооборота, были сформированы базовые компоненты электронного правительства, автоматизированы некоторые разновидности государственной отчетности, введены в оборот электронные счет-фактуры, а также созданы благоприятные условия для электронного взаимодействия государства и бизнеса.

Большое количество организаций в Беларуси рассматривают цифровизацию как важный источник реализации потенциала фирмы в деле повышения прибыли.

Актуальность информационного обеспечения активно рассматривается и в сфере налогообложения, что является важнейшим элементом финансовой инфраструктуры государства. От эффективности развития налоговой системы государства зависят конкурентоспособность экономики, социально развитие общества и уровень благосостояния населения.

Налоговая система представляется собой совокупность налогов, сборов и пошлин, взимаемых на территории государства с целью создания фонда финансовых ресурсов, систем, принципов, способов, форм и методов их взимания и формируется согласно общественно-политическому устройству, конечным целям экономической политики.

К 2019 году в Республике Беларусь проделана работа по совершенствованию процесса налогообложения, администрирования и снижения налоговой нагрузки, что определённо оказало положительный эффект на налоговую систему страны. Так, например, были отменены:

- сбор в республиканский фонд поддержки производителей сельхозпродукции;
- местный налог с продаж в розничной торговле;
- введено электронное декларирование платежей;
- сокращено время расчёта налогов за счёт усовершенствования механизма взимания налога на прибыль и НДС и многое другое.

В результате принятых нововведений Беларусь сделала процесс налогообложения более простым и менее затратным для компаний. Улучшению позиций в рейтинге Всемирного банка в первую очередь повлияло уменьшение количества представляемых деклараций и налоговых платежей, значительное сокращение числа случаев, предусматривающих обязанность представлять документы в налоговые органы для подтверждения льгот, уменьшение количества реквизитов в декларациях.

Министерством по налогам и сборам Республики Беларусь в целях реализации концепции развития налоговых органов проводится активная работа по созданию, внедрению и дальнейшему продвижению электронных услуг, предоставляемых налоговыми органами.

Так, для удобства электронного взаимодействия налоговых органов с плательщиками, на главной странице официального интернет-сайта МНС вынесен электронный сервис «Личный кабинет» в виде ссылки на «Личный кабинет юридических лиц и ИП» и «Личный кабинет физического лица».

Личный кабинет – онлайн-сервис на портале Министерства по налогам и сборам, который позволяет получать электронные услуги.

Использование личного кабинета даёт возможность подать заявку на получение документов, записаться на личный прием к руководству инспекций МНС и просмотреть личную историю записей; проверить электронный документ, направленный в налоговый орган и полученный ответ на него, заполнить и подать декларацию в налоговый орган, просмотреть ранее поданные декларации, подать заявления на осуществление административных процедур в электронном виде, просмотреть ранее

Секція 4. Проблеми теорії та практики бухгалтерського обліку, контролю і аналізу

поданные заявления, уплатить налоги, сборы (пошлины) через портал МНС с использованием Интернет-банкинга ОАО «АСБ «Беларусбанк», ОАО «Белгазпромбанк».

В личном кабинете присутствуют электронные сервисы: 1) е-НДС; 2) Сведения о задолженности по налоговым платежам в бюджет; 3) Мобильное приложение; 4) Государственный реестр плательщиков; 5) База данных контролирующих органов; и другие.

Ещё одним инструментом цифровой экономики можно считать электронный счёт-фактуры.

Счет-фактура представляет собой документ, удостоверяющий фактическую отгрузку товаров или оказание услуг и их стоимость. Такой документ выставляется подрядчиком или исполнителем заказчику после приёма товара или услуги

Преимуществами выписки электронных счёт-фактур является:

1. Увеличение срока выписки ЭСФ до 15 дней.
2. Возможность выписывать ЭСФ в иностранной валюте.
3. Возможность делегирования прав по выписке счетов-фактур своим работникам.
4. Возможность управления ЭСФ, выписанными структурными подразделениями юридического лица.
5. Возможность не предоставления реестра по реализованным товарам, работам, услугам, в случае если все счета-фактуры выписываются в электронном виде.
6. Возможность не предоставления реестра по приобретенным товарам, работам, услугам, в случае если все счета-фактуры выписаны в электронном виде.
7. Возможность просмотра жизненного цикла товара.

Посредством развития информационного общества введены единые правила взимания НДС при оказании услуг в электронной форме в ЕАЭС.

В стадии разработки в ЕАЭС находятся единые правила взимания НДС при оказании услуг в электронной форме.

На заседании Консультативного комитета по налоговой политике и администрированию при Евразийской экономической комиссии согласован проект поправки в Договор о ЕАЭС, которая касается распространения косвенного налогообложения не только на товары, но и на услуги, оказываемые в рамках Союза. Стороны согласовали определение места реализации услуг в электронной форме, места осуществления деятельности покупателя услуг, а также перечень таких услуг.

Внедрение таких правил позволит избежать коллизий в регулировании НДС на электронные услуги в странах Союза как при В2С, так и при В2В торговле.

Члены Консультативного комитета рассмотрели основные направления и перспективы совершенствования администрирования НДС в ЕАЭС.

В качестве перспективных направлений рассматривались вопросы внедрения электронных сопроводительных документов и их взаимного признания в странах Союза.

На заседании обсудили вопрос о недискриминационных условиях взимания НДС в свободных (специальных, особых) экономических зонах в отношении товаров Союза и третьих стран.

На протяжении длительного периода времени основным партнёром Беларуси остаётся Российская Федерация. С целью перспективного развития взаимодействия двух стран планируется принять единый налоговый кодекс Беларуси и России.

Объединение платёжных систем Союзного государства, установление единых принципов банковского и финансового надзора, унифицирование хозяйственного законодательства и валютного контроля, а также обеспечение взаимного единого доступа к госзакупкам и создание единой системы учета собственности позволит значительно сократить издержки на ведение документации и осуществления процесса поставок.

Принятие единого налогового кодекса позволит значительно ускорить товарообмен и избежать простоев, путём быстрого оформления документации и устранения таможенных неполадок.

Таким образом можно утвердить, что Республика Беларусь активно внедряет такое перспективное направление, как цифровизация, тем самым облегчая процессы функционирования национальной экономики и внешнеэкономической деятельности.

Список использованных источников:

1. Паринов С.И., Яковлев Т.И. Экономика 21 века на базе Интернет-технологий. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://colscy.narod.ru/21vek.htm> – Дата доступа: 25.09.2020
2. Официальный сайт Министерства связи и информатизации Республики Беларусь. [Электронный ресурс]. – Брест, 2019. Режим доступа: <https://www.mpt.gov.by> – Дата доступа: 05.10.2020
3. Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь. [Электронный ресурс]. – Брест, 2019. Режим доступа: <https://www.mpt.gov.by> – Дата доступа: 02.10.2020
4. Интенсивный курс МВА. [Текст]: учеб. Пособие / Минск: ИНФРА-М, 2011 – 544 с.

Облік і аналіз лізингових операцій

Економіка України, на сьогодні, перебуває в умовах гострої загальноекономічної кризи. Відповідно, досягти певного рівня ефективності виробництва та отримання прибутку за таких соціально-економічних умов є неможливим. Саме розроблення дієвих механізмів і підходів до відновлення стабільного стану економіки дало б змогу створити сприятливі інвестиційні умови, підвищити ефективність виробництва, а також забезпечити на споживчому ринку конкурентоспроможність продукції. Зокрема, досвід розвинених країн світу, зазначає, що лізинг є основним фінансовим інструментом активізації інвестиційної діяльності.

Своєї легальності лізингові відносини набули в Україні у 1997 р., після прийняття Закону України «Про лізинг». Сьогодні ці відносини регулюються Законом України «Про фінансовий лізинг» від 16 січня 2004 року, № 1381-IV. З моменту прийняття цього закону розпочався стрімкий розвиток лізингового бізнесу [1]. Також розробленні і впровадженні національні Положення (стандарт) бухгалтерського обліку, які відповідають міжнародним стандартам у цій галузі.

Згідно із даною програмою прийнято Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 14 «Оренда», яким внесено зміни до порядку відображення в бухгалтерському обліку орендних операцій та розбіжностей у вимогах податкового законодавства. Проте, особливістю нормативно-правових актів щодо орендних операцій є те, що окрім законів у сфері оподаткування, вони визначаються ще Законом України «Про фінансовий лізинг», а також Господарським і Цивільним кодексами України.

Зважаючи на те, що фінансовий лізинг - це складна операція, що викликає зміни в структурі активів і зобов'язань, та відображає кілька операцій, кожна з яких оформляється відповідним первинним документом, як основою для бухгалтерських записів господарських операцій. Зокрема, первинні документи, які регулюють стосунки між лізингодавцем і лізингоодержувачем є: договір лізингу, акт приймання-передачі об'єкта, платіжні доручення на оплату лізингових платежів, розрахункова документація, а також митна документація [2].

Під формою ведення бухгалтерського обліку розуміють сукупність реєстрів, які використовуються в певній послідовності та взаємодії для обліку із застосуванням принципу подвійного запису.

Одним із недоліків документування лізингових операцій є відсутність інформації про лізинг, а саме відсутність назви орендодавця, періодичність платежу та спосіб нарахування лізингових платежів, строк оренди. Тому, перша дія бухгалтерського процесу не визначається, а наступна "не має права виникати". У майбутньому така ситуація може ускладнити не лише аналіз та моніторинг операцій лізингу, а й формування історії лізингу на підприємстві, встановлення випадків дострокового повернення об'єкта лізингу, суборенди.

Стандарти бухгалтерського обліку не визначають порядок реєстрації цих операцій, які пов'язані із поверненням об'єкта фінансового лізингу. Також правила обліку передачі об'єкта у фінансову оренду описуються лише в П(С) БО 14 "Оренда" [3].

Таким чином, можемо спостерігати, як на рівні держави, так і на рівні підприємства низку проблем лізингових операцій, які стосуються, як законодавчої бази, так і методики безпосереднього обліку. Саме ці проблеми, потребують більш детального вивчення та вирішення.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про фінансовий лізинг» / Редакція від 16.01.2004, підстава – 1381-IV, Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1998, № 16: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/723/97-%D0%B2%D1%80#Text>

2. Бондар Т. А. Облік і контроль лізингових процесів: сучасний стан та перспективи розвитку : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.06.04 / Т. А. Бондар. – Київ, 2004. – 24 с.

3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 14 «Оренда» / Редакція від 09.08.2013, підстава – z1242-13, №181: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0487-00#Text>

Гриненко Ю.І., аспірант

Науковий керівник: д.е.н., проф. Петрик О.А.

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Актуальна судова практика у сфері трансфертного ціноутворення

Судова практика з трансфертного ціноутворення залишається актуальною темою для дискусій, оскільки зараз відбувається її становлення. У зв'язку з постійними змінами в законодавстві, у платників податків виникають непорозуміння з контролюючими органами, починаючи з визначення контрольованих операцій та закінчуючи економічним аналізом виявлених контрольованих операцій. Таким чином, судова практика з трансфертного ціноутворення умовно поділяється на формальні справи та справи по суті. До формальних спорів відносяться справи стосовно вчасного подання звіту про контрольовані операції, повного відображення контрольованих операцій у звіті про контрольовані операції та застосування штрафних санкцій. До справ по суті відносяться справи, в яких розглядаються питання щодо правильності визначення методу трансфертного ціноутворення, вибору зіставних операцій/компаній, розрахунку рентабельності, тобто ті справи, які стосуються донарахувань з податку на прибуток або зменшення від'ємного значення об'єкта оподаткування податком на прибуток.

Основними орієнтирами під час перевірок органами ДФС України для досягнення цілей потенційних Із актів за результатами податкових перевірок зрозуміло, що податковий орган аналізує найчастіше наступні підходи, зміна яких може призвести до донарахувань або коригування від'ємного значення об'єкту оподаткування податком на прибуток підприємств:

1. Коректність застосованого методу. Цікавий випадок, коли одним і тим же актом перевірки податкова спростовує позицію платника податків, що для підтвердження дотримання принципу "втягнутої руки" у одній із контрольованих операцій має застосовуватися перший метод (порівняльної неконтрольованої ціни) та в протиположному бізнесу інспектор застосовує четвертий метод (чистого прибутку). А за наступною контрольованою операцією – навпаки, не приймає застосування четвертого методу і здійснює розрахунки на підставі першого методу. Цікаво, що в таких категоріях спорів суд аналізує, наскільки об'єктивним є підхід тієї чи іншої сторони процесу.

2. Аналіз дати здійснення операції: цей підхід критичний тим суб'єктам господарювання, які в контрольованій операції використовують форвардні контракти, де дата є критичним елементом для проведення зіставлення діапазонів цін з ринковими умовами.

3. Доцільність та обґрунтованість проведення коригувань зіставності, розрахунок показників рентабельності (аналіз формули, складових розрахунку), вибір періоду для розрахунку діапазону цін/рентабельності (декілька років чи рік в рік).

4. Аналіз коректності вибору сторони, що досліджується (так званої, тестованої сторони) у випадку застосування четвертого методу (чистого прибутку).

5. Об'єктивність та правильність застосування джерел інформації для цілей першого методу (порівняльної неконтрольованої ціни): більшість таких спорів стосуються періоду 2013-2015 рр. Зрозуміло, що оскільки для перевірки з трансфертного ціноутворення строк позовної давності становить 2555 днів (тобто, сім років), застосування джерел інформацію все ще залишається актуальним питанням.

6. Якість наданого платником податків економічного дослідження щодо пошуку та відбору зіставних юридичних осіб для цілей методу чистого прибутку.

Українська сучасна судова практика вже має приклади вирішення податкових спорів, що виводять вищезазначені норми на новий рівень коригування та вдосконалення податкового законодавства.

Судова практика по формальним справам є доволі однозначною та стосується, зокрема, прямого застосування норм податкового законодавства. Тому найбільший інтерес у платників податків, спеціалістів з трансфертного ціноутворення та податкових юристів викликають саме справи по суті.

За офіційною статистикою ДПС України, тільки у 2019 році завершено 16 перевірок, за якими донараховано податку на прибуток на суму 118 295 000 грн, зменшено від'ємне значення об'єкта оподаткування податком на прибуток на суму 48 084 100 грн [1].

Слід зауважити, що найбільшу частину усіх спорів із трансфертного ціноутворення наразі складають так звані «технічні спори», які виникають не внаслідок висновків контролюючого органу про недотримання платником принципу «втягнутої руки», а через неподання звіту, визнання операцій контрольованими чи схожих «технічних» обставин. Ці спори з'явилися найпершими, відтак позиція суду із багатьох питань вже сформувався та є цілком однозначною. Однак нещодавня судова практика містить декілька висновків, на які платникам варто звернути увагу.

Секція 4. Проблеми теорії та практики бухгалтерського обліку, контролю і аналізу

У зв'язку з тим, що податкові спори з питань трансфертного ціноутворення вже дійшли до стадії розгляду в Верховному суді, виникає особливий інтерес як буде складатися позиція судів, особливо Верховного суду щодо суперечок з трансфертного ціноутворення.

В Єдиному державному реєстрі судових рішень можна знайти понад 30 справ, які стосуються вмісту документації по трансфертному ціноутворенню і знаходяться на різних стадіях розгляду [2]. Більшість таких суперечок вирішуються на користь платника податків (приблизно 3/4 всіх суперечок). Незважаючи на позитивну загальну динаміку, статистика справ, за якими Верховний Суд вже висловив свою позицію, говорить про те, що перспектива виграти судову справу по трансфертного ціноутворення не така вже й безхмарна. Більше половини рішень, які судами двох інстанцій були прийняті на користь платника податків, в результаті переглядаються Верховним Судом на користь контролюючого органу або ж направляються на повторний розгляд.

Основні підстави для суперечок щодо документації по трансфертному ціноутворенню (так звані суперечки по суті) стосуються наступного:

- правильність вибору методу трансфертного ціноутворення, за допомогою якого аналізуються контрольовані операції;
- правильність вибору джерел інформації для знаходження порівнянних операцій (актуально для контрольованих операцій в 2013-2014 роках);
- необхідність і можливість коригування умов операцій для порівнянності;
- правомірність вибору сторони операції, щодо якої буде проводитися аналіз;
- правильність розрахунку показника рентабельності в рамках контрольованих операцій і т.д.

Аналіз іноземної судової практики дозволяє стверджувати, що обов'язковими доказами, які платник податку має подати до суду, аби збільшити свої шанси на оскарження оспорюваних податкових повідомлень-рішень за результатами перевірки з питань трансфертного ціноутворення, є:

1. Письмові докази: первинні документи із усіма додатками, документація з трансфертного ціноутворення (із детальним функціональним та економічним аналізом), дані листування або надісланих запитів і відповіді на них, запити і відповіді, що надавалися під час перевірки, інші письмові докази, які стосуються контрольованих операцій, звіт про контрольовані операції, деталізовані розрахунки, витяги інформації із баз даних, що використовувалися при формуванні документації з трансфертного ціноутворення.

2. Висновки експерта та покази свідків: з огляду на специфіку даної категорії спорів висновок судового експерта, фахівця у сфері права та покази особи, відповідальної за складання документації з трансфертного ціноутворення – незамінний інструмент, аби розважливо пояснити судді економічну складову спору або специфіку застосування конкретної норми права.

При цьому щодо подання звіту у Верховного Суду склалася досить однозначна позиція з багатьох питань. Це сприяє зменшенню числа простих помилок у платників податків. Серед них ми виділили дві ситуації, щодо яких існує чітка позиція Верховного Суду:

- якщо платник податку здійснює операції з резидентом будь-якої країни, що входить до переліку низькоподаткових юрисдикцій, але при цьому не згоден з включенням цієї країни в такий список, він все одно зобов'язаний подати звіт із зазначенням таких операцій (постанова Верховного Суду від 7 травня 2020 року справі № 810/1023/17) [2];

- достатньо одного критерію з підпункту 39.2.1.1 підпункту 39.2.1 пункту 39.2 статті 39 Податкового кодексу України, щоб операція вважалася контрольованою при дотриманні всіх фінансових вимог до таких операцій [3]. Інакше кажучи, якщо платник податку здійснює операції із пов'язаною особою - нерезидентом і при цьому такий нерезидент не входить до переліку низькоподаткових країн, дана операція все одно вважатиметься контрольованою як операцію із пов'язаною особою (постанова Верховного Суду від 5 лютого 2020 року у справі № 200/5682 / 19-а) [2].

З аналізу судової практики у сфері трансфертного ціноутворення можна зробити висновок, що сутнісних судових рішень все ще не вистачає, проте вже існує змістовна судова практика з обґрунтуванням певних аспектів трансфертного ціноутворення. У сфері технічних спорів практика є більш сформованою, стабільною та численною. Однак не варто оминати нові тенденції судової практики, які з'являються у відповідь на все більш складні та об'ємні спори.

Список використаних джерел:

1. Мусієнко Н., Барановська С. Споры по ТЦО-2020: проинформированные значит вооруженные. Вісник. Офіційно про податки. 2020. URL: <http://www.visnuk.com.ua/ru/news/100019084-spori-z-ttsu-2020-rooinformovani-oznachaye-ozbrojeni>
2. Єдиний державний реєстр судових рішень. URL: <http://reyestr.court.gov.ua>
3. Податковий кодекс України № 2755-VI від 2 грудня 2010 року URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>

Жидкова В.В., аспірант

Науковий керівник: д.е.н., проф. Легенчук С.Ф.

завідувач кафедри інформаційних систем в управлінні та обліку,
Державний університет «Житомирська політехніка»

Вплив COVID-19 на видобуток корисних копалин: облікові аспекти

Гірничодобувні компанії постраждали від спалахів COVID-19, а глобальні обмеження, спрямовані на стимулювання соціального дистанціювання, привели до уповільнення або припинення проектів у гірничодобувній галузі до розуміння подальшого розвитку подій, а також через регрес в управлінні ризиками та безпеки. Спалах COVID-19 поставила під сумнів найближче майбутнє різних гірничодобувних підприємств і управління гірськими проектами по всьому світу. В результаті може зрости привабливість і попит на рішення для скорочення людської робочої сили на шахтах, рудниках.

Значним чинником для цього сектору стало різке скорочення попиту, оскільки промислове виробництво і будівництво фактично зупинилися в світі на період, який ще належить визначити. Це скорочення попиту викликало різке падіння цін на ряд металів і мінералів.

Падіння цін були зумовлені обвалом акцій багатьох великих міжнародних гірничодобувних компаній. 22 січня 2020 року, ціни акцій BHP Billiton і Rio Tinto, двох найбільших гірничодобувних компаній в світі, склали 56,34 дол. США та 60,50 дол. США відповідно [1]. Різкі падіння цін, цін на акції та активності в гірничодобувних компаніях, по всім товарам підкреслюють потенційно катастрофічний вплив на галузь. Наслідки цих скорочень ще належить з'ясувати, але вони повинні стати важливим напрямком для майбутніх досліджень. Вони можуть включати скорочення інвестицій в нові операції, технології і розвідку, консервацію існуючих рудників, звільнення працівників, скорочення діяльності з корпоративної соціальної відповідальності або перегляд угод про оподаткування і роялті з урядами приймаючих країн.

Щодо України то видобуток сирої нафти та природного газу знизився у березні (до березня 2019 р.) на 3,7% та на 2,1% за період із початку року. Найбільшим ризиком для металургійної галузі є логістична проблема. Через масове введення карантинних заходів по всьому світу гостранспортні компанії ДП МТП "Южний" та АТ "Укралізниця" не мають змоги виконувати заявки українських підприємств-експортерів. Як наслідок, за 2 місяці Україна скоротила надходження від експорту чорних металів на 15,8% в порівнянні з аналогічним періодом минулого року – до \$ 1 млрд 395,667 млн. На чорні метали за цей період довелося 17,2% загального обсягу надходжень від експорту товарів проти 20,84% за перші два місяці минулого року. Проблемаю українських видобувних компаній є значна собівартість видобутку, викликана важковидобувними запасами нафти та природного газу, а також значною виснаженістю родовищ. Введення в експлуатацію нових родовищ потребує великих капіталовкладень та подолання значних адміністративних бар'єрів. ПАТ "Інгулецький гірничо-збагачувальний комбінат" запропонував скасувати підвищення ренти на видобування залізної руди, так як це призведе до руйнування вітчизняного гірничо-металургійного комплексу.

Таким чином, глобальна пандемія Covid-19 цілком може стати однією визначальною економічною та соціальною подією за останні десятиліття. Це буде продовжувати надавати глибокий вплив на гірничодобувний сектор. У короткостроковій перспективі це позначатиметься на цінах, виробництві і прибутку всередині сектора, що впливає на акціонерів підприємств, спільноти і уряду. Його середньострокові і довгострокові наслідки є ще невизначені. Однак зрозуміємо, що ці наслідки мають життєво важливе значення для забезпечення того, щоб гірничодобувний сектор міг виконувати свою роль в забезпеченні засобів до існування і податкових надходжень.

Слід зауважити, що вітчизняним підприємствам (у т.ч. і видобувним) було надано додаткові три місяці після завершення карантину для підготовки фінансової звітності за 2019 рік з урахуванням впливу COVID-19 та проведення її якісного аудиту. Відповідні зміни було внесено Законом України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів, спрямованих на забезпечення додаткових соціальних та економічних гарантій у зв'язку із поширенням коронавірусної хвороби (COVID-2019)», також законів України «Про цінні папери та фондовий ринок», «Про акціонерні товариства» та «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю», а також було внесено зміни до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» щодо звільнення уповноважених осіб суб'єктів господарювання від відповідальності за невчасне оприлюднення фінансової звітності. Відповідно до прийнятих змін фінансову звітність за 2019 рік або консолідовану фінансову звітність за 2019 рік можна було оприлюднити у період дії карантину або протягом 90 календарних днів з дня, наступного за днем завершення карантину, але не пізніше 31 грудня 2020 року.

Список використаних джерел:

1. 'Virus slump expected to rival big recessions in history'/ (Accessed April 8, 2020)// Електронне джерело: <https://abcnews.go.com/International/wireStory/virus-slump-expected-rival-big-recessions-history-69896631v>.

Особливості ведення бухгалтерського обліку основних операцій інститутів спільного інвестування

Сучасний ринок спільного інвестування являє собою досить складну у функціональному та інституціональному аспектах систему, яка потребує теоретичного аналізу й осмислення процесів ведення бухгалтерського обліку основних операцій інститутів спільного інвестування в Україні.

Бухгалтерський облік випуску та первинного розміщення цінних паперів пайового інвестиційного фонду (ПФ) ведеться з дня його створення і реєстрації Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку, а також внесення відомостей про фонд до Єдиного державного реєстру інститутів спільного інвестування до дня ліквідації фонду. Облік операцій інститутів спільного інвестування здійснюється відповідно до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», Закону України «Про інститути спільного інвестування» [1], з урахуванням особливостей бухгалтерського обліку інститутів спільного інвестування, встановлених НКЦПФР відповідно до законодавства, та Правил ведення бухгалтерського обліку основних операцій інститутів спільного інвестування [2], затверджених рішенням Ради Української асоціації інвестиційного бізнесу України (УАІБ) та погоджених рішенням Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку.

Слід зазначити, що ведення бухгалтерського обліку основних операцій інститутів спільного інвестування використовуються субрахунки, що передбачені «Інструкцією про застосування плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій», затвердженої наказом Міністерства фінансів України від 30.11.1999р. № 291.

Зауважимо, що з 01 січня 2015 року запроваджена обов'язкова вимога щодо складання річної звітності ІСІ та КУА за міжнародними стандартами фінансової звітності. Відповідно до цього 19 березня 2015 року Українська асоціація інвестиційного бізнесу (УАІБ) затвердила «Правила ведення бухгалтерського обліку основних операцій інститутів спільного інвестування», в яких висуваються рекомендації щодо застосування положень МСБО та МСФЗ до обліку діяльності ІСІ, зокрема: первісне визнання активів; облік фінансових активів, інвестиції в асоційовані компанії, інвестиційне нерухоме майно, необоротні активи на продаж, нематеріальні активи; підтвердження та облік доходів, отриманих від активів ІСІ; припинення визнання активів.

Відзначимо, що складання та подання річної звітності ІСІ та КУА за МСФЗ має ряд особливостей: 1) обов'язковість складання за МСФЗ – з 01 січня 2015 р.; 2) формат – в електронній формі як XML-файл; 3) застосування програми UtQua та конвертатора, розроблених УАІБ, за умови членства в асоціації. Поряд з цим не менш важливим кроком НКЦПФР було рішення синхронізувати вимоги Положення щодо пруденційних нормативів професійної діяльності на фондовому ринку та вимог до системи управління ризиками і низкою інших нормативно-правових актів Комісії, які регламентують подання адміністративних даних та інформації професійними учасниками фондового ринку. Професійні учасники фондового ринку повинні здійснити розрахунок пруденційних нормативів за січень 2017 року за новими вимогами, які набрали чинності з 01.01.2017 року, та подати до Комісії адміністративні дані з урахуванням цих змін» [4].

Слід зазначити, дохід ІСІ визнається, коли існують надходження до фінансових інститутів у вигляді економічних вигід і ці вигоди можна достовірно оцінити. Відсотки за борговими цінними паперами, відсотки за банківськими депозитами, відсотки за договорами позики (у випадку надання позик венчурними фондами відповідно до статті 48 Закону України «Про інститути спільного інвестування» та нормативно-правовими актами НКЦПФР) обліковуються на рахунку 73 «Інші фінансові доходи». Проте, при оцінці фінансових активів за амортизованою собівартістю відсотки окремо не нараховуються, а дивіденди обліковуються на рахунку 73 «Інші фінансові доходи». Правила оцінки витрат безпосередньо МСФЗ не встановлені, оскільки їх величина є похідною від вартості активів і зобов'язань, правила оцінки яких встановлені МСФЗ.

Діюче законодавство України встановлює порядок бухгалтерського обліку операцій, які пов'язані з викупом, розповсюдженням та продажем акцій чи інвестиційних сертифікатів. Цей порядок передбачає використання вилученого капіталу, який є коригуючим власний капітал венчурного фонду. Тобто вилучений капітал уявляє собою фактичну собівартість цінних паперів власної емісії фонду, викуплених у своїх учасників. Згідно із Законом «Про інститути спільного інвестування», викуп акцій чи інвестиційних сертифікатів венчурний фонд здійснює по розрахунковій вартості цінного папера на день зарахування таких цінних паперів на рахунок фонду. Для узагальнення інформації про фактичну собівартість викуплених акцій чи інвестиційних сертифікатів передбачено рахунок 45 «Вилучений капітал», а саме:

- 1) рахунок 451 «Вилучені акції» – для обліку викуплених акцій;

Секція 4. Проблеми теорії та практики бухгалтерського обліку, контролю і аналізу

2) рахунок 453 «Інший вилучений капітал» – для обліку викуплених інвестиційних сертифікатів.

При первинному розміщенні інвестиційних сертифікатів венчурного фонду (після перереєстрації права власності), сума неоплаченого капіталу, який обліковується на рахунку 46, зменшується на суму грошових коштів, отриманих від учасників у розмірі розрахункової вартості інвестиційних сертифікатів, проведенням Д 31 «Рахунки в банку» – К 46 «Неоплачений капітал». У випадку, якщо інвестиційні сертифікати Кампанія з управління активами (КУА) розміщує за ціною більше номінальної вартості, виникає емісійний дохід, який обліковується на рахунку 421 «Емісійний дохід». В бухгалтерському обліку це відображається записом Д 46 «Неоплачений капітал» - К 421 «Емісійний дохід» на суму перевищення ціни розміщення над номінальною вартістю сертифіката. У випадку розміщення інвестиційного сертифікату пайового фонду за ціною вище номінальної вартості, існують такі варіанти обліку:

- якщо існує накопичений залишок рахунку 412 «Емісійний дохід», то проведенням Д 421 «Емісійний дохід» - К 46 «Неоплачений капітал» відображається різниця між номінальною вартістю над ціною розміщення сертифіката;

- при відсутності накопиченого залишку рахунку 412 «Емісійний дохід», різниця між номінальною вартістю над ціною розміщення акцій пропонується відображати проведенням Д 442 «Непокріті збитки» - К 46 «Неоплачений капітал».

Проте, розрахунки за нарахованими дивідендами з власникам цінних паперів ІСІ (акціями або інвестиційними сертифікатами) слід відображати на субрахунку «Розрахунки за нарахованими дивідендами» рахунку «Розрахунки з учасниками», у кореспонденції з субрахунком «Прибуток, використаний у звітному періоді». Під час зменшення суми нарахованих дивідендів на суму нарахованого податку з доходів фізичних осіб або податку, що утримується з доходів нерезидентів, відображається за дебетом субрахунку «Розрахунки за нарахованими дивідендами» у кореспонденції з субрахунком «Розрахунки за податками» рахунку «Розрахунки за податками й платежами».

Фінансовий результат операційної діяльності ІСІ визначається як алгебраїчна сума іншого операційного доходу, адміністративних та інших операційних витрат. Для узагальнення інформації про витрати операційної діяльності за елементами витрат (матеріальні витрати, витрати на оплату праці, відрахування на соціальні заходи, амортизація та інші операційні витрати) можуть використовуватися рахунки 8 класу із щомісячним списанням сальдо рахунків у кореспонденції з рахунками обов'язкового для використання класу 9 «Витрати діяльності». Відображення витрат операційної діяльності (адміністративних та інших операційних витрат) здійснюється з урахуванням вимог щодо складу витрат ІСІ, визначених нормативно-правовими актами НКЦПФР, згідно з Законом України «Про інститути спільного інвестування».

Результат операційної діяльності обліковується на субрахунку «Результат операційної діяльності» рахунку «Фінансові результати», на якому за кредитом відображається, в порядку закриття рахунків, сума доходів від іншої операційної діяльності (рахунок «Інший операційний дохід»), за дебетом — сума, в порядку закриття рахунків обліку адміністративних витрат та інших операційних витрат (рахунки «Адміністративні витрати», «Інші витрати операційної діяльності»).

Таким чином, проведене дослідження методики бухгалтерського обліку випуску та первинного розміщення цінних паперів інвестиційних фондів дозволило встановити, що облік власного капіталу має досить велике значення через важливість даного виду капіталу для діяльності фондів. Тому, з метою правильної організації обліку, яка є запорукою отримання точної і потрібної інформації, визначена необхідність ведення окремо обліку статутного капіталу, сформованого за рахунок внесків засновників венчурного фонду, та статутного капіталу, сформованого за рахунок інвестиційних вкладів.

Список використаних джерел:

1. Закон України від 05.07.2012 р. № 5080-VI «Про інститути спільного інвестування» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5080-17>.
2. Правила ведення бухгалтерського обліку основних операцій інститутів спільного інвестування // Затв. Рішенням Ради УАІБ від 19.03.2015 р.; погоджено рішенням НКЦПФР №648 від 13.05.2015 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.uaib.com.ua/about_uuib/internal_docs/standards/193880.html.
3. Стандарт УАІБ 1 «Бухгалтерський облік діяльності інститутів спільного інвестування» / Затв. рішенням Загальних зборів УАІБ від 21 грудня 2012 р. (зі змінами від 25 лютого 2015 р.); погоджено Рішенням НКЦПФР № 213 від 19.02.2013 р. (№ 393 від 01.04.2014 р.; № 648 від 13.05.2015 р.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.uaib.com.ua/about_uuib/internal_docs/standards.html.
4. Звітність КУА за січень 2017 року з 28 лютого 2017 року НКЦПФР приймає з урахуванням змін, внесених в Положення 1343 (зміни щодо пруденційних нормативів) / УАІБ: Питання обліку і звітності від 28.02.2017 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.uaib.com.ua/aktual_kua/account/254916.html.

**Іскоростенська Є.О., магістрант,
Мазуревич Н.В., магістрант,
Науковий керівник: д.е.н., проф. Жиглей І.В.
Державний університет «Житомирська політехніка»**

Особливості залучення додаткового фінансування діяльності підприємств та роль нематеріальних активів в оцінці вартості суб'єктів господарювання

Фінансування будь-якого суб'єкта господарювання – це насамперед залучення капіталу, тобто здійснення всіх видів проектів, спрямованих на отримання капіталу, як довгострокового, так і короткострокового. Вибір джерел фінансування залежить від рівня боргу, який вже існує в компанії, тобто взаємозв'язку між власним капіталом та зовнішнім капіталом. Слід пам'ятати, що вміле управління фінансами суб'єкта господарювання полягає не лише у покритті витрат лише власними коштами, а й у можливості використовувати зовнішні джерела фінансування і розширення діяльності підприємства. Це особливо важливо під час кризи, коли нелегко отримати гроші з інших джерел, крім поточної діяльності. Іноземний капітал з'являється у підприємства у формі довгострокових та короткострокових зобов'язань і, головне, незалежно від фінансового стану підприємства, вони повинні бути погашені. Підприємство з великим боргом інвестор завжди сприймає з точки зору його платоспроможності як більш ризикову інвестицію. Однак, виявляється, що розумне управління структурою капіталу, його реструктуризація та вміле використання залученого капіталу можуть суттєво покращити прибутковість підприємства в сучасних умовах господарювання.

Характерними особливостями позикового капіталу на практиці є наступні:

- 1) капітал повинен бути повернутий протягом узгодженого періоду;
- 2) на відміну від кредитора, позикодавець має право на відсотки, які, як правило, базуються на обліковій ставці національного банку;
- 3) кредитор, як правило, не має права голосу при прийнятті рішень у діяльності підприємства, однак на практиці позикодавець має можливість отримати певні права від боржника, що безпосередньо залежить від ступеня заборгованості підприємства, ризику надання позики та очікуваної прибутковості;
- 4) можуть надаватись гарантії позикодавцю задля уникнення або мінімізації його ризиків вкладення коштів у діяльність того чи іншого суб'єкта господарювання.

Кредитування юридичних осіб займає найбільшу частку кредитного портфелю банків. Адже навіть в період кризи суб'єкти господарювання в своїй діяльності активно використовують банківські кредити як джерело додаткових фінансових ресурсів. Найбільше підприємства мають потребу в довгострокових кредитах в іноземній валюті. Проте в період економічної та політичної нестабільності банківські установи часто обирають тактику на скорочення обсягів такого кредитування [4].

Варто зазначити, що збільшення частки позикового капіталу у загальній структурі капіталу підприємства передбачає й відповідну реакцію ринку капіталу, найчастіше у вигляді підвищення ціни акцій компанії. Це пов'язано з тим, що збільшення боргу інвестори сприймають як позитивний сигнал. У разі зниження ціни акцій даної компанії на фондовому ринку це стає важливим. Таким чином, отримання додаткового залученого капіталу перешкоджає подальшому зниженню цін на акції та ринкової вартості такого підприємства. Звісно, структура капіталу підприємства буде мати вплив й на систему бухгалтерського обліку такого підприємства, оскільки заборгованість підприємства також призводить до ризику виникнення фінансових труднощів та ризику банкрутства. Це, в свою чергу, тісно пов'язане з операційним ризиком діяльності суб'єкта господарювання. На вартість фінансових труднощів, безсумнівно, впливає структура активів компанії. Чим вища частка нематеріальних активів в активах компанії, тим більше зменшується вартість підприємства, а отже і вищі витрати у разі банкрутства підприємства, порівняно з підприємством, в основному оснащеним матеріальними активами.

З іншого боку, і звітність міжнародних компаній це підтверджує (табл. 1), найбільшу на сьогодні цінність саме у економічно розвинутих країнах формують вже не матеріальні ресурси, а нематеріальні активи, які безпосередньо пов'язані з ноу-хау, новітніми технологіями, досвідом працівників тощо. Тобто наявність нематеріальних активів у структурі активів підприємства позитивно впливає на показники діяльності такого підприємства, а показники фінансових результатів, у свою чергу, мають кореляційний зв'язок з ринковою ціною акцій того чи іншого суб'єкта господарювання. Окрім того, нематеріальні активи відіграють важливу роль в оцінці ефективності діяльності підприємства в цілому, зокрема у випадку формування ділової репутації суб'єкта господарювання.

Секція 4. Проблеми теорії та практики бухгалтерського обліку, контролю і аналізу

Таблиця 1. Порівняння показників ринку 10 найбільших промислових підприємств в США за результатами їх діяльності у 2019 р. [3]

№ з/п	Промислове підприємство	Співвідношення ціна/прибуток	Співвідношення ціна/балансова вартість	Співвідношення балансова вартість/ринкова вартість	Співвідношення гудвіл/ринкова вартість
1	2	3	4	5	6
1	3M Co.	15,19	9,32	13,02 %	86,98 %
2	Accenture PLC	21,41	9,37	14,18 %	85,82 %
3	Automatic Data Processing Inc.	25,87	14,49	13,43 %	86,57 %
4	Danaher Corp. (DHR)	35,02	4,22	62,9 %	37,1 %
5	General Electric Co. (GE)	10,34	3,62	55,12 %	44,88 %
6	Honeywell International Inc. (HON)	18,81	6,97	18,05 %	81,95 %
7	Illinois Tool Works Inc.	16,85	18,56	5,84 %	94,16 %
8	Lockheed Martin Corp. (LMT)	14,45	39,48	2,76 %	97,24 %
9	Northrop Grumman Corp. (NOC)	15,67	7,05	15,39 %	84,61 %
10	Union Pacific Corp.	14,85	7,01	18,37 %	81,63 %

Ринкова капіталізація 100 найбільших публічних компаній світу за 12 місяців (квітень 2018 – березень 2019 року) зросла на 5 %, досягнувши рекордної позначки в \$ 21 трлн. Про це свідчить рейтинг Global Top 100, який щорічно публікується PwC [2].

Як зазначають дослідники Д.Л. Волков та Т.А. Гараніна, дві третини американських компаній стали мислити проактивно і приділяють достатньо багато уваги збору та аналізу нефінансових даних. Підтверджується той факт, що третина всіх прийнятих інвестиційних рішень базується на існуючих нематеріальних активах і ці рішення дозволяють більш точно прогнозувати дохід і дохідність компанії у майбутньому, а отже, і цінність компанії для акціонерів. Включення в системи вимірювання результатів діяльності ефектів, пов'язаних з нематеріальними активами компанії, дозволяє зробити їх більш дієвими, в результаті чого з'являється можливість створення і більш ефективної системи винагород менеджменту [1, с. 82-83].

Таким чином, способи фінансування діяльності підприємств, а також структура їх активів, зокрема наявність нематеріальних активів, залежить від багатьох факторів, у тому числі від стратегії підприємства, специфіки його діяльності, фінансової структури, наявних та потенційних ризиків діяльності підприємства, витрат підприємства та ліквідності його активів. Все це в цілому буде впливати на оцінку кредитоспроможності підприємства та його ринкової вартості. Оптимальна структура капіталу підприємства потребує, в першу чергу, визначення поточних та майбутніх фінансових потреб підприємства. Крім того, при виборі форми залучення капіталу потрібно враховувати його специфіку, доступність та вплив на розрахунок основних аналітичних показників щодо оцінки поточної діяльності підприємства.

За умов сучасного ведення бізнесу потрібно також приймати до уваги роль та значення нематеріальних активів в оцінці вартості підприємства загалом, оскільки, як показують дослідження показників діяльності провідних підприємств світу, дані активи відіграють важливу роль в оцінці капіталізації підприємства та забезпечують успішну конкуренцію на міжнародному ринку.

Список використаних джерел:

1. Волков Д.Л., Гараніна Т.А. Нематериальные активы: проблемы состава и оценивания / Д.Л. Волков, Т.А. Гараніна // Вестник Санкт-Петербургского университета. 2007. Сер. 8. Вып. 1. С. 82-105.
2. За даними сайту <https://www.pwc.com/gx/en/audit-services/publications/assets/global-top-100-companies-2019.pdf>
3. Звітність промислових підприємств США // за даними сайту <https://www.stock-analysis-on.net/NYSE/Company>
4. Яструбецька Л.С., Баб'як Я.Б. Аналіз особливостей залучення вітчизняними підприємствами банківських кредитів // «Молодий вчений». №12 (27). Частина 2. Грудень, 2015. С. 195-198.

Каблова О.В., магістрант
Науковий керівник: к.е.н., доц. Хоменко Г.Ю.
Державний університет «Житомирська політехніка»

Проблеми та шляхи удосконалення обліку розрахунків з ПДВ

На сьогодні податок на додану вартість (далі – ПДВ) – це один із основних фіскальних інструментів в Україні, який відіграє вагомую роль у наповненні бюджету країни. Саме достовірність облікового відображення розрахунків за даним податком впливає на повноту та своєчасність проведення розрахунків з бюджетом за цим податком.

Зміни у податковому та обліковому законодавстві, які відбуваються у нашій країні постійно, говорять про те, що й досі існують певні суперечливі питання та недоліки в обліку і відображенні у звітності податкового кредиту та податкового зобов'язання з ПДВ. Зазначене зумовлює актуальність проведених досліджень та необхідність вирішення проблемних питань в частині облікового відображення ПДВ, методів його обчислення та відображення у звітності підприємства.

Формально податок на товари та послуги сплачують продавці товарів та послуг. Вони відповідають за обчислення та сплату податку до бюджету. Однак, насправді ПДВ платить кінцевий одержувач того чи іншого товару або послуги. ПДВ включений у ціну продукції, але підприємство-продавець несе відповідальність за його розрахунок та сплату до бюджету.

Загалом показник доданої вартості дорівнює сумі реалізованої продукції й витрат на її виробництво і реалізацію за мінусом загальної суми продажу й загальної суми закупівель від усіх інших суб'єктів господарювання.

Нормативно-правові акти, які на сьогодні в Україні регулюють питання нарахування та сплати ПДВ є, в першу чергу, Податковий кодекс України [2] та Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань та господарських операцій підприємств й організацій [3].

Як свідчить практика вітчизняних підприємств, для бухгалтера основна проблема податку на додану вартість полягає в його обліковому відображенні в системі рахунків. Так, розглядаючи методику обліку та звітності з ПДВ, потрібно зазначити, що, відповідно до чинного податкового законодавства України, в обліку й звітності з ПДВ обрано найскладніший підхід щодо обліку податкових зобов'язань та податкового кредиту з ПДВ. Він полягає в поєднанні системного бухгалтерського обліку та несистемного податкового обліку за допомогою визначення доходів одночасно двома способами (за першою з подій) [1].

Серед основних проблем на сьогодні, що стосуються ПДВ та його відображення в системі бухгалтерського обліку є використання згідно Інструкції про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань та господарських операцій підприємств й організацій таких суюрахунків, як 643 «Податкові зобов'язання» та 644 «Податковий кредит», які є транзитними, а їх назви не цілком відповідають економічному змісту операцій, які на них відображені, що не дає оцінити конкретну ситуацію на підприємстві щодо нарахування та сплати ПДВ.

Під час нарахування ПДВ із застосуванням методу «нарахування», відповідно до якого дата виникнення податкових зобов'язань і податкового кредиту за ПДВ - це дата фактичного відвантаження або отримання товарно-матеріальних цінностей, операції з отримання або видачі авансу не призводять до виникнення податкового зобов'язання й податкового кредиту за ПДВ.

Тобто основною розбіжністю між фінансовим обліком та обліком задля податкових розрахунків з ПДВ є момент виникнення податкового зобов'язання та податкового кредиту. Разом з тим використання субрахунків 643 та 644 з аналітичними рахунками до них дадуть змогу проаналізувати поточну ситуацію на підприємстві щодо нарахування та сплати ПДВ і вчасно та оперативно відзвітуватись перед податковими органами щодо даного податку.

Список використаних джерел:

1. Семенко Т. М. Податковий і фінансовий облік ПДВ згідно Податкового кодексу України. Облік і фінанси АПК. 2011. № 2. С. 52–57.
2. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
3. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань та господарських операцій підприємств і організацій: затверджена наказом МФУ від 30.11.1999 р. № 291. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99>.

Калюжна А.В., магістрант
Ничипорчук Д.О., магістрант
Науковий керівник: к.е.н., доц. Вигівська І.М.
доцент кафедри інформаційних систем в управлінні та обліку,
Державний університет «Житомирська політехніка»

Стартап як ризиковий вид інноваційної діяльності: облікові аспекти

У сучасному світі все частіше можна почути слово «стартап». У цій формі було створено багато відомих компаній, які згодом стали гігантами ринку. Сьогодні їх імена відомі у всьому світі – Google, Amazon, Facebook та інші.

Термін «стартап» прийшов в українську мову з англомовних країн, де він давно використовується. Прийшовши із Заходу, це явище дуже швидко поширилося в практиці ділового середовища. Сьогодні, стартапи все частіше ототожнюються не тільки з областю високих технологій, але і з будь-яким початком бізнесу.

В даний час сотні компаній підлягають множинній класифікації за різними ознаками – це може бути природа ринку, поведінкова стратегія чи ступінь знань. Так чи інакше, всі вони проходять низку послідовних етапів розвитку, починаючи від зародження бізнес-ідеї і закінчуючи інтеграцією на ринку та подальшим розвитком. Для кожного з них характерні певні завдання.

У загальному розумінні стартап – це будь-який молодий бізнес, який починається з нуля. У визначенні, запропонованому Е. Райсом, стартап слід розуміти як новостворену організацію, яка займається розробкою нових товарів або послуг в умовах крайньої невизначеності. Згідно з іншим підходом, стартап – це тимчасова структура, яка створюється для пошуку відтворюваної, масштабованої та вигідної бізнес-моделі.

Деякі ототожнюють стартап із тимчасовою організацією, яка працює з високим ризиком і має на меті масштабування та подальшу трансформацію у велику корпорацію. Інші вважають, що стартапи – це нещодавно створені компанії, які перебувають на стадії розробки та будують свій бізнес на основі будь-яких нових інноваційних ідей або нових технологій. А треті загалом і повністю визначають стартапи як початковий етап формування інноваційного підприємства.

Сьогодні, в Україні створення стартапів у більшості випадків передбачає впровадження будь-якого ноу-хау, а самі стартапи часто асоціюються з венчурними проектами.

Сотні компаній найчастіше можна знайти у високотехнологічних галузях, і вони базуються на будь-яких інноваційних рішеннях. Все частіше поняття стартапу застосовується до всіх започаткованих з нуля компаній. Стартапи засновані на базі підприємництва, тому всі вони є дуже ризикованими та потребують певних вкладень.

Основними характеристиками стартапів є: інновації; надшвидкі темпи розвитку; високий ризик банкрутства.

По суті, стартап може бути повноцінним бізнесом. Певною мірою кожен стартапер – це підприємець, але за типом занять стартапер може бути інженером, економістом, дизайнером тощо.

Основною причиною створення, успішного розвитку та подальшого існування стартапів є повільність і незграбність великих корпорацій, які успішно використовують існуючі продукти і практично не займаються розробкою та створенням нових. У таких умовах високомобільні стартапи цілком здатні конкурувати з великим бізнесом.

Безпосередньо в умовах української дійсності розвиток та популяризація стартап-проектів сприяє розвитку та збільшенню кількості венчурних фондів, а також збільшення інвестиційних потоків у країні.

Реалізація стартапів грає величезну роль в інноваційному розвитку Росії. Вони благотворно шукають досягнення збалансованості національної економіки, а також виступають у ролі необхідного фактора розвитку інноваційної направленості всього господарського комплексу в цілому.

На даний момент стартапи в Україні набирають неймовірну популярність. При цьому вони охоплюють різні сфери діяльності, починаючи від Інтернет-стартапів та закінчуючи інноваційними розробками у сфері виробництва та енергоефективності.

Визначення ролі в успішності будь-якого стартапа зазвичай визначається його бізнес-ідеєю. Вона зобов'язана бути затребуваною з боку ринку, щоб якийсь продукт (послуга) повинен надавати реальний або потенційний попит. Якщо ідея стартапу визначена невдало – в такому випадку успішність його реалізації є доволі сумнівною.

Бізнес-ідея – це специфічний продукт інтелектуальної діяльності підприємця, відносно завершеного результату його творчості. Основні етапи її формування формують: зародження; первинна експертна оцінка; аналіз ринку; розрахунок затрат на її здійснення; вторинна експертна оцінка; прийняття підприємницького рішення та підготовка до практичної реалізації.

Секція 4. Проблеми теорії та практики бухгалтерського обліку, контролю і аналізу

Розробка підприємницької стартап-ідеї вимагає глибокого маркетингової опрацювання, пов'язаного з вивченням зовнішнього середовища, аналізом кон'юнктури ринку, оцінкою споживачів та конкурентів. Від успішності вибору стартап-ідеї, в кінцевому рахунку, буде залежати подальший розвиток всього бізнесу в цілому.

Крім цього, успіху реалізації стартапів сприяє захопленість стартаперів бізнес-ідеєю, їх енергійність і наполегливість. Не менш важливу роль відіграє командний склад. Це означає, що члени команди повинні володіти необхідними для запуску стартапу компетенціями, а їхні професійні та особистісні якості повинні доповнюватися один одним. Нарешті, важлива роль у розвитку стартапів відводиться фінансам.

Кожен стартап пов'язаний з високим рівнем ризику. За статистикою, понад 90% всіх стартапів перестають існувати. При цьому основною причиною краху часто виступає не ринкова конкуренція, а самознищення.

За статистикою найбільш частою причиною провалу на стадії стартапу виступає зовсім не брак фінансових ресурсів, а вирішення неіснуючих проблем. Також істотну роль в загибелі стартапів грає невірний склад команди проекту, високий рівень конкуренції в галузі і невірна цінова політика.

Понад 70% новостворених стартапів вже в перший рік припиняють свою діяльність. При цьому більшість провалів пов'язують із некомпетентністю самих засновників стартаперів. Зокрема мова йде про: нестачу у стартаперів знань в області ціноутворення; несвоєчасність здійснення податкових виплат і відрахувань; неграмотне планування; слабку підкованість в економіці та ін.

Близько 1/3 всіх провалів пов'язують з відсутністю досвіду управління, ще близько 11% обумовлено погано налагодженими каналами збуту.

Таким чином, до числа основних ризиків стартапів відносяться: користувацькі ризики; продуктові ризики; фінансові ризики; ризики бізнес-моделі; ризики команди. Як показує аналіз ринку, на сьогоднішній день основною проблемою розвитку українських стартапів виступає нестача фінансування і труднощі із залученням коштів для розвитку.

Найчастіше венчурні інвестори і члени комісій за день переглядають по кілька десятків проектів. Тому, наскільки яскравим і успішним буде їх перше враження про проект, тому, наскільки аргументовано буде представлена його суть і перспективи розвитку багато в чому залежить рішення інвесторів. На жаль, в реальній практиці інноватори далеко не завжди здатні привернути увагу інвесторів.

Не менш важливу роль в процесі подання стартап проекту відіграє вміння вибудувати правильні взаємовідносини з інвестором, вкрай важливо говорити з ними, що називається, «на одній мові». Як правило, ідеї і пропозиції стартапера, зрозумілі лише їм, не фінансуються.

Так чи інакше, слід пам'ятати, що інвестиції в стартапи, особливо на ранній стадії їх розвитку, це інвестиції, в першу чергу, в людей. Для венчурних капіталістів важливо розуміти, наскільки життєздатна стартап-ідея, яка перспектива її реалізації, чи можна довіряти команді проекту та ін. В значно мірою від здатності стартапера зацікавити інвесторів в підтримці свого проекту залежить фінансування стартап-проекту, без якого його реалізація просто неможлива.

Як показує практика, стартаперів досить рідко показують грамотно підготовлені бізнес-плани в той час, як для інвесторів вкрай важливо побачити фінансові моделі проектів на термін від 3 до 5 років, що дозволяють оцінити «адекватність» команди стартапу, а також її вміння проводити розрахунки, адекватні реаліям сучасної економіки. Зрештою, окупність стартапу – одна з найважливіших умов його реалізації.

Ще однією досить поширеною помилкою стартаперів є те, що вони далеко не завжди тестують свою ідею на предмет її ринкової необхідності. В даному випадку мова йде про одержимість ідеєю проекту. Розробникам часто здається, що ідея стартапу є настільки успішною та вдалою, що вона обов'язково сподобається ринку і знайде свого споживача. Частими є, коли люди витрачають ресурси, час, гроші і створюють проект, який виявляється нікому не потрібним. Такі помилки роблять як молоді стартапери, так і цілком досвідчені підприємці, які маючи за плечима досвід, впевнені у своєму фінансовому чутті.

Список використаних джерел:

1. Грицак, О. С. Стартап як вид інноваційного бізнесу: обліковий вимір понятійного апарату. Науковий вісник Ужгородського ун-ту: серія: Економіка; зб. наук. пр. – Ужгород, 2019. – Вип. 2(54). – С.110-115.

2. Мельничук, Г.С., Марченко, О.І. Стартапи як особлива організаційна структура ринку інновацій. Формування ринкових відносин в Україні. 2017. № 2. С. 28-34. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2017_2_8

3. Ries, E. (2011). The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses. URL: <https://www.amazon.com/Lean-Startup-Entrepreneurs-Continuous-Innovation/dp/0307887898>

Клецко А. С., Муха А.А., студенты 2 курса, группы Б-54
Научный руководитель: ст. преп. каф. УЭиФ Кулакова Л.О.
Брестский государственный технический университет

Проблемы внедрения и эффективность применения Международных стандартов финансовой отчетности на предприятиях Республики Беларусь

Процессы глобализации международных рынков капитала за последние десятилетия усилились и приобрели характер институционального влияния фактически на все области финансовой и банковской деятельности, в том числе и на систему бухгалтерского учета, которая является одним из главных поставщиков информации для всех участников финансового рынка.

Глобализация предъявляет требования не только к представлению качественной и достоверной информации о финансовом положении различной деятельности предприятий, но и к сделкам и операциям, совершаемым ими.

Введение международных стандартов финансовой отчетности (МСФО) имеет немаловажное значение для бухгалтерского учёта в РБ. Организации Республики Беларусь значительно проигрывают на международном рынке, так как они используют действующую систему бухгалтерского учёта, которая ориентирована на налоговые организации.

К числу проблем, появившихся с глобализацией финансовых рынков, следует отнести недостаточную сопоставимость финансовой информации о банках, привлекающих средства на рынках капитала. В этой связи ключевой задачей становится применение систем бухгалтерского учета, соответствующих международным правилам и обычаям.

Признание международных стандартов финансовой отчетности в Республике Беларусь – это одно из направлений, которое способствует привлечению зарубежных инвестиций в экономику страны, целью которой является укрепление взаимоотношений с зарубежными инвесторами и увеличения количества совместных проектов.

МСФО является универсальным языком бухгалтерского учёта, который способствует уменьшению различий национальных систем учёта благодаря гармонизации нормативно правовых актов, стандартов и порядка составления и представления отчётности, а также построение налоговой базы с учётом всех данных, раскрываемых в ней. МСФО является идеальным инструментом для обеспечения инвестиционной привлекательности любой компании.

Применение международных стандартов финансовой отчетности (МСФО) имеет немаловажное значение для развития бухгалтерского учёта в РБ. Организации Республики Беларусь значительно проигрывают на международном рынке, так как они используют действующую систему бухгалтерского учёта, которая ориентирована на налоговые организации.

Интересы инвесторов, кредиторов и собственников, как правило, не связываются. Однако сейчас все чаще говорят о переходе Республики Беларусь на МСФО. Данный переход связан с Государственной программой перехода на Международные стандарты бухгалтерского учета, утвержденной постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 04.05.1998 № 694.

Через всемирную электронную сеть активно внедряется инвестирование, а это требует стандартизации учетных стандартов. Ведение бизнеса на международном уровне должно осуществляться с использованием единых учетных нормативов. Так как использование МСФО – один из составляющих международной привлекательности, как отдельного предприятия, так и в целом экономики страны.

На современном этапе существуют практические трудности в применении МСФО в Российской Федерации и Республике Беларусь, так как для МСФО необходимы достоверные рыночные оценки, а также отражения активов и пассивов. Большие затруднения возникнут со своевременностью получения официальных текстов стандартов и качеством перевода. Чтобы использовать МСФО, необходим не просто перевод на русский или белорусский, а создание полноценной системы перевода текстов. Зарубежный опыт показывает, что содержание стандартов из-за качества переводов зачастую неточно.

Можно констатировать, что применение МСФО в Республике Беларусь на сегодняшний день в большей мере анонсируется, чем реально осуществляется на практике. Главным образом это обусловлено тем, что МСФО требует наличия достоверных рыночных оценок и отражения активов и обязательств.

Секція 4. Проблеми теорії та практики бухгалтерського обліку, контролю і аналізу

Рассмотрим подробнее, в чем заключается суть практических трудностей применения МСФО в Республике Беларусь.

Реформы в бухгалтерском учёте в направлении сближения с МСФО предполагают реализацию комплекса мер, направленных на совершенствование базового профессионального бухгалтерского образования, создания соответствующего учебно-методического обеспечения и переподготовки преподавателей, что требует рассмотрения опыта других государств.

Здесь же следует отметить, что применение МСФО предполагает наличие особого мышления. При составлении отчетности по МСФО требуется перенос акцента с инструкций и регламентов на формирование профессионального мышления, суждения бухгалтера. Серьезные трудности возникнут со своевременностью получения официальных текстов стандартов и качеством перевода. Для применения в Беларуси норм МСФО требуется не просто официальный их перевод на один из государственных языков, а создание постоянно действующей системы перевода текстов стандартов и интерпретаций в связи с регулярными изменениями, вносимыми в них Советом по МСФО. Что касается качества перевода, то, как показывает зарубежный опыт, содержание стандартов зачастую неверно, поскольку в законодательстве некоторых стран те или иные понятия не используются и невозможно подобрать подходящие им термины [1].

Так же очевидно, что переход национальной системы бухгалтерского учета на МСФО повлечет значительные расходы как на уровне государства, так и в отдельных организациях.

Реальной помощью могло бы стать создание в Республике Беларусь на государственном уровне специализированного органа — ответственного координатора процесса перехода на МСФО, а также формирование на базе государственных органов исполнительной власти специализированных департаментов, в обязанности которых должно быть вменено изучение и анализ опыта внедрения МСФО, разработка проектов положений по бухгалтерскому, финансовому и управленческому учету в соответствии с мировым опытом, а также выполнение некоторых функций контроля за ведением финансового учета и формированием финансовой отчетности в рамках МСФО [2].

Однако в случае полного перехода Республики Беларусь на МСФО не следует ожидать, что иностранные инвестиции рекой хлынут в Беларусь. Но так или иначе это будет важным шагом в процессе построения взаимного доверия между нашей республикой и международным сообществом. Качественное повышение прозрачности финансовой отчетности будет означать снижение рисков инвестиционных вложений, следовательно, и снижение стоимости на их привлечение.

Очевидно, что ни один национальный финансовый рынок не сможет нормально развиваться в отрыве от международного. Тем не менее, переход будет реально закончен лишь тогда, когда каждый бухгалтер будет профессионально владеть основами МСФО, а руководители – будут действительно заинтересованы в предоставлении достоверной и объективной информации.

В числе других задач перехода следует отметить необходимость окончательного разделения бухгалтерского учета на финансовый, управленческий и налоговый, как это принято в международной практике. При этом финансовый анализ, на основе данных финансовой отчетности, ориентирован на внешних пользователей, управленческий учет используется для систематизации затрат, принятия управленческих решений и планирования, а налоговый учет – применяется для исчисления налогов.

Стоит подчеркнуть, что переход на МСФО должен осуществляться с учетом сложившихся национальных традиций, специфики экономического развития Республики Беларусь, а не путем слепого копирования западного опыта.

Список использованных источников:

1. Кухто, Ю. Ю. Переход на МСФО: проблемы, вызовы и пути для белорусских организаций [Электронный ресурс] / Ю. Ю. Кухто. – Режим доступа: <https://promsfo.by>. – Дата доступа: 08.11.2020.
2. Панков, Д. Трудности перехода: законы, кадры, расходы / Д.Панков, Т. Рыбак // Экономическая газета [Электронный ресурс]. — 2015. — Режим доступа: <http://www.neg.by>. — Дата доступа: 08.11.2020.

Вплив GDPR на бухгалтерські інформаційні системи

У квітні 2016 р. постановою ЄС № 679 було запроваджено Загальний регламент персональних даних (GDPR), що вступив в дію з 25 травня 2018 року [1], і яким було закладено основи для уніфікації порядку захисту персональних даних осіб в Європейському союзі. Даний регламент є обов'язковим до виконання, тобто має дотримуватись всіма суб'єктами, на які поширюється його дія. Основною метою впровадження даного нормативного документу є необхідність розробки нормативних засад для контролю персональних даних, а також покращання економічних взаємовідносин як в рамках Євросоюзу, так і з іншими іноземними партнерами. Вихід даної постанови має важливе значення з позиції функціонування облікових інформаційних систем, оскільки в них також здійснюється обробка та збереження персональних даних, а також за їх допомогою відбувається формування бухгалтерської звітності, яка оприлюднюється для підвищення ефективності розподілу капіталу між галузями економіки. Тому одним з актуальних питань на сьогодні є розробка процесів та засобів контролю відповідності GDPR, а також створення спеціалізованого програмного забезпечення, що сприятиме дотриманню GDPR в процесі функціонування бухгалтерських інформаційних систем, зокрема, в частині збереження та обміну персональними даними працівників підприємства та його клієнтів.

Питанням дотримання GDPR в процесі функціонування бухгалтерських інформаційних систем є актуальним для тих вітчизняних підприємств, які мають закордонні філії (представництва) або які співпрацюють з європейськими підприємствами, що вже впровадили GDPR. Виходячи з чого значна кількість вітчизняних підприємств, які передусім займаються зовнішньоекономічною діяльністю з представниками країн Євросоюзу, повинна впроваджувати в свою діяльність GDPR, зокрема, в частині даних, які використовують при податковому декларуванні, формуванні і оприлюдненні фінансової звітності, а також даних, що використовуються в маркетингових цілях.

Імплементация GDPR з травня 2018 року створює нові вимоги до порядку функціонування бухгалтерських інформаційних систем, що передбачає необхідність трансформації практики захисту персональних даних та здійснення їх обміну з контрагентами і оприлюднення, які в цілому мають забезпечити мінімізацію ризиків безпеки даних підприємства. Для дотримання вимог GDPR на підприємстві має бути забезпечено підвищення рівня надійності використовуваних бухгалтерських інформаційних систем, що також може вимагати проведення IT-аудиту щодо відповідності поточних процедур обробки та збереження персональних даних вимогам GDPR.

Можна виділити дві групи суб'єктів застосування GDPR, які матимуть відмінні підходи до порядку дотримання даного нормативного документу: 1) Бухгалтерські служби підприємств, які мають дотримуватись вимог GDPR; 2) Спеціалізовані фірми (аутсорсингові, аудиторські), які забезпечують надання послуг з ведення бухгалтерського обліку. Перші забезпечують обробку персональних даних, що стосуються даного підприємства, тобто її працівників, діяльності, включаючи маркетингові бази даних, а також даних його контрагентів. Друга група суб'єктів обробляє персональні дані клієнтів, які використовують послуги таких фірм, доступ до яких є результатом здійснення ними професійної діяльності з надання послуг.

Для забезпечення відповідності бухгалтерських інформаційних систем на підприємствах вимогам GDPR передусім необхідно визначити, ким є суб'єкти ведення обліку в контексті процесу обробки даних, обробниками даних чи їх контролерами. В залежності від встановленої ролі суб'єктів бухгалтерських інформаційних систем (обробник або контролер) визначається подальший порядок дій, який забезпечуватиме відповідність вимогам GDPR. Наприклад, коли бухгалтерські інформаційні системи використовуються для обробки даних, то з клієнтами підприємства повинні укладатись угоди про обробку даних згідно GDPR. Якщо бухгалтерська аутсорсингова фірма виступає як контролер даних, то вона має забезпечити дотримання технічних та організаційних заходів, які створюватимуть необхідні умови для обробки даних, що відповідатиме вимогам GDPR.

В цілому від суб'єктів ведення обліку у відповідності до вимог GDPR щодо обробки персональних даних вимагається удосконалення порядку ведення облікової документації та облікового інструментарію, покращання взаємодії з клієнтами (джерелами даних) та підвищення загального рівня надійності бухгалтерських інформаційних систем.

Список використаних джерел:

1. Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and of the Council // Електронний ресурс. Режим доступу: <https://ogdpr.eu/en/gdpr-2016-679>

Лозова Ю.В., магістрант
Науковий керівник: к.е.н., доц. Хоменко Г.Ю.
Державний університет «Житомирська політехніка»

Орендна плата за умов боротьби з пандемією захворювання COVID-2019

За умов введення жорстких заходів керівництва країни задля боротьби з пандемією захворювання COVID-2019 [4] багато підприємств стикнулись з проблемою оплати такої статті їх витрат, як орендна плата. Так як суттєве падіння продажів, закриття певних об'єктів, а також призупинення діяльності, призводять до суттєвих витрат підприємств і неможливості здійснення орендних виплат згідно укладених договорів з орендодавцями.

Орендодавці, у свою чергу, по можливості намагаються йти на зустріч орендарям та пропонують пільгові умови орендних договорів, серед яких основними можуть бути: 1) встановлення пільгової орендної плати на період карантину; 2) перенесення строків погашення орендної плати тощо.

Проте, всі можливі варіанти повинні бути погоджені між сторонами у правовому полі та чітко задокументовані. Передусім в компетенції сторін входить наступне: зокрема, зменшення розміру орендної плати – це право та компетенція орендодавця; обґрунтування істотного зменшення можливості користування орендованим майном – компетенція орендаря, оскільки відповідно до ч. 4 ст. 762 Цивільного кодексу України [4], наймач має право вимагати зменшити плату, якщо через обставини, за які він не відповідає, можливість користування майном істотно зменшилася.

Всі зазначені вище додаткові умови до орендних договорів будуть мати безпосередній вплив на систему облікового відображення операцій з оренди майна на підприємстві. У свою чергу, в обліковому законодавстві орендних операцій можна зустріти наступні положення та трактовки понять, що можуть бути застосовані сторонами у період боротьби з пандемією захворювання COVID-2019.

Відповідно до пп. 17, 9 Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 14 «Оренда» (далі – П(С)БО 14) [3] сторонами договору оренди може розглядатись ситуація «заохочення орендаря щодо продовження або укладення нової орендної угоди», яке має зменшувати доходи орендодавця/витрати орендаря від орендної плати «протягом строку оренди» (пп. 17, 9 П(С)БО 14).

Стосовно міжнародних стандартів, зокрема Міжнародного стандарту фінансової звітності 16 «Оренда» (далі – МСФЗ 16) [1] «стимули оренди – платежі, здійснені орендодавцем на користь орендаря, пов'язані з орендою, або відшкодування чи взяття на себе орендодавцем витрат орендаря». Проте, згідно міжнародних стандартів орендарі за первісного визнання вираховують такі платежі із собівартості активу з права користування та з бази для оцінки орендного зобов'язання (§§ 24, 27 МСФЗ 16) [1].

Таким чином, якщо результатом переговорів орендодавця та орендаря щодо пільгової орендної плати орендодавець в рамках дії П(С)БО 14, не вважатиме «заохоченням орендаря щодо продовження наявної або укладення нової орендної угоди зменшення орендної плати», то в такому разі облік орендних операцій підпорядковується загальним правилам обліку оренди.

В іншому випадку, якщо встановлюється в результаті перемовин орендодавця і орендаря нова орендна плата, то з конкретної дати орендодавець визнаватиме фактичний (зменшений) розмір оренди у сумі доходів відповідно до п. 17 П(С)БО 14.

Таким чином, теперішнє становище України та світу в результаті боротьби з пандемією захворювання COVID-2019 має свій безпосередній вплив на відображення окремих об'єктів та операцій в системі бухгалтерського обліку, зокрема орендних платежів, питання стовно яких стали актуальним спірним питанням у перемовинах орендодавця та орендаря. Звісно, дане питання торкається не всіх сфер бізнесу, проте, на жаль, багатьох.

Законодавство на сьогодні не дає чітких роз'яснень, що робити в тій чи іншій ситуації орендарю та орендодавцю за умов карантину і залишає право вирішувати і приймати остаточне рішення щодо змін орендної плати за орендодавцем. У свою чергу, в стандартах бухгалтерського обліку як на національному, так і міжнародному рівнях орендар має право звернутись до орендодавця з обґрунтуванням щодо зміни орендної плати.

Список використаних джерел:

1. Карпачова О. МСФЗ 16 «Оренда»: облік в орендаря. Бухгалтер & Закон. 2018 № 23-24. URL: https://bz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/BZ010875
2. Постанова КМУ «Про запобігання поширенню на території України гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2» від 11.03.2020 р. № 211.
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 14 «Оренда», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 28.07.2000 р. № 181.
4. Цивільний кодекс України від 16 січня 2003 року № 435-IV

Маньковська С.Є., магістрант
Науковий керівник: д.е.н., проф. Чижевська Л.В.
Державний університет «Житомирська політехніка»

Бухгалтерська термінологія: особливості перекладу з англійської

Якість перекладу в будь-якій сфері (економічній, правовій тощо) вимагає наявності не тільки спеціальних знань в конкретній області, а і розуміння відмінностей систем, в яких формувався застосований термінологічний апарат. Переклад економічної літератури з англійської мови в загалом, і бухгалтерської зокрема, викликає певні складнощі навіть у компетентних спеціалістів, що зумовлене рядом причин, наприклад, відмінностями семантичної структури слів; розбіжностями у змісті термінів, що використовуються для позначення понять; багатозначністю висловів, які позначають різні речі у повсякденному житті та системі бухгалтерського обліку та фінансової звітності; відсутністю точного еквівалента поняття і, відповідно, терміну, який його позначає.

Бухгалтерська англійська термінологія характеризується системністю, впорядкованістю, та стійкістю значень. Не дивлячись на системність та відсутність в термінології абсолютних синонімів, вони існують в діловій фінансовій мові. Для правильного і точного перекладу термінів з англійської вкрай важливим є розуміння їх сутності та області використання. Наприклад, для позначення поняття “прибуток” в англійській мові використовується ряд термінів (income, revenue, profit, proceeds, earning, gain, increment та інші), кожен з яких має особливості вживання.

Переклад бухгалтерської термінології з англійської ускладнюється і тим, що за своїм змістом серед термінів є однозначні та багатозначні; а за структурою – складені та позначені цілим виразом. З розвитком системи бухгалтерського обліку та фінансової звітності термінологічний апарат підлягає певним змінам, поповнюється новими позначеннями, словосполученнями.

Визначено, що основою утворення термінології, економічної в т.ч., є такі процеси як термінологізація загальноповживаної лексики, запозичення, метафоризація. Економічна наука представляє собою область знань, яка охоплює не тільки закони і поняття економічної діяльності, але і ряд суміжних галузей (юридичних тощо). Враховуючи вищевикладене виділяють наступні види економічних термінів:

- 1) загальноповживані терміни, які використовуються у повсякденному житті (є зрозумілими для пересічних громадян та можуть уживатися у будь-якій іншій галузі науки, наприклад журналістики);
- 2) спеціальні неекономічні терміни, які можуть відображати відповідну сферу спеціальних знань економіки, бізнесу тощо з притаманною їй специфічною лексикою;
- 3) спеціальні фінансово-економічні терміни, які передають зміст системи наукових фінансових знань і позначають конкретні поняття економіки.

При перекладі економічних термінів (включаючи фінансову, облікову, митну сфери) основну роль відіграє поняття еквівалентності, під якою розуміють сумісність понять та їх вербальне вираження різними мовами. Поняття вважають такими, що є повністю еквівалентними одне одному, якщо вони співпадають за всіма понятійними ознаками. Оскільки ознаки бухгалтерських понять можуть не співпадати внаслідок формування та розвитку термінології в різних системах бухгалтерського обліку, з метою їх коректного перекладу виникає необхідність встановлення ступеню еквівалентності таких понять. Таким чином, вважаємо за доцільне виділяти такі типи понятійної еквівалентності:

1. Повна понятійна еквівалентність (повна сумісність), тобто поняття англійською і українською мовами співпадають за всіма понятійними ознаками.
2. Часткова понятійна еквівалентність (часткова сумісність), тобто поняття в обох економічних системах містять як ідентичні, так і різні понятійні ознаки.
3. Понятійна безеквівалентність (повна несумісність).

Бухгалтерську термінологію з метою фахового перекладу поділяємо на три групи:

- 1) терміни, які позначають поняття в англійській мові середовищі, ідентичні поняттям української системи бухгалтерського обліку та фінансової звітності (терміни першої групи, яким властива повна понятійна еквівалентність);
- 2) терміни, які позначають поняття в англійській мові середовищі (наприклад, в текстах МСФЗ (IAS/IFRS) англійською мовою), відсутні у вітчизняній обліковій системі, але мають загальноприйняті і зрозумілі українські термінологічні еквіваленти (терміни другої групи, яким властива понятійна еквівалентність);
- 3) терміни англійською мовою, які застосовують в іноземному середовищі, відсутні в українській бухгалтерській системі і не мають загальноприйнятих термінологічних еквівалентів (терміни третьої групи з властивою понятійною безеквівалентністю).

Таким чином, вивчення особливостей перекладу бухгалтерських термінів з англійської неможливе без здійснення аналізу способів та лексичних прийомів, що застосовуються з даною метою. В контексті розвитку вітчизняної облікової системи в умовах переходу до застосування МСФЗ (IAS/IFRS) становлення відповідної терміносистеми є визначальним для коректного перекладу спеціалізованої літератури.

Мельниченко Т.П., магістрант
Науковий керівник: д.е.н., проф. Лаговська О.А.
Державний університет «Житомирська політехніка»

Порядок проведення судово-бухгалтерської експертизи

На сьогодні висновок судово-бухгалтерської експертизи є одним із важливих доказів у кримінальному провадженні, зокрема під час розслідування окремих корупційних та/або економічних правопорушень, які знаходять своє відображення у документах бухгалтерського обліку господарської діяльності суб'єктів господарювання.

Саме судово-бухгалтерська експертиза є однією з ефективних форм використання спеціальних знань в сфері бухгалтерського обліку, оподаткування, аудиту, контролю та аналізу при розслідуванні злочинів в економічній сфері.

Основною групою документів, що перевіряються експертом-бухгалтером в рамках судово-бухгалтерської експертизи є фінансові та бухгалтерські документи, які називаються джерелом доказів. В епоху електронного обліку джерело доказів не повинно бути лише традиційним – паперовим. Законодавство також розглядає записи, створені з використанням інформаційних технологій – електронні документи, як еквівалент традиційним джерелам доказів.

Зокрема, первинні документи, які не відповідають вимогам законодавства не відображають фактичного стану на підприємстві та не є доказом положень, що містяться в них. Такі документи для експерта-бухгалтера є носієм неправдивої інформації. Оцінка надійності конкретного бухгалтерського документа експертом-бухгалтером забезпечує основу для виявлення шахрайства, корупційних дій тощо.

Судово-бухгалтерська експертиза може бути проведена за ініціативою однієї зі сторін або за призначенням суду, або за ухвалою слідчих органів. Судово-бухгалтерська експертиза, яка здійснюється за рішенням судових органів або слідчих органів, призначається з метою перевірки документальної ревізії, якщо ці висновки сумнівні. Ця експертиза здійснюється у процесуально-правовій формі, забезпечує отримання доказів і використання експертних знань у сфері бухгалтерського обліку під час вивчення достовірності господарських операцій. Експертиза, яка проводиться за ініціативою однієї зі сторін судового процесу, призначається для перевірки документів, що підлягають експертизі, та добровільно надаються ініціаторами експертизи, призначається за ухвалою відповідного суду [3, с. 311].

Під час розгляду правопорушень економічного напрямку знаходить застосування така функція бухгалтерського обліку, як правовий захист суб'єктів господарювання. Вона реалізується шляхом документального оформлення матеріальної відповідальності та правильного документального оформлення кожної господарської операції. Ця функція в правоохоронній та судовій практиці є юридичним забезпеченням господарських відносин, що сприяє захисту інтересів суб'єктів господарювання. Н.М. Малюга зазначає, що кожна господарська операція виступає юридичним актом, що включає зобов'язання і права особи, яка отримала щось [2, с. 115].

Як вже було зазначено, висновок експерта є важливим доказом у кримінальному провадженні, а його зміст базується на спеціальних знаннях експерта-бухгалтера, наукових і технічних засобах, а також методів, які експерт-бухгалтер застосовує під час проведення експертизи.

Згідно Кримінального процесуального кодексу України у висновку експерта має бути зазначено: 1) коли, де, ким (ім'я, освіта, спеціальність, свідоцтво про присвоєння кваліфікації судового експерта, стаж експертної роботи, науковий ступінь, вчене звання, посада експерта) та на якій підставі була проведена експертиза; 2) місце і час проведення експертизи; 3) хто був присутній під час проведення експертизи; 4) перелік питань, що були поставлені експертові; 5) опис отриманих експертом матеріалів та які матеріали було використано експертом; 6) докладний опис проведених досліджень, у тому числі методи, застосовані у дослідженні, отримані результати та їх експертна оцінка; 7) обґрунтовані відповіді на кожне поставлене питання [1].

Отже, у процесі розслідування окремих корупційних та/або економічних правопорушень судово-бухгалтерська експертиза виступає формою контролю обґрунтованості проведених раніше перевірок та/або аудитів звітності. Основна її місія полягає у доведенні або спростуванні тих чи інших фактів економічного правопорушення.

Список використаних джерел:

1. Кримінальний процесуальний кодекс України: Закон України від 13.04.2012 р. № 4651-VI / Верховна Рада України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/4651-17> (дата звернення: 29.03.2020).
2. Малюга Н.М. Бухгалтерський облік в Україні: теорія й методологія, перспективи розвитку : монографія. Житомир : ЖДТУ, 2005. 548 с.
3. Разборська О.О., Ємець В.В. Роль судово-бухгалтерської експертизи у вирішенні кримінальних та цивільних справ. Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. 2014. Вип. 3. С. 309-317.

Осіпчук Д.С., аспірант
Науковий керівник: д.е.н., проф. Чижевська Л.В.
Державний університет «Житомирська політехніка»

Якісні характеристики фінансової інформації та розкриття інформації про державну допомогу

Розкриття інформації у фінансових звітах суб'єктів господарювання здійснюється з дотриманням певних принципів чи характеристик. Підприємства, що складають свою звітність з використання Міжнародних стандартів фінансової звітності, базуються на якісних характеристиках фінансової інформації, визначених Концептуальною основою фінансової звітності (рис.1). Застосування якісних характеристик, дозволяє надавати ту інформацію користувачам фінансової звітності, яка більшою мірою буде корисною. Аналіз використання якісних характеристик для розкриття інформації здійснено на прикладі такого об'єкту бухгалтерського обліку як державна допомога.

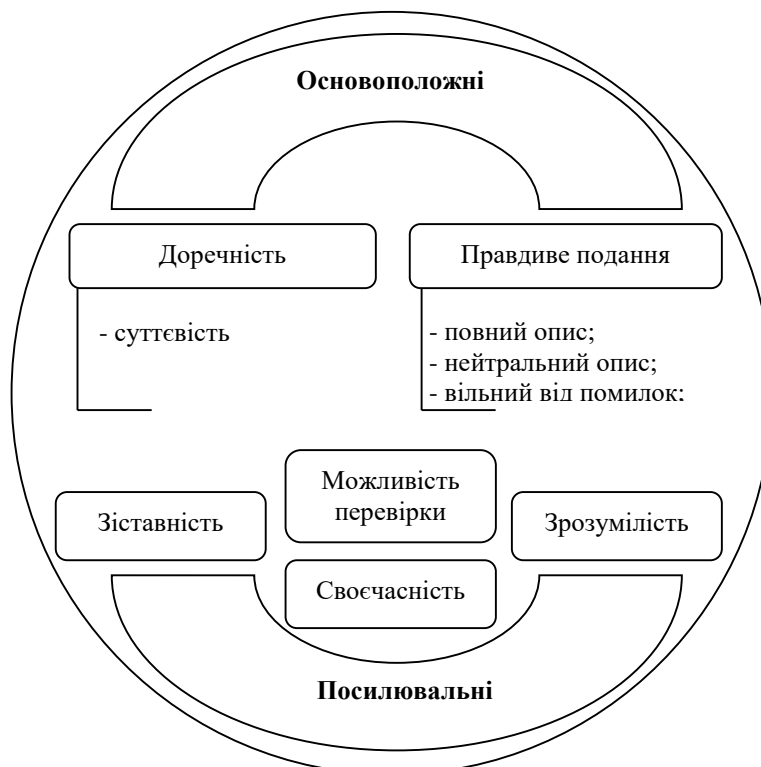


Рис.1. Якісні характеристики фінансової інформації

Якщо звернутися до трактування поняття «доречність», то можемо сказати, що це та інформація, яка допоможе користувачам скласти реальну картину про господарський стан суб'єкта господарювання, а відсутність цієї інформації може вводити в оману. Тому у фінансовій звітності доречним є розкриття інформації про обсяги економічних ресурсів в володінні підприємства та їх джерела походження, а також те, що в майбутньому може генерувати прибутки. У зв'язку з цим буде доречно розкривати інформацію про обсяги отриманої державної допомоги окремим рядком або деталізовано у примітках до фінансової звітності, оскільки це дозволить проаналізувати характер ресурсів в розпорядженні підприємства, природу їх походження, а також можливість використання в операційній діяльності підприємства для створення прибутків.

Також інколи суттєвість порівнюють з доречністю. Однак суттєвість є лише одним із проявів доречної фінансової інформації. А носить вона цей суттєвий характер, тому що може впливати на рішення різних груп користувачів. Варто зазначити, що суттєва інформація для кожної зацікавленої особи є різною. Одним - суттєвим буде надання інформації про той чи інший об'єкт бухгалтерського обліку, навіть якщо сума буде незначною, іншим – важливими є ґрунтовні показники звітності. В такому випадку визначення імовірно суттєвої інформації для користувача лягає на плечі бухгалтера, який має застосувати судження для оцінки суттєвості кожної із статей звітності.

Секція 4. Проблеми теорії та практики бухгалтерського обліку, контролю і аналізу

Ми визначили, що доречним є наведення інформації про отриману державну підтримку у звітності суб'єкта господарювання, аби заінтересовані користувачі могли ознайомлюватися із ресурсами, що знаходяться у володінні підприємства, а так як суттєвість є аспектом доречності, то відповідно інформація про державну допомогу є суттєвою. Також суттєвість такої інформації можна характеризуватися і тим, що заінтересованих осіб досить часто цікавлять джерела отриманих ресурсів на підприємстві: чи вони створюються в ході звичайної операційної діяльності чи суб'єкт господарювання формує свої доходи за рахунок грантів, субсидій, дотацій та ін.

Другою основоположною характеристикою є правдиве подання, що базується на таких трьох складових як: повний опис, нейтральний опис та вільність від помилок, тобто інформація, яка наводиться у фінансових звітах повністю описує явища та процеси, немає будь-яких упереджень та є вільною від помилок.

Повний опис охоплює всю інформацію, необхідну користувачеві для того, щоб зрозуміти описуване явище, у тому числі всі необхідні описи та пояснення [1]. Тому повний опис щодо такого об'єкту як державна допомога повинен містити інформацію про: її вид та форму, обсяги та мету, облікову політику прийняту для державної допомоги.

Нейтральний опис вимагає розкривати неупереджену та збалансовану інформації про об'єкти фінансової звітності, тобто необхідним є розкриття інформації з однаковим ставленням до всіх об'єктів – без надання переваг одним і нівелюванням впливу інших. Тому подання інформації про одержану державну допомогу має бути, оскільки вона чинить такий самий вплив на діяльність підприємства як і будь-яке інше надходження у вигляді вигід на підприємство.

Вільний від помилок в цьому контексті означає, що інформація у звітності не містить пропусків в описі явища, а повністю передає його сутність. Навіть, якщо може бути присутня неточність в інших аспектах (наприклад оцінці). В контексті державної допомоги вільний від помилок означає розкриття інформації так, щоб можна було розмежувати надходження у вигляді державної допомоги від інших ресурсів, що надійшли на підприємство.

Зрозумілість інформації означає таке її подання для користувача, що дозволяє скласти певне уявлення про об'єкт чи процес, а також дозволить зробити певні оцінки та визначити майбутні ризики і можливості. Таким чином необхідним є роз'яснення у примітках, що таке явище у вигляді отримання певних ресурсів від держави є державною допомогою.

Зіставність фінансової інформації означає можливість порівняння між собою об'єктів бухгалтерського обліку схожих за своєю економічною суттю. Ця якісна характеристика не допускає ототожнення об'єктів обліку, які мають схожі характеристики, проте їх економічна природа є різною. Концептуальна основа зазначає: «Зіставність не є однотипність. Для того, щоб інформація була зіставною, подібні речі повинні виглядати подібними, а різні речі повинні виглядати по-різному» [1]. Тобто розкриття інформації про державну допомогу, як уже зазначалося вище, повинно бути в окремому рядку чи деталізовано в примітках, щоб користувачі могли відрізнити дуже схожі за своєю суттю доходи від операційної діяльності суб'єкта господарювання та доходи, які виникли в результаті державної допомоги. Оскільки таке не розмежування доходів порушить зіставність а) між статтями у звітності за ряд періодів; б) між статтями у звітності інших суб'єктів господарювання.

Можливість перевірки допомагає запевнити користувачів у тому, що інформація правдиво подає економічні явища, які вона призначена подавати [1]. Наприклад, користувачі мають змогу перевірити показники звітності шляхом арифметичного перерахунку чи співставлення показників звітності, що є взаємопов'язаними та дублюються в декількох формах звітності тощо. Що стосується державної допомоги, то заінтересований користувач може переглянути дані про обсяги, форму та мету такої підтримки суб'єкту господарювання у звітах регулятора, що здійснює політику в сфері регулювання державної допомоги (в Україні – Антимонопольний комітет України, в ЄС – Європейська комісія).

Якщо розглядати таку посилювальну якісну характеристику як своєчасність, то згідно з Концептуальною основою: «Своєчасність означає можливість для осіб, які приймають рішення, мати інформацію вчасно, так щоб ця інформація могла вплинути на їхні рішення» [1]. Це абсолютно точно і безумовно стосується всіх об'єктів фінансової звітності, в тому числі і розглянутої нами – державної допомоги.

Отже, проведене нами дослідження дозволяє зробити висновок, що якісні характеристики фінансової інформації є важливим підґрунтям для розкриття інформації про всі об'єкти бухгалтерського обліку у фінансовій звітності. Окрім того вони є так званим базисом для формування суджень бухгалтера у разі виникнення якихось суперечностей чи неузгодженостей між стандартами фінансової звітності. А проведене дослідження застосування якісних характеристик на прикладі такого об'єкту бухгалтерського обліку як державна допомога дозволило виділити сегменти інформації, які необхідно розкривати про цей об'єкт, спираючись на ці характеристики.

Список використаних джерел:

1. Концептуальна основа фінансової звітності. // РМСБО. – 2018. – С. 1–87.

Поплавська В. В., аспірант
Науковий керівний: д.е.н., проф. Легенчук С.Ф.
Державний університет «Житомирська політехніка»

Методологія бухгалтерського обліку придбання прав на торгіву марку на підставі договору про передачу виключно майнових прав інтелектуальної власності

Зростаюча конкуренція змушує компанії прагнути до досягнення надійного конкурентної переваги, яке зможе забезпечити їх ефективне функціонування в довгостроковому періоді. У ситуації економічної нестабільності пошук таких переваг стає особливо актуальною проблемою. Однак в умовах постійного вдосконалення технологій виробництва знаходиться джерела стійкого конкурентної переваги стає досить складно. Протягом останніх десятиліть компаній стали частіше звертати увагу на цінність нематеріальних активів. Відповідно, зростає роль брэнда, виступаючи своєрідним посередником при вибудовуванні компанією відносин як з споживачами, так і з іншими зацікавленими сторонами.

Нематеріальні активи компаній стають все більш значущими в боротьбі за місце на ринку. Одним з таких нематеріальних активів є брэнд компанії. Його створення є способом швидкого поширення інформації про компанію, яка вже має певну репутацію і потребує реалізації свого потенціалу. Сам брэнд може бути розглянутий як актив або ресурс компанії, що приносить їй додатковий прибуток. В цілому брэнд є складним поняттям, яке об'єднує в собі кілька характерних рис, таких як впізнаваність, винятковість, гарантовану якість, лояльність і відданість покупців, також асоціації, емоції, репутацію, комерційну залученість, юридичний захист.

Явними показниками того, що брэнд є справжнім активом, можна вважати, системи франчайзингу (в яких покупець франшизи, фактично, платить безпосередньо за брэнд), а також таке явище, як премія - ціна (тобто цінова надбавка за брэнд - обіцянку). Другий - те, що, незважаючи на явну актуальність проблеми формалізації брэнд-активу, робота в цьому напрямку почалася зовсім нещодавно, і більшості випадків її результати ще не відповідають тим вимогам, які було б логічно пред'являти до вимірювання та обліку реальних активів. Третій - безумовна суперечливість тих позицій, з яких оцінюється брэнд - актив, навіть коли він вимірюється. З одного боку, ця суперечливість говорить про нетривалість історії вивчення питання, з іншого - про різноманітність якостей самого об'єкта. Будучи сполучною ланкою між споживачем і виробником, брэнд об'єднує в собі погляди першого і фінансові цілі другого, що створює труднощі при спробі намалювати його інтегральні характеристики як активу.

Щодо існуючих підходів до побудови методики бухгалтерського обліку торгових марок та брэнд-активів, то вони можуть відрізнитись залежно від того чи придбані такі активи, чи були створені самим підприємством. Для початку розглянемо перший варіант відображення в бухгалтерському обліку внутрішньо створених торгових марок. Якщо підприємство вирішило самостійно створювати торгові марки. Тоді згідно П(С)БО 8 всі витрати, які будуть понесені на торгіву марку - відобразатимуться в складі витрат звітного періоду. Включаємо всі витрати на збут та відображаємо на рахунку 93 [2]. Також це твердження відповідає параграфу 64 МСБО 38 «Нематеріальні активи», де вказано, що видатки на внутрішньо генеровані брэнди, заголовки, назви видань, переліки клієнтів та інші подібні своєю сутністю об'єкти не можна відокремити від витрат на розвиток бізнесу в цілому. Отже, такі об'єкти не визнаються як нематеріальні активи [1]. Відповідно всі витрати, понесені підприємством на просування створеною ними торговою маркою (реклама, прес-інформація, телемаркетинг, маркетинг взаємовідносин та інше) всі вони повинні списуватись на витрати, відповідно до п. 9 П(с)БО 8 «Нематеріальні активи» та листа Міністерства фінансів України від 11.09.2006 р. № 31-34000-10-10/18842 [2].

Щодо операцій з надходження торгової марки в бухгалтерському обліку, як об'єктів нематеріальних активів, то вони можуть бути відображені, як операції з купівлі, безоплатне отримання, внесення до статутного капіталу. Якщо мова йде про придбання прав на торгіву марку на підставі договору про передачу виключно майнових прав інтелектуальної власності, для початку укладається такий договір відповідно до Ст. 1113 ЦКУ [3]. За договором про передання виключних майнових прав інтелектуальної власності одна сторона (особа, що має виключні майнові права) передає другій стороні частково або у повному складі ці права відповідно до закону та на визначених договором умовах [3]. На цьому етапі потрібно звернути увагу, щоб у договорі було чітко прописано чи передаються виключно майнові права чи лише частина прав на торгіву марку.

Відповідно до ч. 2 ст. 1114 ЦКУ факт передачі виключно майнових прав інтелектуальної власності підлягає державній реєстрації. Після чого орган, який уповноважений реєструвати торгові марки має внести зміни в реєстр про нового власника торгової марки. Ці зміни зазначаються у додатку до Свідоцтва, набувач права на торгіву марку стає власником виключно майнових прав на торгіву марку. Якщо ж

Секція 4. Проблеми теорії та практики бухгалтерського обліку, контролю і аналізу

передається лише якась певна частина прав на торгову марку, тоді після сплати державного мита за видачу Свідоцтва Державна служба інтелектуальної власності України має видати нове Свідоцтво на ім'я особи, яка отримує частку права [3].

Після придбання вже зареєстрованої торгової марки в бухгалтерському обліку створюється новий об'єкт нематеріального активу. Вартість торгової марки скрадатиметься з :

- вартості придбання ТМ ;
- суми державного мита при отриманні додатку до Свідоцтва;
- суми не прямих податків, які не підлягають відшкодуванню;
- інші витрати, котрі пов'язані із створення НМА та доведенням його до стану, в якому він буде придатний до експлуатації(П(с)БО 8 п. 10,11) [2].

Всі витрати зазначені вище до отримання свідоцтва в бухгалтерському обліку відображаються на субрахунку 154 «Придбання (створення) нематеріальних активів», а після отримання свідоцтва і введення в експлуатацію, всі витрати списуються по дебету субрахунку 123 «Право на комерційні позначення. Щодо амортизації, відповідно до п. 29 П(с)БО 8, нарахування амортизації починається з місяця, наступного за місяцем, у якому нематеріальний актив було введено в експлуатацію [2]. Взагалі нарахування амортизації права на торгову марку в більшості випадків виникає багато питань.

При розрахунку суми амортизації основним показником є строк корисного використання торгової марки, котрий відповідно до п. п. 25-31 П(с)БО 8 підприємство самостійно обирає. Також при визначенні строку корисного використання потрібно враховувати відповідно до (П(с)Бо 8 п.26:

- строки корисного використання подібних активів;
- моральний знос, що передбачається;
- правові або інші подібні обмеження щодо строків його використання;
- очікуваний спосіб використання нематеріального активу підприємством;
- залежність строку корисного використання нематеріального активу від строку корисного використання інших активів підприємства [2].

Не зважаючи на це, деякі науковці вважають, що амортизацію нарахувати не доцільно на ті права, вартість яких з часом не зменшується, та будуть приносити прибуток протягом всього періоду діяльності підприємства та не мають визначеного строку корисного використання. Так як у П(с)Бо 8 вказано, що нематеріальні активи з невизначеним строком корисного використання амортизації не підлягають. До нематеріальних активів з невизначеним строком корисного використання належать ті, щодо яких підприємством не визначено обмеження строку, протягом якого очікується збільшення грошових коштів (чи їх еквівалентів) від використання таких нематеріальних активів [2]. На нашу думку, якщо підприємство придбало право на торгову марку та отримало Свідоцтво про реєстрацію торгової марки, то з цього ж моменту ми можемо нарахувати амортизацію на такий вид нематеріального активу. Щодо строку корисного використання доречно зазначити 10 років, так як Свідоцтво на реєстрацію торгової марки видається на 10 років.

Незважаючи на явну актуальність проблеми формалізації бренд-активу, робота в цьому напрямі почалася зовсім нещодавно, і в більшості випадків її результати ще не відповідають тим вимогам, які висуваються до вимірювання та обліку реальних активів. Будучи сполучною ланкою між споживачем і виробником, бренд об'єднує в собі погляди першого і фінансові цілі другого, що створює труднощі при спробі намалювати його інтегральні характеристики як активу.

Підсумовуючи одержані результати щодо існуючих підходів до побудови методики бухгалтерського обліку торгових марок та брендів, можна констатувати, що вони відрізняються залежно від того чи придбані такі активи, чи були створені самим підприємством. Щодо операцій з надходження торгової марки в бухгалтерському обліку, як об'єктів нематеріальних активів, то вони можуть бути відображені як операції купівлі, безоплатне отримання, внесення до статутного капіталу. Якщо мова йде про придбання прав на торгову марку на підставі договору про передачу виключно майнових прав інтелектуальної власності, для початку укладається такий договір відповідно до Цивільного кодексу України.

Список використаних джерел:

1. МСБО 38 «Нематеріальні активи» [Електронний ресурс].Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_050.
2. П(с)БО 8 «Нематеріальні активи», [Електронний ресурс].Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0750-99>.
3. Цивільний кодекс України [Електронний ресурс].Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text>.

Документальне оформлення списання товарів

В практиці господарської діяльності торговельних підприємств мають місце господарські операції зі списання товарів. Правильне їх документальне оформлення має важливе значення для вирішення питань щодо стягнення збитків з матеріально відповідальної особи або списання товару на витрати підприємства. Метою роботи є розгляд особливостей документального оформлення списання товарів внаслідок закінчення строку реалізації, псування, тощо.

У бухгалтерському обліку запаси визнаються активами, якщо існує імовірність того, що підприємство отримає в майбутньому економічні вигоди, пов'язані з їх використанням, і їх вартість може бути достовірно визначена. Запаси, які втратили матеріальну цінність у результаті псування, підприємство вже не може застосувати за призначенням, тобто не отримає від них у майбутньому жодних економічних вигод. Вони більше не відповідають критеріям визнання активу, тому мають бути виведені зі складу активів і списані з балансу. Списання відбувається шляхом оформлення акта про списання ТМЦ. Щоб визначити які саме товарно-матеріальні цінності підлягають списанню, необхідно провести інвентаризацію. Інвентаризація виявить який товар був зіпсований, прострочений, має дефекти і ін. Як свідчить практика, на даний час існують різні форми актів, що використовуються для документального оформлення списання товарів. Розглянемо зразок заповнення акту списання товару, що використовується на підприємстві, в таблиці 1.

Таблиця 1

Зразок акту списання тмц

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

ПП “ВІКТОРІЯ”
Житомир, Довженка, 45

(підпис керівника установи)
31.03.2020

Р.

Акт списання № 5 від 31.03.2020 р.

Комісія, призначена наказом по установі (організації) від “01” Січня 2020 р. № 2 у складі:

Голова комісії: Директор магазину Модестович В.М.
Члени комісії: Менеджер з постачання Іванов С.В.
 Завідуючий складом Вовк Н.М.
 Начальник служби безпеки Ковальчук С.Т.

здійснила перевірку товарно-матеріальних цінностей, та встановила, що описані нижче цінності непридатні для подальшого використання у господарській діяльності підприємства, підлягають списанню, вилученню з обліку та утилізації:

№	Штрих-код	Найменування	Од.вим	Кількість	Ціна	Сума	Підстава непридатності
1	101112	Грудинка Банкетна в/к в/г ваг.	кг.	1,296	116,78	151,35	в зв'язку з закінченням строку реалізації
2	101113	Ковбаса Саламі н/к 1г	кг.	1,336	85,04	113,62	в зв'язку з закінченням строку реалізації
Разом:				2,632		264,97	

Усього за цим актом списано товарно-матеріальних цінностей на суму: Двісті шістьдесят чотири грн. 97коп. Окремі зауваження комісії: винні особи встановлені не встановлені (необхідне підкреслити).

Перелік винних осіб

Голова комісії _____ Модестович В.М.
(підпис)

Члени комісії _____ Іванов С.В.
(підпис)

_____ Вовк Н.М.
(підпис)

_____ Ковальчук С.Т.
(підпис)

Джерело: складено автором

Своєчасне документальне оформлення списання товарно-матеріальних цінностей, які не підлягають подальшому використанню в господарській діяльності, сприяє достовірному відображенню в обліку та звітності підприємства інформації про наявність та стан запасів.

УДК 657.632

Редчиць О.П., магістрант

Державний університет «Житомирська політехніка»

Фальсифікація як вид шахрайства з фінансовою звітністю

Дослідження фальсифікації фінансової звітності спрямоване, в першу чергу, на те, щоб зрозуміти передумови та причини виникнення такого явища, та запропонувати методики, розрахунок яких давав би відповідь на запитання «Чи високий рівень ймовірності присутності «неправдивих» даних у звітності?» ще на етапах її оприлюднення для всіх груп користувачів. За словами індійських дослідників Р. Гупти та Н.С. Джілла [3, с. 12], істотна вартість шахрайства з фінансовою звітністю і значна загроза економіці країни спонукають до пошуку аналітичних інструментів для запобігання та виявлення шахрайства з фінансовою звітністю. Кількість таких компаній, які залучають капітал через публічні розміщення власних цінних паперів, та таких, які прагнуть «применшити» свій прибуток для скорочення відповідних податків, не зменшується, що зумовлює актуальність досліджень, присвячених питанням шахрайств, пов'язаних із фінансовою звітністю. На додачу, не зникає потреба у звітних даних, які можуть свідчити про можливе банкрутство підприємства. Навмисне викривлення звітних показників створює загрозу для об'єктивності прийнятих на основі цієї фінансової звітності рішень.

В праці О.В. Соловйової та І.В. Соколової [1, с. 173] зазначено, що шахрайство можна поділити на 2 групи – «для» компанії та «проти» неї. Як випливає з назв, до першого виду шахрайства вдаються, коли метою є отримання вигоди для компанії, а для останнього, відповідно, метою є завдання шкоди для компанії. Найбільш типовими прикладами шахрайства «на благо» компанії є фіксування цін, ухилення від сплати податку на прибуток, порушення природоохоронного законодавства. На перший погляд, дані шляхи шахрайства сприяють компанії, проте в підсумку справжнім стимулом до вчинення таких порушень все одно є особисте збагачення.

Шахрайство проти компанії має на меті покращити фінансовий стан порушника, відповідно, до нього відносять присвоєння та крадіжку активів компанії. Проте, не всі види шахрайства вписуються в таку класифікацію, прикладом чого може бути заплановане банкрутство, підпал з метою отримання прибутку, шахрайство в області страхових претензій.

Відповідно до базисів, що викладені в праці Дж.Т. Уеллса [2, с. 14-16], шахрайство з фінансовими звітами здійснюють три групи людей. В порядку зростання ймовірності скоєння даного злочину це: *представники організованої злочинності*. Це потрібно їм, щоб отримувати шахрайські позики від фінансових інститутів або створювати враження надійності цінних паперів, які вони мають намір продавати, реалізуючи схему «надуй і скинь»; *службовці нижчого і середнього рівня*. Вони можуть фальсифікувати фінансову звітність у своїй сфері відповідальності (дочірня компанія, підрозділ і інша організаційна одиниця), щоб приховати неефективність роботи або отримати премію за більш високі показники; *вище керівництво*.

Фальсифікація фінансової звітності як вид шахрайства тягне за собою відповідальність певних осіб, але основна складність полягає в процесах її виявлення. Насправді, абсолютно нормальним явищем є той факт, що не вся фальсифікована звітність буде виявлена в ході відповідних експертиз (будь-то внутрішньою системою контролю чи сертифікованими аудиторськими компаніями), тому необхідним вважаємо вирішити питання місця фальсифікації фінансової звітності в системі шахрайств, що можуть відбуватися з системою бухгалтерського обліку та фінансової звітності як похідною облікового процесу в цілому на підприємстві.

Отже, фальсифікація як вид шахрайств з фінансовою звітністю має такі характерні риси: це навмисна дія; передбачає порушення вимог нормативних актів; супроводжується прагненням викривити показники діяльності підприємства; супроводжується прагненням приховати розкрадання; може реалізовуватися різними суб'єктами; може реалізовуватися на різних рівнях введення обліку (первинні документи, облікові реєстри, звітність).

Список використаних джерел:

1. Соловьева О.В., Соколова И.В. Фальсификация финансовой отчетности как способ финансового мошенничества. *Аудит и финансовый анализ*. 2014. № 5. С. 173–180.
2. Уэллс Дж.Т. Мошенническая отчетность: предупреждение и выявление корпоративного мошенничества. Москва: Лаборатория Книги, 2010. 64 с.
3. Gupta R., Gill N.S. A Data Mining Framework for Prevention and Detection of Financial Statement Fraud. *International Journal of Computer Applications*. 2012. Vol. 50. № 8. P. 7–14.

Методичні підходи до аналізу прибутку підприємства та шляхи збільшення

Прибуток – це узагальнюючий показник, а саме кінцевий результат, до якого прагне підприємство та спрямовує власну діяльність. На нашу думку, прибуток – це результат діяльності суб'єкта господарювання, який отримано як різниця між всіма видами доходів і пов'язаних з ними витратами. Так як прибуток є основним результативним показником діяльності підприємства, увага до дослідження методичних підходів його аналізу актуалізується.

Основну інформацію для здійснення аналізу прибутку можна отримати з фінансової звітності, а саме з Форми 2 «Звіт про фінансові результати», де вказані кількісні характеристики всіх видів доходів, сукупний дохід, всі види витрат, сукупні витрати, виплати до бюджету та відповідно отримання чистого прибутку (збитку), зазначені показники характеризують усі сторони господарської діяльності.

На сьогоднішній день існує безліч методик аналізу прибутку, основні з них включають: здійснення вертикального та горизонтального аналізу показників доходів, витрат та прибутку; здійснення аналізу рентабельності (прибутковості бізнесу); факторний аналіз прибутку від реалізації продукції; аналіз величини прибутку з урахуванням інформації про асортиментну політику та рівень відпускних цін; здійснення оцінки взаємозв'язку «витрати-обсяг-прибуток»; розрахунок резервів збільшення прибутку (за даними бухгалтерського обліку та внутрішньої звітності) тощо.

Вчені Блонська В. І., Паньків І. В. [1] пропонують здійснювати аналіз прибутку за наступними етапами:

- 1) горизонтальний аналіз – порівняння показників прибутку в динаміці;
- 2) вертикальний (структурний) – визначення структури прибутку за сферами діяльності, видами продукції, структурний аналіз розподілу прибутку;
- 3) порівняльний аналіз прибутку;
- 4) аналіз коефіцієнтів рентабельності, ефективності розподілу прибутку;
- 5) інтегральний аналіз прибутку.

Вчена Панченко І. [2] запропонувала власну методику здійснення аналізу операцій з формування та розподілу прибутку, що включає наступні етапи:

- 1) аналіз обсягів, структури та динаміки фінансових результатів;
- 2) аналіз показників рентабельності;
- 3) аналіз грошового забезпечення прибутку;
- 4) оцінка фінансової стійкості;
- 5) аналіз розподілу та використання прибутку;
- 6) оцінка якості прибутку.

На нашу думку, підприємство самостійно може обирати методики аналізу прибутку відповідно до поставлених цілей та стратегічних задач, вбачаємо, що кожна з методик базується на тому, щоб збільшити прибуток та зменшити витрати діяльності.

Так відповідно, збільшення прибутку можливе за рахунок: нарощення обсягів виробництва і реалізації товарів; мотивація власних працівників щодо підвищення продуктивності праці; зменшення витрат на виробництво продукції; ефективне здійснення цінової політики; оформлення юридичних договірних відносин з постачальниками, посередниками, покупцями, що забезпечить гарантії; покращення системи маркетингу на підприємстві; розширення асортименту продукції з високим рівнем рентабельності; постійний моніторинг наукових досліджень аналізу ринку, поведінки споживачів і конкурентів [3].

Отже, у сучасних умовах господарювання прибуток підприємства відіграє важливу роль. В отриманні підприємством прибутку зацікавлені як внутрішні користувачі інформації так і зовнішні, прийняття рішень щодо діяльності підприємства яких ґрунтується на інформації, отриманій за даними економічного аналізу фінансової звітності.

Список використаних джерел:

1. Блонська В. І. Прибуток – особливості його формування та використання в ефективному управлінні підприємством / В. І. Блонська, І. В. Паньків // Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України. – 2011 – Вип. 21. – С. 179-185
2. Панченко І. Методичні підходи до аналізу операцій з формування та розподілу прибутку підприємства: критичний аналіз / І. Панченко // Економічний аналіз. – 2012. – Вип. 10. – Ч. 4. – С. 279-283.
3. Іщенко Н. А. Факторний аналіз формування прибутку підприємства / Н. А. Іщенко // Наукові праці Київського національного торговельно-економічного університету. Економічні науки. – 2010. – Вип. 17. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_17_ekon/stat_17/33.pdf – Станом на 30.10.2020. – Назва з екрана.

Особливості організації обліку суб'єктів малого підприємництва

За сучасних умов розвитку бізнес-середовища суб'єкти малого підприємництва відіграють важливу роль в економіці. Існують проблеми ведення обліку на малих підприємствах це пов'язано з їх організацією та групуванням інформації. Головним завданням ведення обліку є створення єдиної інформаційної системи, яка дозволяє ефективно управляти підприємством. Вважаючи вищезазначене дана проблематика актуалізується, з точки зору організації та управління суб'єктів малого підприємництва та вимагає всебічного дослідження.

Характерною особливістю суб'єктів малого підприємництва – юридичних осіб є подача звітності за формою, визначеною П(С)БО 25 [1]. Документом визначено зміст і форму Фінансового звіту суб'єктів малого підприємництва в складі Балансу (форма № 1-м) і Звіту про фінансові результати (форма № 2-м), а також Спрощеного фінансового звіту суб'єктів малого підприємництва в складі Балансу (форма № 1-мс) і Звіту про фінансові результати (форма № 2-мс), а також порядок заповнення статей вказаних форм. Фінансова звітність суб'єктів малого підприємництва передбачена для складання:

- суб'єктами малого підприємництва – юридичними особами, які визнані такими відповідно до законодавства (крім тих, які складають Спрощений фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва);
- представництвами іноземних суб'єктів господарської діяльності.

Спрощену фінансову звітність складають:

- суб'єкти малого підприємництва – юридичні особи, які ведуть спрощений бухгалтерський облік доходів та витрат відповідно до податкового законодавства;
- суб'єкти малого підприємництва – юридичні особи, що відповідають критеріям мікропідприємництва.

Організація бухгалтерського обліку суб'єктів малого підприємництва включає такі основні складові: оформлення первинної документації; організація документування і ведення облікових реєстрів; узагальнення облікової інформації та складання звітності.

Фінансова звітність повинна бути правдива, неупереджена, прозора та докладна, звітна інформація повинна забезпечувати сталий розвиток суб'єкта господарювання, його конкурентоспроможність. Фінансова звітність підтверджує самостійність підприємств, де фіксується майновий стан підприємця, його результати діяльності, постійний характер господарської діяльності та носить ризиковані та інноваційні риси підприємництва.

Організація обліку залежить від належного подання та відображення інформації в фінансовій звітності та порядку оподаткування. Це дозволить забезпечити розвиток малого підприємництва, вплине на появу нових робочих місць, сплату податків у бюджет, розширення конкурентних переваг та розвиток економіки.

Для вдосконалення організації бухгалтерського обліку суб'єктів малого підприємництва потрібно оптимізувати ведення первинного обліку, покращити організацію обліку, що включає облікову реєстрацію та ведення облікових реєстрів, на основі яких незалежно від обраної системи оподаткування підприємці повинні в обов'язковому порядку вести облік доходів, а також представити узагальнену облікову інформацію в максимально зручній формі для прийняття компетентних управлінських рішень. Таким чином на перше місце ставиться ефективність використання облікової інформації безпосередніми користувачами – суб'єктами господарювання в особі власника, інших зацікавлених в об'єктивній неупередженій обліковій інформації. До переліку зацікавлених сторін входить також держава в особі фіскальних органів щодо зобов'язань суб'єктів малого підприємництва в плані сплати податків і обов'язкових платежів у бюджет [2].

Активізація економічної діяльності суб'єктів малого підприємництва істотно впливає на структуру бізнес-середовища, підвищення обсягів виробництва, сприяє ефективному використанню всіх економічних ресурсів. Тому вже перші кроки щодо стимуляції збільшення кількості суб'єктів малого підприємництва відбуваються, а саме перехід даних підприємств на спрощену систему оподаткування. Вбачаємо що невеликі розміри та масштаби господарської діяльності мають суттєвий вплив на розвиток економіки та ринок в цілому.

Список використаних джерел:

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 25 Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва, затверджене наказом Міністерства фінансів України від 25.02.2000 р. № 39. Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/go/z0161-00>. – Станом на 30.10.2020. – Назва з екрана.
2. Кузьмін О. Є. Розвиток обліку суб'єктів малого підприємництва України в умовах Євроінтеграції / О. Є. Кузьмін, М. Я. Яструбський // Економіка та управління підприємствами. – 2018. – Випуск 1 (129). – С. 148 – 151.

Особливості обліку і аналізу лізингових операцій

У сучасному світі і в Україні зокрема, популярності все більше набувають лізингові операції. Такі угоди на міжнародному рівні користуються великими перевагами, їх учасниками можуть бути як резиденти так і нерезиденти. Об'єктами, в рамках глобального бізнесу, виступають різні види активів, перш за все інтелектуальні, матеріальні, валютні і фондові активи, а також фінансові, банківські і кредитні інструменти. За своєю природою лізингові операції являють собою своєрідну форму оренди, що суттєво відрізняється від її інших форм, таких як найм, продаж в кредит і прокат.

Дослідження проблем обліку і аналізу, перспектив розвитку лізингових відносин проводили такі вітчизняні та зарубіжні науковці: Аренс Э.А., Прилуцький Л.Н., Шабаліна Е.М., Адамс Дж.Н., Герасимович А.М., Монтгомері Р., Карп М.В., Кабатов О.В, Сміт Дж.В., Внукова Н.М, Лещенко М.І., Усача Б.Ф., Усенко Я.Б., Міщенко В.І. та інші. Їх дослідження внесли суттєві корективи у вирішення проблем методики та організації бухгалтерського обліку і аналізу лізингових операцій. І все ж, світова економіка продовжує розвиватись, тому дане питання потребує сучасних рішень, нових досліджень та вдосконалення.

Загальне поняття лізингу було визначено на Міжнародній конференції з питань лізингу в 1988 р., де була підписана Конвенція про міжнародний фінансовий лізинг. Відповідно до поняття, що визначає дана Конвенція, лізинг являє собою операцію, в результаті якої, представник (надавач лізингу) передає у розпорядження користувача (отримувач лізингу) матеріальну власність, попередньо придбане представником і вибране за бажанням користувача, в обмін на виплату певних фіксованих внесків з урахуванням амортизації придбаної власності. Щоб зрозуміти особливості обліку і аналізу даних операцій, необхідно звернути увагу на деякі особливості вище зазначеного визначення [1].

По-перше, наслідком операції є отримання користувачем права на придбання матеріальної власності, яка може призначатися для використання в особистих або інших потребах користувача. По-друге, в тексті Конвенції звертається увага на те, що існує велика необхідність в регулюванні відносин між постачальником, представником і користувачем. Останній, окрім отриманих прав на власність, також має обов'язок утримувати предмет лізингу в робочому стані та використовувати його за призначенням. Разом із цим користувач зобов'язаний регулярно сплачувати внески. Третя особа – постачальник, бере на себе ту ж відповідальність стосовно користувача, що і представник, хоч і не є стороною контракту про продаж. Представник не несе відповідальності у разі не виконання доставки об'єкта лізингу, за виключенням тих випадків, коли є його пряма причетність до цього [1].

Облік лізингових операцій відрізняється відповідно до їх суб'єктів. Зі сторони представника, об'єкт наданий у фінансову оренду, відображається в бухгалтерському обліку як дебіторська заборгованість користувача. Залишкова вартість об'єкта лізингу, що списується з балансу представника в момент його передачі у фінансовий лізинг, відображають у складі інших витрат, тобто собівартості реалізованих необоротних активів. Доходами являються дохід від реалізації необоротних активів та фінансовий дохід, який має бути отриманий надавачем лізингу [2].

Щодо розподілу фінансового доходу представника між звітними періодами, то він здійснюється із застосуванням орендної ставки відсотка на залишок дебіторської заборгованості користувача на початок звітного періоду. Для обліку об'єкта лізингової операції призначений 286 субрахунок «Необоротні активи та групи вибуття, утримувані для продажу». Заборгованість, за передане у фінансову оренду майно, надавач лізингу відображає на субрахунку 181 «Заборгованість за майно, що передано у фінансову оренду».

Користувач відображає предмет оренди в бухгалтерському обліку одночасно як актив і як зобов'язання за найменшою на початок строку оренди оцінкою, тобто справедливою вартістю активу або теперішньою вартістю суми мінімальних орендних платежів. Це означає, що одержувач лізингу ставить об'єкт фінансового лізингу на баланс та амортизує його. Це являється основною відмінністю між обліком фінансової оренди та оперативної. Розрахунки з фінансової оренди користувач відображає на субрахунку 531 «Зобов'язання з фінансової оренди». Важливим аспектом обліку лізингових операцій є амортизація об'єкта фінансової оренди. Вона нараховується протягом очікуваного періоду використання активу, ним є строк корисного використання або строк оренди, зазвичай вибирають коротший із двох періодів [2].

Слід зазначити, що відображення лізингових операцій у бухгалтерському обліку залежить від того, чи є надавач лізингу виробником. Ці відмінності стосуються лише відображення вибуття активів при їх передачі та їх оприбуткування піз час повернення і обліку частини поточної дебіторської заборгованості, що використовуються для відображення доходу. В тому випадку, коли представник є постачальником,

Секція 4. Проблеми теорії та практики бухгалтерського обліку, контролю і аналізу

тобто виробником, то вартість об'єкта відображається як дебіторська заборгованість користувача, що включає суми платежів за реалізацію готової продукції і теперішньої негарантованої ліквідної вартості орендованого майна [3].

Облік лізингових операцій залежить від багатьох його факторів, суб'єктів та об'єктів. Важливо враховувати усі аспекти аналізованої процедури. Поряд із цим, також необхідно зазначити, що лізинг має також переваги і недоліки, що слід враховувати при проведенні даного роду операцій. Даний вид діяльності також має досить суттєві ризики, що повинні враховувати всі сторони при укладенні договору.

Широке застосування лізингу пов'язано із його головною перевагою – він приносить вигоду усім учасникам відносин. Паралельно із заключенням лізингового договору проводиться ряд додаткових операцій, що також є вигідними як для надавача так і для користувача: реєстрація устаткування, отримання експортних ліцензій, оформлення фінансової документації, надання податкових, валютних та фінансових пільг. Одним із прикладів може бути виділення державою субсидії із фонду фінансування експорту. Суміжні послуги лізингової компанії також можуть включати транспортне обслуговування, монтаж та встановлення устаткування, запуск об'єкта, здійснення ремонтних робіт, підготовку кадрів та інші послуги. Щодо податкових пільг, то податковий режим країни надавача лізингу може надати право на прискорене амортизаційне списання майна отриманого в користування. Також лізинг суттєво знижує ризики пов'язані із володінням активами. Необхідно врахувати, що аналіз закордонних практик здійснення лізингових операцій показує, що їх економічне значення дуже тісно пов'язано із перевагами лізингових операцій.

До специфічних недоліків лізингу слід віднести те, що кінцева вартість операції зазвичай виходить більшою, ніж придбання устаткування в кредит. Платежі повинні бути регулярними та є обов'язковими, вони не залежать від стану устаткування та результатів господарської діяльності. Вище зазначені переваги щодо пільг від амортизації достаються надавачу лізингу. Також збільшуються фінансові ризики підприємств, що, як наслідок, вимагає надання додаткових гарантій або завдатка. Найважливішим є те, що даного роду угоди характеризуються високою юридичною складністю та потребують детального розгляду. До інших ризиків можна віднести ліквідність, тобто втрату цінності майна, і власне втрата майна. За останній відповідають страхові компанії, уникнути таких ризиків можливо через збільшення авансу або за рахунок укладення договору про зворотній викуп постачальником.

Отже, можна зробити висновок, за своєю природою лізингові операції є достатньо складними. Їх суть полягає в інвестуванні коштів у нерухоме майно, устаткування, тощо, що передається у користування за договором передачі об'єкта у фінансову оренду. Відображення лізингових операцій у бухгалтерському обліку залежить від багатьох факторів, він відрізняється відповідно до того, чи відображається операція в обліку надавача лізингу чи в отримувача, які строки дії договору, також враховується амортизація, вартість об'єктів та інше. Учасники лізингових операцій повинні враховувати усі їх переваги, недоліки та ризики, аби уникнути фінансових збитків та отримати максимальну вигоду. В Україні більш розвинутим є операційний лізинг, ніж фінансовий. Діяльність лізингових компаній на даний час блокується декількома факторами, такими як не впорядкована діяльність податкової та митної служб, законодавчі акти, які не передбачають багатьох аспектів даних операцій та інше. Без вдосконалення діяльності цих органів перспективи лізингу в нашій державі не є оптимістичними, а отже, увага має бути приділена регулюванню даних операцій для їх подальшого розвитку.

Список використаних джерел:

1. Рибалкін В. Е. Международные экономические отношения: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / Валерій Євгенович Рибалкін., 2012.
2. Законодавство України, Мінфін України; Наказ, Положення від 09.08.2013 № 181 Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 14 "Оренда"
3. Зубілевич С. Я. Посібник з бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності підприємствами України [Електронний ресурс] / С. Я. Зубілевич. – Режим доступу: <http://www.amrpassports.info/jtlms-party/rplwt.html>. – Назва з екрана
4. Хомуляк Т. І. Облік і аудит лізингових операцій : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук / Хомуляк Тарас Ігорович – Тернопіль, 2008. – 22 с.
5. Понятие лизинга. Особенности международных лизинговых операций [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://studfile.net/preview/5080227/page:8/>.

Виды учета в Республике Беларусь. Бухгалтерский учет как основная составляющая хозяйственного учета

Хозяйственный учет – это система регистрации всех производимых организацией операций, предназначенная для рационального управления и состоящая из:

1. Оперативного учета, который отражает процессы, происходящие в настоящий момент, позволяет принимать локальные решения и отслеживать их исполнение;

2. Статистического учета, который содержит информацию о социально-экономических процессах, затрагивающих деятельность компании, и используется, прежде всего, для выявления резервов.

3. Бухгалтерского учета. Бухгалтерский учет – система непрерывного формирования информации в стоимостном выражении об активах, обязательствах, о собственном капитале, доходах, расходах организации посредством документирования, инвентаризации, учетной оценки, двойной записи на счетах бухгалтерского учета, обобщения в отчетности. Он позволяет контролировать результаты хозяйственной деятельности и включает в себя следующие виды учета:

1. Финансовый – демонстрирует конечные результаты деятельности;

2. Управленческий – отображает понесенные на производство и реализацию затраты;

3. Налоговый – используется для предоставления информации, необходимой для контроля за соблюдением норм налогообложения.

Бухгалтерский учет является неотъемлемой частью системы управления любой организацией и выполняет функции анализа и аудита. Ведение бухгалтерского учета обязаны осуществлять все зарегистрированные в Беларуси юридические лица, независимо от формы собственности.

На основании закона РБ «О бухгалтерском учете и отчетности» можно выделить следующие его задачи:

1. Сбор полных и достоверных сведений о результатах деятельности предприятия, его доходах и расходах, а также текущем финансовом положении;

2. Предоставление оперативной информации о наличии и движении активов, использовании имеющихся ресурсов всем заинтересованным лицам (руководителям предприятия, а также органам аудита);

3. Поиск ресурсов для поддержания финансовой устойчивости и предотвращение отрицательных результатов деятельности предприятия.

К принципам бухгалтерского учета и отчетности относятся:

1. Принцип непрерывности деятельности: информация об активах, обязательствах, о собственном капитале, доходах, расходах организации формируется в бухгалтерском учете и отчетности в зависимости от намерения организации продолжать или прекращать свою деятельность в дальнейшем.

2. Принцип обособленности означает, что активы, обязательства, собственный капитал, доходы, расходы организации учитываются отдельно от активов, обязательств, собственного капитала, доходов, расходов собственника имущества (учредителей, участников) организации.

3. Принцип начисления означает, что хозяйственные операции отражаются в бухгалтерском учете и отчетности в том отчетном периоде, в котором они совершены, независимо от даты проведения расчетов по ним.

4. Принцип соответствия доходов и расходов означает, что расходы отражаются в бухгалтерском учете и отчетности в том отчетном периоде, в котором признаются связанные с ними доходы (при их наличии).

5. Принцип правдивости означает, что активы, обязательства, собственный капитал, доходы, расходы организации отражаются в бухгалтерском учете и отчетности при выполнении условий признания их таковыми, установленных законодательством Республики Беларусь о бухгалтерском учете и отчетности.

6. Принцип преобладания экономического содержания означает, что хозяйственные операции отражаются в бухгалтерском учете и отчетности исходя не столько из их правового, сколько из их экономического содержания.

7. Принцип осмотрительности означает, что учетная оценка активов и доходов организации не должна быть завышена, а обязательств и расходов – занижена.

8. Принцип нейтральности означает отсутствие ориентации содержащейся в отчетности организации информации на определенных пользователей и (или) получение определенного результата.

9. Принцип полноты означает наличие в отчетности организации всей информации, способной повлиять на принимаемые пользователями на ее основе решения, касающиеся финансового положения организации.

Секція 4. Проблеми теорії та практики бухгалтерського обліку, контролю і аналізу

10. Принцип понятности заключается в доступности для понимания пользователями содержащейся в отчетности организации информации.

11. Принцип сопоставимости означает возможность сравнения отчетности организации за разные отчетные периоды, а также с отчетностью других организаций.

12. Принцип уместности означает полезность содержащейся в отчетности организации информации для принятия пользователями решений, касающихся финансового положения организации.

Государственное регулирование бухгалтерского учета и отчетности осуществляет:

1. Президент Республики Беларусь: определяет единую государственную политику в области бухгалтерского учета и отчетности.

2. Совет Министров Республики Беларусь: обеспечивает проведение единой государственной политики в области бухгалтерского учета и отчетности; координирует и контролирует деятельность республиканских органов государственного управления в области бухгалтерского учета и отчетности; устанавливает совместно с Национальным банком Республики Беларусь порядок введения в действие на территории Республики Беларусь в качестве технических нормативных правовых актов Международных стандартов финансовой отчетности и их Разъяснений, принимаемых Фондом Международных стандартов финансовой отчетности (далее – МСФО); устанавливает порядок проведения аттестации на право получения сертификата профессионального бухгалтера, порядок подтверждения квалификации физическими лицами, имеющими сертификат профессионального бухгалтера; осуществляет иные полномочия в области бухгалтерского учета и отчетности в соответствии с Конституцией Республики Беларусь, законами Республики Беларусь и актами Президента Республики Беларусь.

3. Национальный банк Республики Беларусь: устанавливает порядок проведения аттестации на право получения сертификата профессионального бухгалтера банка, порядок подтверждения квалификации физическими лицами, имеющими сертификат профессионального бухгалтера банка; утверждает форму сертификата профессионального бухгалтера банка; проводит аттестацию на право получения сертификата профессионального бухгалтера банка и подтверждение квалификации физических лиц, имеющих сертификат профессионального бухгалтера банка; осуществляет иные полномочия в области бухгалтерского учета и отчетности в соответствии с законодательными актами Республики Беларусь.

4. Министерство финансов Республики Беларусь: реализует единую государственную политику в области бухгалтерского учета и отчетности; осуществляет общее методологическое руководство бухгалтерским учетом и отчетностью в организациях (за исключением Национального банка Республики Беларусь, банков, банковских групп, банковских холдингов); утверждает национальные стандарты бухгалтерского учета и отчетности и иные нормативные правовые акты по бухгалтерскому учету и отчетности, обязательные для исполнения организациями (за исключением Национального банка Республики Беларусь, банков, банковских групп, банковских холдингов); утверждает форму сертификата профессионального бухгалтера; проводит аттестацию на право получения сертификата профессионального бухгалтера и подтверждение квалификации физических лиц, имеющих сертификат профессионального бухгалтера; представляет в пределах своих полномочий Республику Беларусь в международных организациях, занимающихся вопросами бухгалтерского учета и отчетности; осуществляет иные полномочия в области бухгалтерского учета и отчетности в соответствии с законодательством Республики Беларусь.

5. Республиканские органы государственного управления, осуществляющие государственное регулирование и управление в определенной сфере экономической деятельности (за исключением Министерства финансов Республики Беларусь): участвуют в реализации единой государственной политики в области бухгалтерского учета и отчетности; осуществляют методологическое руководство бухгалтерским учетом и отчетностью в организациях, осуществляющих соответствующие виды экономической деятельности; принимают по согласованию с Министерством финансов Республики Беларусь нормативные правовые акты, устанавливающие особенности бухгалтерского учета и отчетности в организациях, осуществляющих соответствующие виды экономической деятельности.

6. Государственные органы, имеющие воинские формирования, принимают по согласованию с Министерством финансов Республики Беларусь нормативные правовые акты, устанавливающие особенности бухгалтерского учета и отчетности в воинских формированиях.

Список используемых источников:

1. Официальный сайт «myfin.by» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://myfin.by/wiki/term/buhgalterskij-uchet>. – Дата доступа: 03.11.2020

Внутрішній аудит лісових ресурсів як засіб забезпечення сталого лісокористування

Внутрішній аудит є одним із інструментів управління, що дозволяє своєчасно виявити та ліквідувати ті передумови та фактори, які заважають ефективному здійсненню господарської діяльності суб'єктів господарювання. Внутрішній аудит за операціями з лісокористування спрямований на вирішення завдань, пов'язаних, насамперед, з правильністю відображення в обліку операцій щодо збереження, використання та відтворення лісових ресурсів; формування їх вартості; дотримання вимог щодо документального оформлення операцій з лісокористування в бухгалтерському обліку; визначення відповідальних осіб за недотримання законодавчих вимог; контроль за дотриманням встановлених норм лісозаготівель, виявлення фактів проведення незаконних рубок, перевіркою правильності розкриття інформації про лісові ресурси та лісову продукцію в облікових регістрах і формах фінансової, податкової та статистичної звітності.

У зв'язку з загостренням екологічних проблем, викликаних незаконним проведенням рубок деревини, нераціональним використанням заготовленої деревини (близько 30 % деревини втрачається при переробці), а також враховуючи, що 4 млн. га лісу забруднені радіонуклідами, актуалізується питання проведення постійного контролю за станом лісових ресурсів. Неконтрольоване споживницьке лісокористування загрожує екологічній безпеці країни, оскільки лісові ресурси в процесі фотосинтезу поглинають діоксид вуглецю CO₂ з атмосфери та виробляють кисень, чим сприяють зменшенню парникового ефекту. Лісові насадження перешкоджають сильним вітрам, поглинають пил і газу, а також допомагають регулювати водний режим річок і озер, оберігають ґрунт від ерозії і регулюють температуру. Таким чином, нехтування екологічним значенням лісових ресурсів загрожує екологічній безпеці країни та світу в цілому.

У сучасних умовах господарювання внутрішній аудит на підприємствах лісового господарства може бути корисним і ефективним тільки в тому випадку, коли спрямований на досягнення конкретних цілей суб'єкта господарювання, зокрема:

- забезпечення збереження лісових ресурсів для майбутніх поколінь;
- збереження майна та природно-ресурсного потенціалу підприємства, виявлення фактів порушення вимог законодавства;
- перевірка комплексного використання лісової продукції, відходів і продукції переробки;
- забезпечення екологічної безпеки шляхом запобігання самовільних рубок, проведення огляду стану лісових насаджень;
- забезпечення функціонування підприємства та його стійкості в умовах конкурентного середовища.

Внутрішній аудит – це система заходів, організованих керівництвом підприємства, що здійснюється на підприємстві для забезпечення ефективного функціонування суб'єкта господарювання шляхом здійснення безперервного контролю за всіма господарськими операціями та виконання працівниками підприємства їх службових обов'язків. Внутрішній аудит дозволяє перевірити законність і доречність здійснених господарських операцій та їх економічну доцільність для підприємства.

При формуванні системи внутрішнього аудиту важливе значення має розробка та затвердження його регламентації. Таким документом є Положення про відділ внутрішнього аудиту, що містить завдання, функції та принципи функціонування відділу внутрішнього контролю, його організаційну структуру, розподіл посадових обов'язків між співробітниками, відповідальність співробітників перед підприємством за неналежне виконання службових обов'язків, порядок проведення контрольних дій, тощо. Посадові обов'язки кожного з працівників відділу внутрішнього аудиту регламентуються посадовими інструкціями.

Для забезпечення ефективності системи внутрішнього аудиту має базуватися на наступних принципах:

- незалежності – відділ внутрішнього аудиту має бути підзвітний лише центральному (обласному) управлінню лісового господарства);
- безперервності – проведення контрольних заходів з початку функціонування підприємства до моменту його ліквідації;
- об'єктивності та гласності результатів контролю – результати контролю повинні відображати реальний стан об'єкта контролю та бути оприлюднені всім працівникам підприємства;
- оперативності – своєчасне виявлення порушень і відхилень щодо функціонування об'єктів контролю.

Суб'єктами організації внутрішнього аудиту на підприємствах лісового комплексу є: керівництво лісового комплексу (відповідальне за організацію і проведення внутрішнього аудиту); відділ внутрішнього аудиту; органи управління лісгоспами.

На наш погляд, об'єктами внутрішнього аудиту є лісові ресурси рослинного деревного походження (деревина на різних етапах росту), заготовлена деревина, недеревна лісова продукція (гриби, лікарські рослини, дикорослі плоди та ягоди), а також витрати, пов'язані з відтворенням, утриманням та експлуатацією лісових насаджень,

Секція 4. Проблеми теорії та практики бухгалтерського обліку, контролю і аналізу

доходи, одержані від реалізації лісової продукції та продукції переробки деревини. Зважаючи на незадовільний стан лісової екосистеми до об'єктів внутрішнього аудиту слід відносити і втрати завдані навколишньому природному середовищу внаслідок екстенсивного використання лісових площ і насаджень.

Предметом внутрішнього аудиту операцій з лісокористування є законність та достовірність відображених в первинних документах та облікових регістрах господарських операцій, достовірність показників фінансової, статистичної та податкової звітності, а також своєчасність її подачі до контролюючих органів.

До завдань внутрішнього аудиту за операціями з лісокористування відносимо наступні:

- підтвердження достовірності відображення в бухгалтерському обліку лісових ресурсів деревного та недеревного походження;
- встановлення правильності відображення господарських операцій в бухгалтерському обліку та звітності щодо витрат на збереження, відтворення та експлуатацію лісових ресурсів;
- визначення достовірності та повноти документального забезпечення операцій з лісовими ресурсами;
- підтвердження правомірності видачі дозволів на право спеціального використання лісових ресурсів на виділеній лісовій ділянці (лісорубних квитків, ордерів, лісових квитків);
- перевірка дотримання розміру лісозаготівель за кожною породою;
- встановлення обгрунтованості списання відходів лісозаготівель і первинної обробки деревини та повноти їх використання у господарській діяльності;
- оцінка ефективності, повноти та обгрунтованості заходів, що вживаються для мінімізації негативного впливу на лісову екологічну систему;
- правомірність відведення ділянок для проведення санітарних рубок, рубок догляду (освітлення, очищення, проріджування, прохідні) та об'ємів вилученої в результаті їх проведення, ліквідної деревини, побічної та супутньої деревної продукції;
- достовірність віднесення сум витрат на проведення рубок головного користування та рубок догляду до первісної вартості деревної продукції;
- перевірка правильності нарахування та дотримання строків сплати збору за використання лісових ресурсів;
- виявлення та усунення порушень, а також відшкодування шкоди, заподіяної лісовій екологічній системі внаслідок незаконних рубок та інших порушень.

Завданнями внутрішнього аудиту щодо заготовленої деревини є:

- підтвердження кількісного й якісного складу деревини, зазначеного в лісорубних квитках, фактичним розмірам на лісосіках, верхніх і нижніх складах зберігання, деревопереробних цехах, що зафіксовані обліковому регістрі – Журнали 5 та відомостях до нього;
- перевірка повноти документального оформлення операцій щодо надходження та використання лісової продукції;
- підтвердження достовірності вартісного оцінювання отриманої лісової продукції, зокрема включення до первісної вартості загальнопромислових витрат;
- перевірка законності проведення аукціону з продажу деревини;
- перевірка операцій з вибуття лісової продукції в розрізі породного і сортиментного складу з метою встановлення відхилень між даними первинних документів і фактичними залишками лісової продукції на складах;
- перевірка повноти відображення в бухгалтерському обліку операцій, пов'язаних із заготівлею та реалізацією недеревної лісової продукції.

Інформаційним забезпеченням внутрішнього аудиту є упорядкована сукупність інформації, яку формують і використовують на різних стадіях процесу контролю. Основою інформаційного забезпечення є економічна інформація, що характеризує виробничу і фінансово-господарську діяльність суб'єктів контролю. Джерелами інформації для здійснення внутрішнього аудиту операцій з лісокористування є інформація, яку умовно можна поділити на облікову, яка включає сукупність облікових документів, регістрів і звітність та нормативну, зокрема міжнародні та національні стандарти бухгалтерського обліку, Кодекси України, Закони України, Укази Президента України, Постанови КМУ, Інструкції та Методичні рекомендації з ведення бухгалтерського обліку.

Отже, організація безперервного внутрішнього аудиту за операціями з лісокористування дозволяє суттєво підвищити ефективність прийнятих рішень щодо управління наявним природо-ресурсним потенціалом підприємств лісового комплексу. Внутрішній аудит спрямований розробку практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності управління лісовими ресурсами шляхом запобігання економічних втратам. Ефективно організована система внутрішнього аудиту сприяє підвищенню екологічної безпеки та збереженню біологічного різноманіття підприємств лісового комплексу, адже дозволяє виявити порушення, зловживання, розкрадання лісових ресурсів і лісової продукції, встановити причини та умови, які їм сприяли, і винних у цьому осіб, вжити заходів щодо відшкодування завданого збитку.

Яценко А.Л., магістрант
Науковий керівник: к.е.н., доц. Грабчук І.Л.
Державний університет «Житомирська політехніка»

Теоретичні засади інформаційної безпеки в бухгалтерському обліку

Стрімкий розвиток інформаційних технологій, посилення їх ролі в економіці та суспільстві зумовлює актуальність досліджень питань інформаційної безпеки. Враховуючи значення бухгалтерського обліку в генеруванні інформації про діяльність підприємства, важливим є вивчення питань забезпечення інформаційної безпеки саме в бухгалтерському обліку.

Основою формування інформаційної безпеки підприємства є ідентифікація реальних і потенційних загроз внутрішнього і зовнішнього характеру його облікової інформації. При цьому слід враховувати, що активне використання програмного забезпечення в бухгалтерському обліку, впровадження сучасних інформаційних технологій поруч зі значними перевагами приховує в собі також і ряд загроз, зокрема, проникнення сторонніх осіб в бази облікових даних, комп'ютерні віруси, помилкове введення облікових даних, помилки в процесі проектування і впровадження облікових систем тощо. Бухгалтери повинні бути обізнані щодо питань ідентифікації загроз облікової інформації, вибору методів її захисту. З цієї метою нами узагальнено основні джерела загрози інформаційній безпеці підприємства:

– порядок внутрішнього регулювання бухгалтерського обліку на підприємстві (положення про бухгалтерську службу, облікова політика для цілей бухгалтерського і податкового обліку, форма бухгалтерського обліку);

– функціонування облікової системи (збір первинних облікових даних, формування облікових регістрів, зберігання і захист бухгалтерської інформації, формування і представлення бухгалтерської звітності);

– порушення вимог, які висуваються законодавством України (особливо актуально в частині забезпечення електронного документообігу);

– персонал підприємства (керівництво, працівники бухгалтерської служби, інший персонал);

– вірусні атаки.

Специфічною загрозою для бухгалтерського обліку як інформаційної системи є недостовірність інформації, яка міститься в ньому та яка може виникнути внаслідок різних чинників (навмисних і ненавмисних помилок облікового персоналу чи інших осіб, а також помилок у використовуваних спеціалізованих програмних продуктах) [1]. Для більш повної оцінки ризику викривлення інформації слід розробити класифікацію небажаних подій в бухгалтерському обліку як спеціалізованої інформаційної системи. Оцінка ризику в рамках розробленої класифікації дозволить виявляти зони підвищеного ризику з тим, щоб вживати заходів по його зниженню.

Забезпечення інформаційної безпеки в бухгалтерському обліку передбачає створення таких умов, за яких використання, втрата або пошук бухгалтерської інформації, працівниками підприємства або зовнішніми користувачами з високою ймовірністю не призведе до виникнення загроз припинення діяльності підприємства. Саме тому зміст поняття інформаційної безпеки в бухгалтерському обліку повинен розкриватися через характеристику таких елементів:

– надійність роботи техніки (комп'ютери, планшети, роутери тощо);

– захист програмного забезпечення, що використовується для ведення бухгалтерського обліку;

– класифікація та збереження найбільш важливих облікових даних;

– усунення несанкціонованого доступу до облікової інформації.

Отже, ефективна система інформаційної безпеки в бухгалтерському обліку повинна бути вбудована в систему управління підприємством і гарантувати:

– конфіденційність інформації, критично важливою для підприємства або для прийняття рішення;

– цілісність інформації та пов'язаних з нею процесів (створення, введення, обробка і виведення);

– оперативний доступ до різної інформації в будь-який момент часу;

– можливість накопичення і збереження інформації, тобто збереження попередніх варіантів;

– мінімізацію інформаційних ризиків шляхом виконання компенсаційних заходів тощо.

Перекручення або неповнота облікової інформації можуть виникнути на будь-якому етапі облікового процесу, тому при оцінці ризиків інформаційної безпеки в бухгалтерському обліку слід аналізувати всі етапи її руху. Однак неповнота і помилки попередніх етапів автоматично позначаються на достовірності інформації, що формується на наступних етапах обліку, тому етапу первинного спостереження слід приділити найбільшу увагу.

Список використаних джерел:

1. Федоренко І.В. Методические вопросы оценки риска информационной безопасности в бухгалтерском учете. *Вестник КрасГАУ*. 2015. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodicheskie-voprosy-otsenki-riska-informatsionnoy-bezopasnosti-v-buhgalterskom-uchete> (дата обращения: 01.11.2020).

УДК 336.1

Б.Г. Абрамович, магістрант, II курс, гр. ЗФБС-19м
Державний університет «Житомирська Політехніка»

ВПЛИВ ТУРИЗМУ НА ЕКОНОМІКУ ДЕРЖАВИ

Сучасна індустрія туризму є однією з найбільш швидко прогресуючих галузей світового господарства, яку можна розглядати і як незалежний вид економічної діяльності, так і міжгалузевий комплекс. На сьогоднішній день туризм займає вагомий ланку у повсякденне життя майже третини населення планети. Більше того, на початку XXI ст. туризм за обсягами доходу справедливо займає третє місце серед провідних галузей світової економіки. За результатами 2019 року, туристична сфера утворила 32 % світового внутрішнього продукту і поглинула більше 20 % витрат споживачів. В багатьох розвинених країнах туризм є вагомим джерелом доходів. Прибуток з туристичних подорожей у світовому масштабі становлять понад 500 млрд. дол. США щороку. Найбільші прибутки отримують країни Західної Європи та США.

До економічних функцій туризму, в першу чергу відносяться економічні вигоди, які він надає. Так, туризм надає поштовх розвитку частин інфраструктури - сегменту бізнесу HoReCa, підприємств торгівлі тощо. Він зумовлює збільшення доходної частини бюджету за рахунок податків, що можуть бути прямими (плата за візу, митний збір) або непрямими (збільшення заробітної плати робітників спричинює збільшення сум прибуткового податку, що сплачується ними в бюджет). Завдяки тому, що іноземні туристи привозять валюту в країну, туризму надаються широкі можливості для залучення іноземної валюти і різних інвестицій. Також важливою економічною функцією туризму являється диверсифікації економіки, створюючи підприємства та галузі галузі, що співпрацюють з сектором туризму, сприяють зростанню доходів населення та покращенню рівня добробуту нації.

Також вплив туризму на економічний розвиток виявляється у підвищенні ділової активності та розширенні виробництва товарів і послуг у результаті збільшення платоспроможного попиту за рахунок іноземних та місцевих екскурсантів. З економічної точки зору привабливість туризму як галузі, що надає послуги, полягає у більш швидкій окупності вкладених коштів та отриманні доходу у вільно конвертованій валюті. В більшості країн туризм входить в топ-3 провідних галузей держави, стрімко розвивається і відіграє важливе соціальне та економічне значення, оскільки він: збільшує місцеві доходи; створює нові робочі місця; розвиває всі галузі, пов'язані з виробництвом туристичних послуг; розвиває соціальну та виробничу інфраструктуру у туристичних центрах; активізує діяльність народних промислів і розвиток культури та сприяє їм; забезпечує зростання рівня життя місцевого населення; збільшує валютні надходження.

Проте позитивний вплив туризму на економіку держави відбувається тільки тоді, коли він розвивається всебічно тобто не перетворює економіку країни в економіку послуг. Туристична галузь з кожним роком займає все більш вагоме місце в світовому господарстві. За останні п'ятнадцять років сфера туризму здобула визнання як одна з найбільших у світі по наданню послуг.

Згідно з прогнозами експертів Всесвітньої туристичної організації (ВТО), на початку XXI ст. обсяги міжнародного туризму зростатимуть щороку в середньому на 4 %. Очікується зростання туристичного руху у світі з 700 млн. туристів щорічно до 937 млн. у 2018 році, за рахунок чого передбачається збільшення доходів до 1100 млрд. доларів США. Якщо ж до результатів міжнародного туризму додати ще й обсяги внутрішнього туризму, то показники зростуть принаймні вдвічі.

Туризм відіграє важливу роль у створенні робочих місць, і, за прогнозами, впродовж наступних п'яти років у світі створюватиметься 2500 нових робочих місць щодня. Охоплюючи багато секторів економіки, майже неможливим стає визначення точної кількості працівників, зайнятих у сфері туризму. Крім того, вирішення проблеми реальної оцінки ускладнюється ще й специфічним характером праці (сезонність, робота за сумісництвом, тимчасова робота тощо). І все-таки кількість зайнятих у туристичній сфері постійно збільшується. Це одна з не багатьох галузей економіки, де залучення нових технологій не призводить до скорочення працюючого персоналу. Це набуває важливого значення, оскільки, заохочуючи більше робочої сили, туризм призводить до зменшення соціальної напруги в суспільстві. Крім того, світовий досвід показує, що індустрію туризму можна розвивати і в період економічних криз, що має важливе значення для країн Східної Європи. Витрати на створення одного робочого місця тут в 20 разів менші, ніж у промисловості, а оборотність інвестиційного капіталу в 4 рази вища, ніж в інших галузях господарства. Прикладом можуть бути такі країни, як Аргентина, Бразилія, Мексика, Єгипет, Туніс, Перу та інші.

В багатьох країнах світу туризм є однією з найбільш пріоритетних галузей, внесок у валовий національний дохід яких складає 20-45%, а надходження від іноземного туризму є основним джерелом отримання валюти. Отже галузь туризму не тільки приносить значну частину прибутку до бюджету туристично-розвинутих держав, а й є надзвичайно перспективною і безсумнівно може стати одним з головних джерел надходжень до держбюджету інших країн.

Адаменко А.С., студентка V-го курсу групи ФБСМ-6, ФБСО
Науковий керівник: проф., д.е.н. Виговська Н.Г.,
Державний університет «Житомирська політехніка»

ДИВИДЕНДНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВ КОРПОРАТИВНОГО ТИПУ. ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

Формування ефективної дивідендної політики корпорації є одним з найбільш актуальних та складних завдань фінансового менеджменту. Обрана підприємством дивідендна політика спроможна вплинути і вирішити ряд цілей та завдань, серед яких: реалізація фінансової стратегії в розрізі підвищення ринкової вартості компанії, формування власних фінансових ресурсів, здійснення інвестиційної діяльності. Окрім того, порядок і особливості виплати та оподаткування дивідендів є вагомим фактором, що впливає на процес залучення інвестицій.

Дивідендна політика корпорації – це набір цілей і завдань, які ставить перед собою керівництво підприємства у галузі виплати дивідендів, а також сукупність методів і засобів їх досягнення. Узагальнюючи, дивідендну політику можна трактувати як сукупність заходів, спрямованих на оптимізацію співвідношення між прибутком, що виплачується у вигляді дивідендів, і який реінвестується з метою максимізації доходів власників.

В сучасних умовах роль дивідендної політики проявляється в тому, що вона є одним з основних факторів, які впливають на розподіл прибутку і рівень платоспроможності компанії; є інструментом впливу на ринкову вартість корпорації; є індикатором, що визначає інвестиційну привабливість підприємства; є фактором впливу на трудову активність і ступінь соціальної захищеності працівників.

В сучасних умовах теорія дивідендної політики представлена низкою концепцій. Однак, не всі з них мають прикладне значення. Новітні розробки у сфері політики виплати дивідендів корпорації, окрім класичних постулатів, також враховують ряд особливостей, що стосуються як корпоративного управління, так і зовнішнього фінансового середовища – конфлікт інтересів власників, врахування інформаційного фактору (асиметричність), невизначеність на ринку капіталів. Систематизація інтересів учасників корпоративних відносин дає можливість виокремити базові принципи дивідендної політики: адекватності, обачливості та консолідації.

Фундаментальними теоріями дивідендної політики є теорія іррелевантності (Ф. Модільяні, М. Міллер, Ф. Блек), теорія переваги (пріоритетності) дивідендів (Дж. Літнер, М. Гордон), теорія податкових переваг (теорія мінімізації дивідендів), сигнальна теорія дивідендів, теорія відповідності дивідендної політики складу акціонерів («теорія клієнтури»).

На підставі даних теорій доцільним є визначення трьох підходів до формування дивідендної політики корпорації:

1. Консервативний – орієнтований на реінвестування прибутку. Характеризується високим рівнем самофінансування підприємства та зростання його чистих активів. Теоретична база підходу: теорія іррелевантності дивідендів, теорія податкових переваг, «теорія клієнтури».

2. Помірний – орієнтований на збалансування співвідношення дивідендних виплат та реінвестування прибутку для розвитку підприємства. Теоретична база підходу: синтез фундаментальних теорій.

3. Агресивний – орієнтований на постійне збільшення дивідендів. Сприяє зростанню ринкової вартості акцій корпорації і підвищенню рівня інвестиційної привабливості. Теоретична база підходу: теорія переваги дивідендів, теорія податкових переваг, сигнальна теорія дивідендів, «теорія клієнтури».

Відповідно до теоретичних підходів до формування дивідендної політики корпорації можна виділити наступні її типи (табл.1)

Таблиця 1

Типи дивідендної політики корпорації

Тип дивідендної політики	Характеристика дивідендної політики	Переваги дивідендної політики	Недоліки дивідендної політики	Підприємства, яким рекомендовано застосування типу дивідендної політики

Секція 5. Концептуальні засади розвитку фінансів в умовах сталого розвитку

<p>Політика «нульового дивіденду»</p>	<p>Виплата дивідендів відсутня. Чистий прибуток повністю спрямовується на реінвестування</p>	<p>Високі темпи розвитку підприємства; Високий рівень платоспроможності; Високий рівень незалежності від зовнішніх фінансових джерел, зокрема, позикових</p>	<p>Нестабільні обсяги дивідендів, що сплачуються; Відтік дрібних інвесторів; Неможливість прогнозування обсягів дивідендів у майбутньому; Відмова від сплати дивідендів у періоди інвестиційної активності</p>	<p>Придатна для корпорацій, ринкова вартість акцій яких понад в 10 разів перевищує їх балансову вартість, тобто ту кількість власного капіталу, яка еквівалентна одній акції. Приклад: корпорація «Microsoft»</p>
<p>Політика «100% дивіденду»</p>	<p>Чистий прибуток в повному обсязі спрямовується на виплату дивідендів.</p>	<p>Позитивний вплив на дивідендну історію; Ефективна, якщо на підприємстві відсутні прибуткові інвестиційні проекти; Ефективна, якщо підприємство обмежено в розвитку через специфіку своєї діяльності.</p>	<p>В розпорядження компанії не надходить нерозподілений прибуток за звітний період; Не відбувається збільшення власного капіталу компанії, Не закладається фінансова база для наступного зростання курсу акцій Відсутні джерела самофінансування інвестиційної діяльності за рахунок чистого прибутку</p>	<p>Використовується підприємствами, які обмежені у зростанні специфікою своєї діяльності. Наприклад: підприємства, що займаються видобутком корисних копалин.</p>
<p>Політика фіксованого дивіденду</p>	<p>Виділення однієї і тієї самої абсолютної величини дивідендів із розрахунку на одну акцію. Оскільки чистий прибуток корпорації має тенденцію становити різну величину в різних облікових періодах, то для збереження фіксованої абсолютної величини дивіденду на одну акцію виділяють адекватну та завжди різну частину на виплату дивідендів.</p>	<p>Може застосовуватись як до привілейованих, так і до звичайних акцій. Відносно легко побудувати модель оцінки цінних паперів, базуючись на дисконтних грошових потоках. Високий ступінь довіри акціонерів; Високий ступінь інвестиційної привабливості для інвесторів; Стабільність ринкових цін на акції; Підвищення кредитоспроможності компанії Отримання акціонерами регулярного доходу.</p>	<p>Даний тип дивідендної політики складно змінити, оскільки це може мати негативний вплив на акціонерів та ринкову ціну акцій.</p>	<p>Можуть використовувати компанії зі стабільним прибутком.</p>

Секція 5. Концептуальні засади розвитку фінансів в умовах сталого розвитку

<p>Політика фіксованого дивіденду з преміальними виплатами</p>	<p>Дуже подібна до політики фіксованого дивіденду. Однак, даний тип передбачає на додаток до фіксованої (гарантованої) частини дивідендів ще і додаткові преміальні виплати в ті періоди, коли керівництво компанією вирішить їх виплатити. Преміальні кошти виплачуються тоді, коли компанія досягає особливо позитивних фінансових результатів.</p>	<p>Стабільна гарантована виплата дивідендів в мінімально встановленому розмірі та їх зростання у періоди сприятливої кон'юнктури.</p>	<p>При тривалій виплаті невеликих дивідендів інвестиційна привабливість акцій підприємства знижується та падає їх ринкова вартість</p>	<p>Можуть використовувати компанії зі стабільним прибутком.</p>
<p>Політика виділення на дивіденди фіксованого відсотка з прибутку</p>	<p>Вважається найпоширенішою. Сутність дивідендної політики визначається методом обчислення дивідендів із розрахунку на одну акцію.</p>	<p>Простота і зрозумілість у застосуванні Прозорість механізму нарахування</p>	<p>Нестабільність розмірів дивідендних виплат на акцію. Може не сприяти залученню інвесторів, що уникають ризиків.</p>	<p>Можуть використовувати компанії зі стабільним прибутком.</p>
<p>Прогресивна дивідендна політика</p>	<p>Одна з найпопулярніших серед акціонерів. Передбачає поступове постійне збільшення дивідендних виплат із розрахунку на одну акцію.</p>	<p>Висока ринкова вартість акцій компанії; Формування позитивного іміджу підприємства у потенційних інвесторів при додаткових емісіях</p>	<p>відсутність гнучкості; постійне зростання фінансового навантаження на підприємство</p>	<p>Можуть використовувати компанії, прибуток яких має тенденцію до зростання</p>
<p>Регресивна дивідендна політика</p>	<p>Антипод прогресивної дивідендної політики. Передбачає стале та поступове зменшення</p>	<p>Використовується тільки через об'єктивні причини (неефективність вітчизняного ринку, конкуренція тощо)</p>	<p>Акціонери можуть вирішити продати акції компанії Призводить до падіння курсу акцій</p>	<p>Можуть використовувати компанії, прибуток яких має тенденцію до зменшення</p>

Секція 5. Концептуальні засади розвитку фінансів в умовах сталого розвитку

	дивідендних виплат, що еквівалентно їх приросту з від'ємним темпом.			
Політика негрошових виплат.	Замість прямих грошових дивідендних виплат використовують, як правило, найближчі грошові замінники. Особлива увага відводиться виплаті дивідендів у вигляді цінних паперів (акцій, облігацій)	Високий рівень платоспроможності	Непрозорість механізму нарахування, оскільки нарахування дивідендів здійснюється все одно в грошовій формі, а потім відбувається продаж певних активів з проведенням взаємозаліку між власниками та підприємством зі сплатою всіх податків.	Для українських акціонерних товариств така політика заборонена. Виплата може бути лише у грошовій формі
Політика нагромаджених кумулятивних дивідендів	Величина дивідендів оголошується, а їх виплата відкладається до кращих часів	1. Високі темпи розвитку підприємства; 2. Високий рівень платоспроможності; 3. Високий рівень незалежності від зовнішніх фінансових джерел, зокрема, позикових	1. Нестабільні обсяги дивідендів, що сплачуються; 2. Відтік дрібних інвесторів; 3. Неможливість прогнозування обсягів дивідендів у майбутньому; 4. Відмова від сплати дивідендів у періоди інвестиційної активності	Можуть використовувати компанії, що ведуть політику розширення діяльності та накопичення нерозподіленого прибутку

На підставі даних таблиці, можемо зробити висновок, що при виборі дивідендної політики, корпорація в обов'язковому порядку має проаналізувати всі переваги і недоліки обраного типу. Також компаніям потрібно врахувати економічні інтереси власників (акціонерів, інвесторів) – одержання доходів в поточному періоді, а також значне їх збільшення в майбутньому.

Варто зауважити також і те, що ефективність дивідендної політики є різною для кожного з учасників корпоративних відносин. Для власників корпоративних прав найбільш вигідною буде політика, спрямована на максимізацію добробуту акціонерів, для менеджерів – спрямована на максимізацію корпоративного достатку. Свої власні інтереси при формуванні дивідендної політики мають також працівники, контрагенти, кредитори та держава.

Враховуючи те, що кожен з суб'єктів корпоративних відносин в розрізі питання дивідендної політики переслідує реалізацію власних інтересів та потреб, вважаємо за необхідне наголосити про те, що формування ефективної дивідендної політики має здійснюватись шляхом взаємодії правління, акціонерів, кредиторів та зовнішніх інвесторів.

Отже, ефективна дивідендна політика корпорації має формуватися на підставі принципів адекватності, обачливості та консолідації. Існує велика кількість типів політики виплати дивідендів і підприємство самостійно обирає її, зважаючи на особливості своєї діяльності, а також на внутрішні та зовнішні фактори впливу на діяльність компанії, фінансово-економічні, правові, соціальні умови функціонування економіки. Формування дійсно ефективної політики виплати дивідендів підприємства передбачає визначення таких обсягів дивідендів, які зможуть задовольнити права та потреби акціонерів, а також забезпечить достатню кількість інвестиційних ресурсів для забезпечення стійкого фінансового стану підприємства та ефективної взаємодії всіх суб'єктів корпоративних відносин.

Фінансова культура населення в Україні

Сучасні соціологічні та наукові дослідження щодо рівня фінансової грамотності та фінансової культури населення показують, що громадяни багатьох країн світу, і в тому числі України, не володіють достатнім рівнем фінансових знань, що несе в собі загрозу фінансової безпеки держави в цілому. Криза 2020 року, з якою зіткнулися всі країни світу, показала економічну та фінансову невизначеність й великі ризики, які супроводжують суспільство. Володіння фінансовими знаннями допоможе громадянам приймати виважені й відповідальні рішення в подальшому житті.

Так, в травні 2020 року були оприлюднені результати третього міжнародного дослідження PISA – 2018 з фінансової грамотності, у якому взяли участь 13 країн/економік ОЕСР та 7 країн-партнерок, і яке підкреслило недостатній рівень фінансової культури в цих країнах. Фінансова грамотність потрібна не лише тим, хто володіє значними статками, а й для тих, хто має обмежений бюджет і невеликий запас фінансової міцності, зазнають фінансових потрясінь. Це стало особливо очевидним в умовах кризи COVID – 19. Тому дослідження вітчизняного та світового досвіду підвищення рівня фінансової грамотності та фінансової культури населення є актуальним та сприятиме підвищенню рівня відповідального ставлення за своє майбутнє.

Зарубіжний досвід в сфері підвищення рівня фінансової грамотності населення показує, що існує три основних підходи:

- 1) із високим рівнем розуміння держави значущості фінансової освіти свого населення (наприклад, США, Великобританія, Франція, Німеччина, Канада, Сінгапур);
- 2) із державним усвідомленням важливості фінансової освіти (наприклад, Польща, Італія, Чехія, Австрія, Індія);
- 3) із початковим етапом усвідомлення необхідності забезпечення та підвищення рівня фінансової грамотності населення (Україна, Росія, Україна).

США, Великобританія, Польща, Латвія, Канада, Естонія, Фінляндія, Німеччина, Австралія та інші країни тривалий час досить успішно застосовують навчання в галузі фінансів з молодших навчальних класів та активно працюють над просвітницьким рівнем населення, запроваджують різноманітні курси щодо економічного навчання, корелюють їх із навчальними програмами шкіл, коледжів, університетів тощо в рамках державної політики підвищення рівня фінансової грамотності населення. Також має місце позитивний досвід розвинутих країн щодо запровадження професії фінансового консультанта, фінансового радника чи спеціаліста з фінансового планування, за допомогою яких укладають нині понад 40% фінансових угод фізичних осіб. Цікавим є досвід Сінгапура, де останнім десятиліттям розроблена та запроваджена концепція банкінгу для молоді (у віці від 16 до 29 років), В Таїланді створено «Шкільний банк», де всі фінансові операції здійснюють спеціально навчені учні під контролем фінансового консультанта чи вчителя.

Вітчизняні науковці (як Л.Гончар, А.Мартиненко, Т.Кізима, Б.Приходько, Т.Смовженко, С.Юрій, І.Ломачинська, І.Клапків, О.Дудчик, І.Матвійчук та багато ін.), фінансові інституції, (як НБУ, Міністерство фінансів, Міністерство освіти і науки України тощо), громадські організації акцентують на необхідності побудови та швидкого впровадження Національної програми підвищення фінансової грамотності населення. Адже за даними USAID, яка досліджувала рівень фінансової грамотності населення України, в 2017 році близько 65% наших громадян мають незадовільний рівень фінансової обізнаності, а 15% населення не здійснюють ніяких інвестицій у зв'язку із незначним бюджетом та повною необізнаністю про фінансові продукти й операції. Відсутність знань та необхідних навичок в галузі фінансів блокує можливість прийняття правильних фінансових рішень та обмежує відповідальне ставлення населення до забезпечення свого майбутнього.

Аналіз ситуації в Україні показує, що заходи по підвищенню рівня фінансової грамотності реалізуються, переважно, в рамках шкільної освіти у вигляді факультативів. Професійно-технічні заклади практично не приділяють уваги фінансовій освіті своїх студентів. Та лише деякі виші, проявляють інтерес до програм з підвищення фінансової грамотності. Тому пропонуємо в якості стратегії розвитку фінансової освіти передбачити вивчення фінансових аспектів в рамках базових дисциплін/предметів нееконімічних спеціальностей.

Важливе значення в поширенні необхідних фінансових знань має діяльність громадських освітніх організацій, розробка та впровадження безкоштовних on-line курсів за цільовою аудиторією та відповідно особливостей різних категорій громадян.

Тому, головним, на наш погляд, є створення національної концепції/програми та розбудова моделі підвищення фінансової грамотності населення, утворення координаційного центру та розробка стандарту освітнього рівня в сфері забезпечення фінансової грамотності населення України.

А.Ю. Білецька, магістрант кафедри фінансів і кредиту
Науковий керівник – к.е.н., доц. Литвинчук І.В.
Державний університет «Житомирська політехніка»

РОЗРОБКА ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ ПАТ «ЖИТОМИРГОЛОВПОСТАЧ»)

Стратегічний підхід, що спочатку використовувався з метою проведення воєнних операцій, поступово поширився і на сферу бізнесу та фінансів. Відповідно до чого фінансова стратегія розглядається як ключова складова загальної стратегії розвитку підприємства та привертає значну увагу не тільки практиків, але й науковців. На даний момент фінансова стратегія є одним із основних елементів перспективного планування розвитку підприємства, що забезпечує визначення пріоритетних цілей та задач, а також шляхів їх досягнення. Злагоджений процес стратегічного планування є важливою передумовою успішної фінансової діяльності вітчизняних суб'єктів господарювання в умовах складних економічних перетворень.

На прикладі ПАТ «Житомирголови́стач» було проведено комплексну оцінку діяльності підприємства, виявлено основні характеристики його бізнес моделі та тенденції його розвитку. Це дало можливість спрогнозувати фінансовий стан підприємства у 2020-2024 рр., відповідно до чого встановлено, що підприємство може стати неплатоспроможним протягом найближчих п'яти років. З огляду на визначену стратегічну фінансову позицію та наявний потенціал підприємства було розроблено фінансову стратегію, спрямовану на зростання вартості підприємства через нарощення обсягів чистого доходу та забезпечення прибутковості (табл. 1).

Таблиця 1.

Результати фінансового моделювання впливу реалізації запропонованої стратегії на результати діяльності та фінансовий стан ПАТ «Житомирголови́стач» у 2020-2024 рр.

Показник	2020	2021	2022	2023	2024
Чистий дохід	993	1092	1201	1321	1454
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	-682	-750	-825	-907	-998
<i>Валовий прибуток (збиток)</i>	<i>311</i>	<i>342</i>	<i>376</i>	<i>414</i>	<i>455</i>
Інші операційні доходи	4755	4755	4755	4755	4755
Адміністративні витрати	-3095	-2751	-2407	-2063	-1719
Витрати на збув	-2860	-2860	-2860	-2860	-2860
Інші операційні витрати	-550	-550	-550	-550	-550
Дохід від участі в капіталі	0	0	0	0	0
Інші фінансові доходи	0	0	0	0	0
Інші доходи	240	240	240	240	240
Фінансові витрати	91	344	255	365	161
Втрати від участі в капіталі	0	0	0	0	0
Інші витрати	0	0	0	0	0
<i>Чистий фінансовий результат</i>	<i>-1107</i>	<i>-480</i>	<i>-191</i>	<i>247</i>	<i>396</i>
Необоротні активи	2632	2632	2632	2632	2632
Оборотні активи	1984	2309	2286	2642	2651
<i>Активи, всього</i>	<i>4616</i>	<i>4941</i>	<i>4918</i>	<i>5274</i>	<i>5283</i>
Власний капітал	3150	2670	2479	2726	3122
Позиковий капітал	1466	2271	2439	2548	2161
<i>Пасиви, всього</i>	<i>4616</i>	<i>4941</i>	<i>4918</i>	<i>5274</i>	<i>5283</i>

Головними інструментами реалізації стратегії є: активізації збутової діяльності, скорочення адміністративних витрат, збереження балансу доходів та витрат за іншою операційною діяльністю, відмова від здійснення фінансових інвестицій, відмова від виплати дивідендів за умови відновлення прибутковості діяльності та пошук іноземного інвестора.

В цілому розроблену для ПАТ «Житомирголови́стач» фінансову стратегію можна охарактеризувати як консервативний план з відновлення прибутковості та інвестиційної привабливості підприємства за рахунок оптимізації витрат, зокрема різкого скорочення адміністративних витрат, активізації ділової активності, використання власних джерел фінансування, дефіцит яких покривається за рахунок короткострокових банківських кредитів.

УДК 336.761

**В.В. Довгалюк, к.е.н., доц., доцент кафедри фінансів і кредиту,
С.А. Борисенко, магістрант, II курс, гр. ФБСМ-4, ФБСО**
Державний університет «Житомирська політехніка»

Біржовий інтернет-трейдинг в Україні

Сьогодні сучасні бізнес-процеси не відбуваються без торгівлі за допомогою біржових операцій. Трейдинг – водночас нова та доступна вже сьогодні торгівля на фондовому та біржовому ринках. Предметом торгівлі може виступати валюта різних країн та цінні папери (акції, облігації, ф'ючерси). Не кожен інвестор або інвестиційний фонд, який має кошти та бажання купити/продати на фондовому ринку, зможе самостійно торгувати на ньому. Адже для проведення професійної діяльності на фондовому ринку необхідно отримати відповідний дозвіл – ліцензію. Трейдер – учасник фондового ринку, який надає послуги брокера (купує та продає цінні папери) з метою отримання прибутку для клієнта або збільшення власного капіталу.

Перевагами інтернет-трейдингу є те, що не потрібен стартовий капітал, а достатньо початкової суми вкладень (декілька тисяч гривень). Інтернет-трейдинг на ринку цінних паперів в Україні з'явився в 2009 році на біржовій платформі фондової біржі «Українська біржа». Інтернет-трейдинг – це онлайн торги, які можуть проводитися з будь-якої точки планети. Ще одна перевага цього виду торговельних операцій є висока швидкість та доступність повної й актуальної інформації про цінні папери.

На рис. 1 зазначені різновиди трейдингу.



Рис. 1 Різновиди інтернет-трейдингу

Обираючи бажану стратегію, трейдер може не завжди отримати бажані результати від торгівлі на фондовому ринку. Основним помилками біржового трейдингу є: ранній вихід з угоди, бажання відіграти збиткові угоди, спроби передбачити хвилі зростання цін, великий ризик задля невеликої цілі. Відповідно, можна сформулювати основні поради щодо ефективного трейдингу:

- необхідно розібратися з інструментом, який буде використовуватися в торгівлі (як зміниться його ціна, з чим він корелює, як веде себе при змінах на ринку);
- необхідно розробити стратегію до початку торгівлі (за якими сигналами відкривається позиція, за яким закривається, який допустимий рівень ризику);
- механізм реалізації стратегії та торгова дисципліна;
- отримати прибуток.

Іноземні ринки значно випереджають український у розвитку та все частіше виходять на рівень алгоритмічної торгівлі (отримують від 1000% річних). Український же трейдер досягає прибуток в діапазоні 100% річних, що теж досить суттєво впливає на розвиток фондового ринку загалом. Отже, інтернет-трейдинг є ще одним механізмом не лише примноження доходності вкладів через пошук нових об'єктів інвестування, але й збереження вкладів.

Бояр Д.С.

Науковий керівник: **Александрова М.М.,**
доцент, кандидат економічних наук

Державний університет «Житомирська політехніка»

Аналіз динаміки пенсійного забезпечення в Україні

Актуальність дослідження. Проблема гідного пенсійного забезпечення населення України постійно актуальна. Адже від цього залежить рівень життя понад одинадцяти мільйонів населення. Тому це питання широко досліджується вітчизняними науковцями та обговорюється в засобах масової інформації.

Мета дослідження. Метою даного дослідження є визначення поняття пенсії в Україні, її видів та аналіз динаміки змін пенсійних виплат за період 2012 – 2020 рр.

Виклад основного матеріалу. Пенсійне забезпечення становить вагомую частину системи соціального захисту населення України. Науковці визначають пенсійне забезпечення як державну систему правових, організаційно-адміністративних та економічних заходів щодо захисту громадян унаслідок настання старості, інвалідності або втрати годувальника. Дана система забезпечує умови обчислення та виплати пенсій, що залежить від сплачених обов'язкових чи добровільних пенсійних внесків протягом періоду трудової діяльності застрахованої особи.

Пенсія згідно із Законом України «Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування» визначається як щомісячна пенсійна виплата в солідарній системі загальнообов'язкового державного пенсійного страхування, яку отримує застрахована особа в разі досягнення нею передбаченого цим Законом пенсійного віку чи визнання її особою з інвалідністю, або отримують члени її сім'ї у випадках, визначених цим Законом.

Відповідно до статті 9 Закону України «Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування» в солідарній системі України існують такі види пенсійних виплат:

- 1) пенсія за віком;
- 2) пенсія по інвалідності;
- 3) пенсія у зв'язку з втратою годувальника.

Сьогодні в Україні налічується близько 11 млн пенсіонерів, що становить близько 30% населення України. Тому добробут цієї частини населення значною мірою залежить від розміру пенсії, який постійно змінюється. Тож дослідимо динаміку розміру пенсії за період 2012-2020 рр.

Проаналізувавши значення середнього розміру пенсійних виплат та середнього розміру пенсій за кожним видом за останні 8 років, побудуємо гістограму (рис.1), що відображає динаміку зміни розміру пенсій.

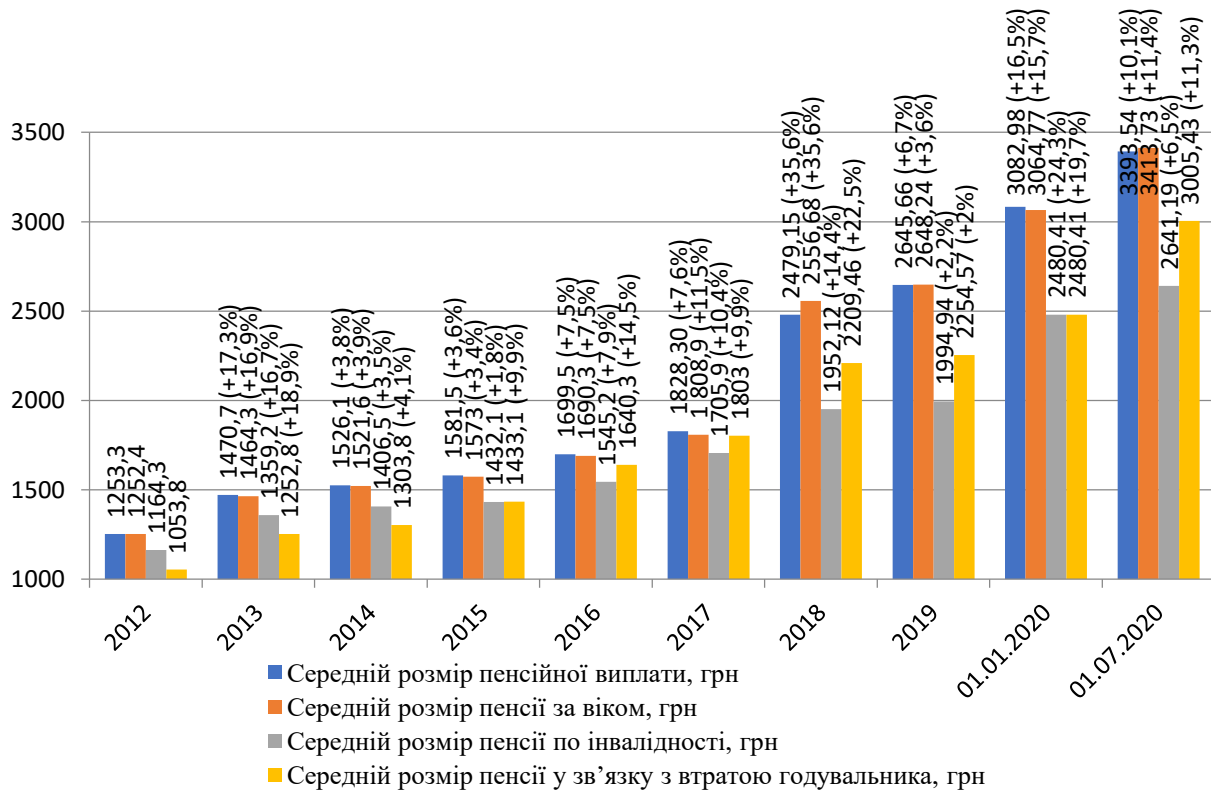


Рис. 1. Динаміка середнього розміру пенсійної виплати в Україні за 2012-2020 рр.

Секція 5. Концептуальні засади розвитку фінансів в умовах сталого розвитку

Бачимо, що протягом даного періоду значення розміру пенсії постійно збільшується. Так, за період з 01.01.2012р. по 01.07.2020р. розмір середньої пенсійної виплати зріс на 2140,24 грн або на 170,8%. Найбільше значення середнього розміру пенсійної виплати за досліджуваний період спостерігається станом на 01.07.2020р., що становить 3 393,54 грн, а найменше – станом на 01.01.2012р., що становить 1253,3 грн. За 2012-2020 роки найбільший приріст середнього розміру пенсійної виплати відбувся у 2018 році, що становить 35,6% або 650,84 грн, а найменший - у 2015 році, що становить 3,6% або 55,4 грн.

Проаналізувавши середній розмір пенсійної виплати за видами, бачимо, що розмір кожного виду пенсійної виплати теж збільшився за даний період. Так, середній розмір пенсії за віком станом на 01.07.2020р. збільшився на 2161,33 грн або на 172,6% у порівнянні з 01.01.2012 р. Середній розмір пенсії по інвалідності збільшився на 1476,89 грн або на 126,8%. У свою чергу середній розмір пенсії у зв'язку з втратою годувальника збільшився на 1951,63 грн або на 185,2%.

Проте за період 2012-2020 рр. гривня зазнала девальвації. Тому дослідимо динаміку зміни розміру пенсії в Україні в еквіваленті більш стійкої валюти – долар США, яка є основною резервною та найпоширенішою валютою у світі. Побудуємо графік динаміки середнього розміру пенсійної виплати за період 2012-2020 рр. у доларах США (рис.2).



Рис.2. Динаміка середнього розміру пенсійної виплати в Україні у доларах США за 2012-2020 рр.

Проаналізувавши даний графік, бачимо, що середній розмір пенсійної виплати в Україні у доларах США, у порівнянні з аналогічним показником у гривні, де спостерігається постійне збільшення, демонструє протилежне.

Так, протягом 2012-2013 років розмір пенсійної виплати збільшився на 28,48 доларів США або на 18,2% та досяг найбільшого значення за досліджуваний період – 185,34 доларів США.

Проте за період 2013-2016 рр. середній розмір пенсійної виплати в Україні зменшився на 117,87 дол. США або на 63,6% та набув найменшого значення за досліджуваний період – 67,47 дол. США. Тобто, незважаючи на збільшення розміру пенсії у гривні, в доларовому еквіваленті розмір пенсій зменшився. Це сталося в результаті девальвації гривні, що була спричинена слабкою економікою, кризою, політичними та військовими подіями 2013-2015рр.

Лише з 2017 року середній розмір пенсійної виплати в Україні у доларах США почав поступово зростати, досягнувши позначки у 127,25 дол. США станом на 01.07.2020р. За період 2016-2020 рр. даний показник збільшився на 59,53 дол. США або 88,6%. Це відбулося за рахунок стабілізації ситуації в країні та збільшення розміру щорічного підвищення пенсійних виплат. Тобто за період з 01.01.2012р. по 01.07.2020р. середній розмір пенсійної виплати в Україні зменшився на 29,61 дол. США або 18,9%.

Висновки. Проведене дослідження дає підставу зробити висновок, що протягом періоду з 01.01.2012р. по 01.07.2020р. уряд щорічно збільшував розмір пенсійних виплат. Проте, порівнявши даний показник у доларовому еквіваленті, треба зазначити, що реальне значення середнього розміру пенсійних виплат в Україні зазнало негативних змін та зменшилося на 18,9% за досліджуваний період. Сьогодні рівень розміру пенсійних виплат не досяг навіть рівня 2014 року (139,66 дол. США), хоча вже тоді спостерігалася негативна тенденція динаміки даного показника.

Бугайчук Р. Я.

**Науковий керівник - Виговська Н. Г., завідувач кафедри фінансів і кредиту,
доктор економічних наук, професор
Державний університет "Житомирська політехніка"**

Принципи формування фінансової архітектури підприємства

В існуючих підходах до аналізу глобальної економіки і безпосередньо до процесів фінансової глобалізації надзвичайно важливим є розкриття принципів формування фінансової архітектури підприємства.

Розглянемо принципи формування фінансової архітектури підприємства, застосовуючи його виключно в напрямі дослідження сучасного стану та перспектив розвитку підприємств. Сам по собі термін «фінансова архітектура» вперше було виголошено президентом США Б. Клінтоном на Нью-Йоркській раді із зовнішніх зв'язків у вересні 1998 року [1]. Це сталося під час виступу президента США, присвяченого фінансовій кризі 1997 - 1998 рр. За його словами, це найбільший фінансовий виклик, з яким світ зіткнувся за останні півстоліття.

Сьогодні термін «фінансова архітектура» досить широко використовується і нерідко зустрічається в наукових публікаціях у різних джерелах.

Традиційне смислове значення архітектури (лат. *architectura*, від гр. *architekton* = будівельник):

- 1) мистецтво проектування, спорудження та художнього оформлення будівель, споруд; зодчество;
- 2) характер, стиль будівлі (наприклад, готична архітектура);
- 3) в переносному значенні - будова, композиція чого-небудь [1, с. 76].

На нашу думку, методологічно складностей для обґрунтування поняття фінансової архітектури підприємства не існує. Ми вважаємо, сам термін «архітектура», з одного боку, є щось стаціонарним і нерухомим, що має такі найважливіші властивості, як упорядкованість, статичність, чіткість організації, розподіл на рівні.

З іншого боку — це інтегрована система, яка складається з окремих елементів, що мають спільні зв'язки і співвідпорядкування. Отже, в такому разі можна говорити про можливу наявність як стійких компонентів системи, так і проблемних ділянок в структурі групи елементів.

Фактично будь-яка «архітектура» (в загальному розумінні цього поняття), і особливо фінансова, може бути піддана системному аналізу або іншому подібному математичному вивченню. В результаті отримані факти про діяльність системи можуть використовуватися для отримання професійно мотивованого аналітичного висновку або розробки концепцій стратегічного планування та прогнозування.

Фінансова архітектура підприємства вимагає глибокого теоретичного обґрунтування з точки зору всіх її елементів [1, с. 62]. Наприклад, фінансова архітектура підприємства повинна формуватись на основі наступних принципів:

1. Принцип цілеспрямованості. Даний принцип передбачає орієнтацію на чітко сформульовану стратегічну мету діяльності підприємства. Усі заплановані підприємством фінансові заходи повинні забезпечувати досягнення саме заданої мети. Реалізація даного принципу забезпечується застосуванням методу «дерева цілей», починаючи із головної мети і закінчуючи цілями першого рівня управління.

2. Принцип перспективності. Формування фінансової архітектури підприємства направлено на довгострокову перспективу. Наслідки застосованих стратегічних рішень відіграють визначну роль у розвитку підприємства протягом тривалого часу. Необхідно пам'ятати, що стратегічні помилки занадто складно виправляти. Більше того, жодними оперативними методами неможливо виправити наслідки помилкових стратегічних рішень.

3. Принцип пріоритетності. Формуючи фінансову архітектуру підприємства, керівництво повинно бути готовим послідовно дотримуватися її лінії, підпорядковуючи свої тактичні дії визначеним пріоритетам. Проте, враховуючи довгу тривалість, керівництво постійно повинно проводити коригувальні зміни. Всі ці зміни повинні бути обґрунтованими і є неприпустимим допускати, щоб вони виходили за межі узгодженої концепції розвитку підприємства. Принцип пріоритетності проявляється у формуванні довгострокової стратегічної лінії, яка є пріоритетною та визначною по відношенню до всієї наступної діяльності підприємства.

4. Принцип реальності. При формуванні фінансової архітектури підприємства враховуються реальні можливості підприємства.

5. Принцип ітеративності (поетапності). Формування фінансової архітектури проводиться поетапно. Таким чином, фінансова архітектура формується шляхом детальної послідовної роботи.

Секція 5. Концептуальні засади розвитку фінансів в умовах сталого розвитку

6. Принцип комплексності. Всебічний аналіз та врахування інформації дозволяє своєчасно реагувати на зміни внутрішнього та зовнішнього середовища. Для того, щоб сформувати ефективну фінансову архітектуру, необхідно врахувати велику кількість факторів. При цьому, навіть більшу увагу слід приділити зовнішньому середовищу, але і про підприємство (внутрішнє середовище) теж забувати не можна. Необхідно відслідковувати усі проблемні питання підприємства.

7. Принцип безперервності моніторингу (сканування тенденцій розвитку). Сканування передбачає збирання інформації, оцінку та прогноз значимості для підприємства найважливіших змін у зовнішньому соціально-економічному та технологічному середовищі з метою підготовки необхідних рішень.

8. Принцип селективності. Селективність формування фінансової архітектури пов'язана із виділенням певних зон господарювання – окремих сегментів ринку. Критерії вибору зон господарювання визначаються цілями підприємства.

9. Принцип стратегічної конкуренції. Стратегічна конкуренція має важливий вплив на продуктивність бізнесу. Адже успішне використання прийомів стратегічної конкуренції можуть призвести до суттєвого зростання ефективності та дозволить керувати майбутнім підприємства.

10. Принцип дотримання безпеки. Сформована фінансова архітектура повинні відповідати усіх загрозам економічної, політичної та кібербезпеки.

Розробник, або «архітектор», повинен постійно спостерігати за процесом функціонування системи, оскільки будь-яка система, якою б закритою вона не була, існує в умовах зовнішнього середовища, яке має властивість змінюватися в значних межах. Таким чином, використовуючи методи класичного системного аналізу, можна сказати, що при зміні параметрів введення (змін умов зовнішнього середовища), безумовно, будуть змінюватися параметри виходу, а значить, і ефективність роботи системи (необов'язково в гіршу сторону). Однак у завдання розробника архітектури входить постійний моніторинг ефективності функціонування системи, так як досягнення системою параметрів з крайніми значеннями може відбуватися у досить невеликому часовому періоді.

«Архітектор» повинен швидко відзначати, виділяти та вилучати проблемні елементи і компоненти системи, замінюючи їх новими, підтримуючи систему в необхідній рівновазі.

Список використаних джерел

- Булько А. Н. Современный словарь иностранных слов. – М.: «Мартин», 2004. – с. 76.
- Душак, М. І. Теоретичне підґрунтя формування фінансової архітектури підприємства [Текст] / М. І. Душак // Економіка та держава. – 2019. – № 8. – С. 62-66.
- Ефременко И. Н., Евлахова Ю. С. Направления развития мировой финансовой архитектуры в условиях финансовой глобализации // Финансовые исследования. – 2007. – № 1(14). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/napravleniya-razvitiya-mirovoy-finansovoy-arhitektury-v-usloviyah-finansovoy-globalizatsii>

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ БЮДЖЕТНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

На сучасному етапі розвитку фінансової системи кожної країни одне з провідних місць займає бюджет держави. На відміну від інших ланок і сфер він охоплює все суспільство, кожен юридичну та фізичну особу.

На сьогодні особливо актуальним є ефективне управління бюджетом держави, яке значною мірою залежить від бюджетного менеджменту.

Термін «менеджмент» за своєю суттю є синонімом терміну «управління», але не повною мірою.

Отже, управління можна трактувати як процес впливу і, водночас, як систему суб'єктів і об'єктів управління та управлінських дій.

Управління в економіці - це свідоме спрямування економічних і соціальних процесів для досягнення збалансованості, пропорційності й оптимальності.[1]. Поняття «управління фінансами» пов'язують з управлінням на рівні держави чи галузі. На рівні підприємства різних організаційних форм та різних форм власності.

Щодо бюджету держави, то він є одним з основних інструментів реалізації соціально-економічної політики, що проявляється через систему перерозподільних відносин. Бюджет можна трактувати з англійської мови, як budget, а також від норманського тобто старофранцузького bougette. Бюджет дослівно можна перекладати як гаманець, шкіряний мішок чи сумка або ж портфель.

Отже, бюджет це – план формування та використання фінансових ресурсів для забезпечення завдань і функцій, які здійснюються відповідно органами державної влади, органами влади Автономної Республіки Крим, органами місцевого самоврядування протягом бюджетного періоду [2].

Бюджетний менеджмент - це сукупність взаємозв'язаних дій (управлінських функцій), прийомів, методів, рішень, які направлені на управління бюджетними ресурсами і відносинами, які виникають в процесі руху бюджетних потоків.[5].

Бюджетний менеджмент також виступає одним із напрямів фінансового менеджменту. Під управлінням фінансами розуміють процес впливу на фінансові відносини, фінансові ресурси, їх організацію для здійснення ефективної фінансової політики.

Основна мета бюджетного менеджменту полягає у формуванні теоретико - методологічних засад бюджетного менеджменту, обґрунтування його завдань, функцій, методів, принципів і визначення напрямів його розвитку з метою підвищення ефективності формування і використання бюджетних ресурсів країни та вдосконалення бюджетного процесу [6].

Основними завданнями бюджетного менеджменту є:

- розкриття сутності бюджету та його ролі у суспільстві, визначення матеріальної субстанції бюджету держави як об'єкта управління;
- з'ясування економічної сутності бюджетного менеджменту, структурні складові, характерні ознаки та особливості в умовах демократичних перетворень;
- характеристика органів оперативного управління бюджетом, їхніх завдань, функцій, прав, обов'язків і структури;
- виявлення теоретико-методологічних і практичних засад бюджетного планування та розкриття напрямів його удосконалення;
- аналіз змісту та принципи виконання бюджету, бюджетного фінансування;
- вивчення організації, видів, форм бюджетної звітності, порядку її складання, розгляду і затвердження.

Найбільш повно система управління бюджетом реалізується у бюджетному процесі, який включає наступні стадії: складання проектів бюджетів; розгляд проекту та прийняття закону про Державний бюджет України (рішення про місцевий бюджет). Учасниками бюджетного процесу виступають установи, органи, та посадові особи, наділені бюджетними повноваженнями (правами та обов'язками з управління бюджетними коштами). [6].

Бюджетний менеджмент регулюється законодавчими та нормативно-правовими документами згідно з Бюджетним кодексом України стаття 4 можна виділити: Конституцію України, Бюджетний кодекс України, Закон про Державний бюджет України, Нормативно - правові акти Кабінету Міністрів України та інші [2].

Бюджетний менеджмент, як і кожна система управління, складається з двох взаємопов'язаних частин, а саме суб'єкту та об'єкту управління.[6].

Секція 5. Концептуальні засади розвитку фінансів в умовах сталого розвитку

Об'єктом бюджетного менеджменту виступає бюджет, бюджетні потоки, бюджетні ресурси, централізований фонд грошових коштів держави, основний фінансовий план держави, доходи і видатки держави, а також бюджетна система держави [6].

Суб'єктом виступають органи управління бюджетом. Предметом є бюджетний процес та управління ним, який ґрунтується на методологічних та практичних засадах управління бюджетом. Ці засади включають наявність бюджетних відносин та пов'язані з розподілом та перерозподілом ВВП.[6].

Складовими бюджетного менеджменту є:

- бюджетне планування;
- організація виконання бюджету;
- облік виконання бюджету;
- контроль за виконанням бюджету [4].

Виходячи з складових бюджетного менеджменту загальними функціями управління є:

- стратегічне планування;
- планування реалізації стратегії;
- організація виконання розроблених планів;
- облік;
- контроль [3].

Розглядаючи саму систему управління бюджетом розуміють сукупність органів управління, етапів і методів управлінської діяльності у бюджетному процесі.

Система управління бюджетом представлена двома елементами - етапами і методами управлінської діяльності та органами управління в бюджеті. Схема бюджетного менеджменту представлена Керуючою системою (суб'єктом) та ланками: Органами законодавчої та виконавчої влади, бюджетними ресурсами, керівною системою (об'єктом), бюджетними відносинами, фінансовими органами держави.

Основою бюджетного процесу є бюджетне планування, яке визначається такими чинниками:

- чіткістю формулювання завдань і цілей, які вирішує держава;
- достовірністю інформації, що використовується при роз-рахунках показників проектів бюджетів;
- методологією бюджетного планування.

Бюджетне планування включає в себе такі види:

- стратегічне – розробка фінансових планів на перспективу терміном на декілька років. Прикладом може бути багаторічне бюджетне планування, яке має місце у низці європейських держав;
- поточне - складання фінансових планів на 1 рік, наприклад, державний чи місцеві бюджети;
- оперативне - фінансове планування на період до одного року. [5].

Отже, бюджетний менеджмент є необхідним елементом шляхом якого можна ефективно управляти персоналом з метою виконання ним встановлених завдань та цілей на основі науково обґрунтованих принципів раціонального підходу. Бюджетний менеджмент є невідомою частиною як на державному рівні так і на рівні установ чи відомств, слугує механізмом управління розподілу обмежених коштів на необхідні потреби без суттєвої різниці між ними в цих коштах. Також бюджетний менеджмент за своїм призначенням забезпечує дотримання правил формування й виконання бюджету, які відповідають принципам сучасної цивілізованої країни, громадського суспільства та ринкової економіки. Тобто бюджетний менеджмент створений для того щоб як найкраще керувати ресурсами та відносинами. [5].

Список використаних джерел

1. Розвиток бюджетного планування в Україні // [Електронний ресурс] .Режим доступу: <https://knute.edu.ua/file/NjY4NQ==/b89f1c2a6105e2c0278e512681bb2f66.pdf>
2. Бюджетний кодекс України // [Електронний ресурс] .Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/>
3. Бюджетний менеджмент: поняття та складові. // [Електронний ресурс] .Режим доступу: <https://ru.osvita.ua/vnz/reports/management/13341/#:~:text=>
4. Слободянюк Н.О. Бюджетний менеджмент [Текст] : конспект лекцій / Н.О. Слободянюк // ДонНУЕТ. – Кривий Ріг, 2016. – 300 с. // [Електронний ресурс] .Режим доступу: http://elibrary.donnuet.edu.ua/1205/1/2017_MP_Slobodyanyk_Byudget%20men_mag.pdf
5. Сутність і складові бюджетного менеджменту // [Електронний ресурс] .Режим доступу: <https://studfile.net/preview/5437202/>
6. Бюджетний менеджмент. Навчальний посібник // [Електронний ресурс] .Режим доступу: https://pidru4niki.com/72265/ekonomika/byudzhetniy_menedzhment
7. Бюджетний менеджмент // [Електронний ресурс] .Режим доступу: <https://uadoc.zavantag.com/text/20035/index-1.html>.

Особливості реалізації концесії у транспортній галузі

В сучасних умовах, в яких опинилася транспортна галузь України, важливим напрямком розвитку міського громадського транспорту є залучення представників бізнесу до партнерства. Ефективна взаємодія бізнесу, місцевого самоврядування та держави – можливість транспортним підприємствам подолати довготривалий кризовий стан. Відсутність бюджетного фінансового забезпечення транспортних підприємств вимагає ретельного вивчення всіх форм фінансування в рамках співпраці між державою й приватним сектором.

Більшість науковців приділили увагу вивченню питання реалізації проєктів державно-приватного партнерства в транспортній інфраструктурі. Впровадженню концесій державно-приватного партнерства для міського громадського транспорту приділено недостатньо уваги. Зі змінами в нормативно-правовому полі та підписанні Закону України «Про концесію» зростають перспективи перезавантаження діяльності суб'єктів господарювання транспортної галузі, що знаходяться у комунальній власності.

Практика показує, що запропоновані державними організаціями проєкти модернізації транспортної галузі не реалізуються або відкладені на невизначений термін з причини обмеження фінансових ресурсів. Впровадження інструментів державно-приватного партнерства забезпечує перевагу щодо фінансування з використанням приватних коштів, що може прискорити терміни отримання фінансових ресурсів, завдяки чому знижуються витрати на проєкт. Таке зниження відбувається за рахунок уникнення інфляційного зростання витрат, застосування світового досвіду та новітніх технологій, передачі ризиків до приватного бізнесу.

Досвід розвинених країн відображає позитивну динаміку впровадження партнерської взаємодії державних суб'єктів господарювання транспортної галузі та бізнесу. Основою відносин у межах системи «держава – бізнес» є взаємовигідний обмін ресурсами.

У світовій практиці існує декілька моделей співпраці держави та приватного сектору. З урахуванням ступеню участі приватного сектора виділяють чотири моделі:

1) найпоширеніша форма партнерства – концесії. Приватний партнер зобов'язується здійснювати управління проєктом в рамках договірної періоду, протягом якого на нього також покладається ризик, пов'язаний з інвестиційним вкладенням капіталу. Концесійні угоди задіяні майже в усіх інфраструктурних галузях. Таке партнерство надає концесіонеру право отримувати прибуток і/або грошові виплати від здійснення діяльності. Найпопулярнішою в світі є модель концесії Build-Own-Operate, згідно з якою інвестор будує або реконструює об'єкт державної власності, заробляє на експлуатації і сплачує відсоток державі;

2) контракти на управління та лізинг (Management and Lease Contracts): приватний сектор бере на себе відповідальність за здійснення управління проєктом, але при цьому об'єкт залишається у власності держави, яка приймає інвестиційні рішення;

3) «проєкти зеленого лану» (Greenfield Projects) – приватний партнер самостійно або спільно з державою будує і експлуатує новостворений об'єкт в межах терміну, зазначеного в контракті;

4) продаж активів (Divestitures) – приватний сектор купує частину об'єкту держсектора через розміщення вільних коштів в покупку акцій або через програми приватизації, що надають право власності на об'єкти [4].

До ознак державно-приватного партнерства належать: створення та/або будівництво (нове будівництво, реконструкція, реставрація, капітальний ремонт та технічне переоснащення) об'єкта державно-приватного партнерства та/або управління (користування, експлуатація, технічне обслуговування) таким об'єктом; довгострокові відносини від 5 до 50 років; розподіл частини ризиків між учасниками державно-приватного партнерства; внесення приватним партнером інвестицій в об'єкт державно-приватного партнерства [2].

Проаналізовано договір державно-приватного партнерства та визначено головні ознаки концесії:

- предмет концесії – державна та комунальна власність, а також сфери діяльності органів державного та місцевого самоврядування, яким характерна державна монополія;
- суб'єкти концесійного договору – органи державної та місцевої влади як власники майна;
- мета концесії – забезпечення суспільно значущих інтересів та потреб населення;
- реалізація концесії завжди передбачає договірну основу;
- обмеженість терміну концесії;
- концесія узаконює відшкодування і повернення предмета договору, що надається приватному партнеру щодо виконання її умов на оплатній основі, що визначена договором [3].

Фінансове забезпечення транспортної галузі України через впровадження механізмів державно-приватного партнерства має недостатній рівень поширення через такі обмеження:

- брак прозорого політичного середовища для впровадження проєктів транспортної галузі;

Секція 5. Концептуальні засади розвитку фінансів в умовах сталого розвитку

- нестабільний характер нормативної бази щодо залучення прямих іноземних інвестицій;
- відсутність податкового стимулювання.

Недосконалість нормативно-правової бази – один із головних чинників гальмування реалізації державно-приватного партнерства у транспортній галузі України. Тривалий час законодавство України у сфері концесії залишалося недосконалим та неузгодженим, що зумовлювало відсутність попиту серед потенційних інвесторів, держави та органів місцевого самоврядування.

3 жовтня 2019 року Верховна рада прийняла новий Закон № 155-ІХ «Про концесію», який вступив в силу 20 жовтня 2019 року. Законом визначено нормативно-правові, фінансові та організаційні аспекти реалізації проєктів державно-приватного партнерства, що здійснюються з метою модернізації інфраструктури та для розвитку соціально важливих послуг.

Відповідно до Закону України концесія – форма державно-приватного партнерства, де держава на умовах, передбачених концесійним договором, передає інвестору право на створення, будівництво або управління об'єктом концесії та надання суспільно важливих послуг. За таких умов значна частина операційних ризиків, що включає ризик попиту і ризик пропозиції, покладається на концесіонера [2].

В концесію можуть надаватися об'єкти права державної чи комунальної власності, зокрема, і надання послуг міським громадським транспортом. Реалізація концесій державно-приватного партнерства для суб'єктів господарювання транспортної галузі є важливим чинником на шляху до оновлення рухомого складу та впровадження суттєвих змін в інфраструктурі в цілому. Концесія вигідна для інвесторів, адже не зобов'язує проходити процедуру державної приватизації та вкладати кошти траншами. Виконання зобов'язань інвестором є гарантією розвитку транспортної галузі та інфраструктури.

Використання інструментів реалізації проєктів державно-приватного партнерства в транспортній галузі дозволить отримати переваги всім учасникам процесу. Суспільство отримає підвищення якості транспортних послуг та розвиток соціальної інфраструктури.

Впровадження проєктів ДПП для державних органів влади гарантує забезпечення діалогу між владою та бізнесом на партнерських засадах. Для держави така взаємодія означає нові можливості для створення та модернізації робочих місць; зменшення витрат, що пов'язані з наданням державних послуг; зростання ефективності управління та використання об'єктів державної власності; інноваційний розвиток проєктного фінансування та використання сучасних методів управління в органах державної влади. [1]

При укладанні договорів про партнерство з державою приватний сектор отримує ряд переваг: залучення бюджетного фінансування для впровадження проєктів державно-приватного партнерства; диверсифікація можливостей отримання кредитів від вітчизняних та/або міжнародних фінансових організацій під державні гарантії; спрощені процедури співпраці з державними дозвільними органами. Перевагою у партнерстві для приватного бізнесу є можливість інвестування коштів у традиційно державний сектор капіталовкладень, на які поширювалися обмеження для приватного капіталу. Для України – це можливість залучення приватних інвесторів до фінансування суспільно значущих галузей та розвитку транспортної галузі. Для інвестора – це отримання прибутку від функціонування об'єкту концесії.

Міжнародний досвід реалізації проєктів державно-приватного партнерства свідчить про партнерську, рівноправну та взаємовигідну співпрацю між державою, органами місцевого самоврядування та бізнесом, де всі зусилля спрямовуються на впровадження проєктів, що вирішують важливі для України питання на шляху до євроінтеграції. Обмеженість ресурсів на рівні органів місцевого самоврядування ускладнює утримання об'єктів комунальної власності. Тому впровадження концесії проєктів державно-приватного партнерства надає змогу вирішувати проблеми реконструкції, утримання та оснащення об'єктів комунальної власності.

Визначено, що потенціал договору концесії як перспективної форми державно-приватного партнерства надає можливість залучати додаткові приватні ресурси для розвитку і модернізації транспортної галузі, надає можливість знизити фінансове навантаження на місцеві бюджети, збалансувати операційні ризики та забезпечити ефективне управління суб'єктами господарювання.

Література

1. Постніков В.С. Особливості застосування державно-приватного партнерства як регулятора розвитку державно-приватного партнерства: Глобальні та національні проблеми економіки. 2018. № 22. С. 104–108.

2. Про державно-приватне партнерство [Електронний ресурс]: Закон України від 1 липня 2010 р. № 2404-VI. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2404-17>

3. Про концесію партнерство [Електронний ресурс]: Закон України від 03 жовтня 2019 № 157-ІХ. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/155-20#Text>

4. Стеценко Т. В. Відбір проєктів розвитку територіальних громад для співфінансування з місцевих бюджетів / Т. В. Стеценко, В. Г. Яременко, О. М. Лосева // Економіка і суспільство. – 2017. – № 11. – С. 474–480.

В.Г. Виговський
к.е.н., доцент кафедри менеджменту і підприємництва
О. Кучинський
магістрант
Державний університет «Житомирська політехніка»

Напрями ефективного управління фінансовим потенціалом підприємства

Сучасний стан економічних відносин в Україні характеризується такими негативними явищами, як нестабільність законодавчої бази, зростання неплатежів, інфляція та інше. Для багатьох підприємств це означає перебування в зоні господарської невизначеності, підвищеного ризику та можливого банкрутства. В таких умовах управління фінансовим потенціалом підприємства стає найважливішою частиною загального управління фінансово-господарською діяльністю підприємства.

Пошук Україною шляхів вирішення проблем, пов'язаних з трансформацією економіки, підвищує увагу до поняття «управління фінансовим потенціалом підприємства». Як показує аналіз досвіду зарубіжних країн і сучасних тенденцій економічного прогресу, саме політика формування фінансового потенціалу підприємства є одним з найголовніших питань в ринковій економіці.

Фінансовий потенціал можна охарактеризувати як відносини, що виникають на підприємстві з приводу досягнення максимально можливого фінансового результату за умови:

- можливості залучення капіталу, в обсязі необхідному для реалізації ефективних інвестиційних проєктів;
- наявності власного капіталу, достатнього для виконання умов ліквідності і фінансової стійкості;
- рентабельності вкладеного капіталу;
- наявності ефективної системи управління фінансами, що забезпечує прозорість поточного і майбутнього фінансового стану.

Системоутворюючим фактором в стратегії управління фінансовим потенціалом підприємства є ефективне використання інструментів фінансового ринку, головною функцією яких є забезпечення руху грошових потоків від одних суб'єктів господарювання до інших. Зокрема, фінансовий менеджмент повинен при плануванні фінансових потоків використовувати весь доступний інструментарій, в тому числі орієнтацію на внутрішні і зовнішні позикові джерела фінансування.

Економічний процес формування фінансового потенціалу підприємства характеризується наступними основними особливостями (принципами):

1. Формування фінансового потенціалу підприємства є головною вихідною умовою створення нового виду підприємництва.
2. Процес формування фінансового потенціалу підприємства безпосередньо пов'язаний із процесом первісного нагромадження фінансових ресурсів та їх залученням.
3. Формування фінансового потенціалу супроводжує всі стадії життєвого циклу підприємства, пов'язані з його поступальним економічним розвитком.
4. Процес формування фінансового потенціалу носить детермінований і регульований характер.
5. Формування фінансового потенціалу підприємства нерозривно пов'язане із цілями й напрямками стратегічного розвитку суб'єкта господарювання.
6. Швидкість формування нових власних фінансових ресурсів функціонуючого підприємства за рахунок внутрішніх джерел є тимчасовою перевагою його власників (менеджерів).
7. Процес формування фінансового потенціалу нерозривно пов'язаний із забезпеченням зростання ринкової вартості підприємства, що є однією із пріоритетних цілей фінансового менеджменту.
8. Ефективне формування фінансового потенціалу в розрізі окремих видів фінансових ресурсів є найважливішою умовою забезпечення фінансової стабільності підприємства.
9. Можливість формування фінансового потенціалу підприємства в майбутньому багато в чому визначається досягнутою їхньою структурою на попередній стадії господарського циклу, а саме відношення власних фінансових ресурсів джерел до залучених.
10. У процесі формування фінансового потенціалу підприємства необхідно враховувати вартість залучення фінансових ресурсів з різних джерел.

Для підвищення якості оцінки ефективності використання фінансових ресурсів необхідно використовувати комплекс методів. Вибір методів, що необхідно включити в даний комплекс, кожне підприємство повинно здійснювати індивідуально залежно від стадії життєвого циклу підприємства, його стратегічних планів і тактичних цілей.

Розробка моделей стратегічного управління фінансовим потенціалом підприємства пов'язано з рішенням такого важливого питання, як оптимізація розподілу прибутку між власником і інвестиціями.

Вибір дивідендної політики з урахуванням впливу всіх чинників (правових обмежень, обмежень в

Секція 5. Концептуальні засади розвитку фінансів в умовах сталого розвитку

зв'язку з розширенням виробництва, обмежень, пов'язаних з нестачею ліквідності дозволяє реалізувати основний принцип фінансового управління.

Практика зарубіжних фірм показує, що в тих випадках, коли внутрішні фінансові ресурси компанії достатні для фінансування необхідних проектів відбувається випуск нових цінних паперів. Це є одним із способів, щоб розмістити новий випуск акцій, тим самим реінвестується прибуток, отримані доходи можуть спрямовані на розвиток виробництва, що призведе до того, що буде збільшуватися вартість активів і пасивів балансу відповідно за рахунок збільшення розміру власних коштів.

Основною метою управління фінансовим потенціалом підприємства є забезпечення діяльності підприємства оптимальним обсягом фінансових ресурсів в кожен конкретний період часу у відповідності до напрямків його розвитку, організація формування необхідного рівня і раціонального використання фінансових ресурсів.

Раціональне управління фінансовими фінансовим потенціалом підприємства передбачає залучення коштів на вигідних для підприємства умовах та визначення оптимальної структури фінансових ресурсів, а також визначення методів і способів раціонального використання фінансових ресурсів з метою отримання найкращих фінансових результатів.

Система управління фінансовим потенціалом повинна базуватися на принципах важливості, повноти, оперативності, динамічності, достовірності, безперервності, циклічності з іншими економічними процесами, які відбуваються на підприємстві. Дотримання і виконання кожного конкретного завдання для досягнення поставленої мети залежить не тільки від системи організації виконання рішень, але і від системи методів і прийомів, що їх застосовують для прийняття управлінських рішень.

Для прийняття рішень щодо ефективного управління фінансовим потенціалом підприємства можна застосовувати досить різноманітні методи досліджень, до яких можна віднести наступні: аналіз і синтез, індукція, дедукція, метод асоціацій і аналогій, інтуїтивний метод тощо. Необхідно розуміти, що обраний метод залежить не тільки від виду завдання, але і від особистих якостей, знань, досвіду управління.

В основі системи управління фінансовим потенціалом знаходяться дві складових частини: управління формуванням фінансових ресурсів підприємства і управління використанням фінансових ресурсів. В основу системи управління формування фінансових ресурсів покладена концепція їх структури. У свою чергу процес планування структури фінансових ресурсів складається з таких частин як: оптимізація співвідношення частини боргового фінансування власних коштів і вибір конкретних фінансових інструментів для залучення фінансових ресурсів. Функціонування фінансових ресурсів пов'язано з прийняттям рішень відносно раціональної структури коштів і визначення напрямків фінансування.

Отже, можна виділити основні етапи процесу управління фінансовим потенціалом підприємства в сучасних умовах господарювання:

1. Визначення та формулювання проблеми та завдання управління фінансовими ресурсами, які повинні бути виконані на базі отриманого досвіду.

2. Прийняття і виконання управлінського рішення щодо використання фінансових ресурсів.

3. Аналіз результатів прийнятого рішення з точки зору можливих способів його модифікації або зміни.

Серед критеріїв ефективності пріоритет повинен належати таким параметрам системи управління фінансовими ресурсами підприємства, як:

- визначення реального обсягу наявних фондів фінансових ресурсів;
- обґрунтування оптимальних розмірів фондів грошових ресурсів, їх розподіл і використання з урахуванням потреб підприємств, економічної доцільності витрат, а також впливу їх на кінцеві результати господарської діяльності підприємства
- контроль за раціональним використанням ресурсів, виробничих фондів, виконанням планових завдань, безперервністю розрахунків, підвищенням рентабельності виробництва;
- організація своєчасних економічних розрахунків із фінансово-кредитною системою, іншими підприємствами, організаціями, працівниками.

В сучасних економічних умовах управління фінансовим потенціалом підприємства одночасно є управління основними цільовими функціями, до яких слід віднести прибуток, рентабельність, ціна капіталу, що залучається і грошові потоки підприємства, тим самим управління повинне носити комплексний характер на основі ефективної системи управління з виділенням основних елементів і їх змінних, в умовах поєднання показників діяльності окремих підрозділів з показниками діяльності всього підприємства.

Сучасні суб'єкти господарювання потребують інструментів, які забезпечують комплексне управління фінансовим потенціалом підприємства, і дозволяють якісно планувати і погоджувати між собою ресурси підприємства незалежно від виду діяльності, в умовах залучення капіталу і зміни впливу факторів, що впливають з урахуванням податкової політики держави, курсової різниці і умов комерційного кредитування.

Вишневецька Л. В.,

Науковий керівник:

Діденко Л.В.

**к.е.н, доцент кафедри фінансових ринків,
Університет державної фіскальної служби України**

Загрози та напрями забезпечення фінансової безпеки фондового ринку України

В умовах сучасних глобалізаційних та інтеграційних процесів важливого значення набуває необхідність підтримання фінансової безпеки національного ринку цінних паперів, який потребує більш ефективного регулювання зі сторони держави. Державний контроль та ефективне управління є необхідною умовою функціонування фондового ринку та забезпечення фінансової безпеки держави.

Фінансова безпека ринку цінних паперів – це оптимальний обсяг капіталізації ринку, що здатний забезпечити стійкий фінансовий стан емітентів, власників, покупців, організаторів торгівлі, торговців, інститутів спільного інвестування, посередників, консультантів, реєстраторів, депозитаріїв, зберігачів та держави в цілому [1]. Безпека фондового ринку це такий стан всіх сегментів та учасників ринку цінних паперів, при якому мінімізуються впливи зовнішніх та внутрішніх загроз, тим самим забезпечуючи захист інтересів учасників ринку на основі створення ефективної системи його регулювання.

До основних зовнішніх загроз фінансової безпеки фондового ринку можна віднести: втрату суверенітету національного ринку цінних паперів, прогресуючу залежність від іноземного інвестора, зростання міжнародної злочинної діяльності, обіг іноземних цінних паперів на ринку цінних паперів України. До внутрішніх загроз відносяться: низький рівень участі вітчизняних інвесторів, слабе законодавство у сфері захисту прав інвесторів, широке розповсюдження тіншових процесів на ринку цінних паперів (доходи отримані злочинним шляхом та їх виведення в офшорні зони) [2].

Проаналізувавши сучасну ситуацію на фондовому ринку України, ми дійшли висновку, що на жаль, більшість акцій українських підприємств і організацій надзвичайно слабо захищені, поки що не має достатньо потужних та надійних інструментів ринку цінних паперів, а ті, що є, мають короткий термін обігу, часом дуже високу дохідність і головне – низький рівень безпеки їх обігу. Відсутність ефективної системи розкриття інформації про українських емітентів цінних паперів, яка мала би бути рекомендована приватним емітентам, що залучають інвестиційний капітал на міжнародних ринках є одною з проблем, яка суттєво обмежує можливості українських підприємств щодо залучення закордонного інвестиційного капіталу [3].

Основні напрями у вирішенні проблеми безпеки фондового ринку України повинні включати: розробку законодавчо-нормативної бази регулювання та забезпечення фінансової безпеки ринку цінних паперів; безпеку учасників ринку цінних паперів (юридичних та фізичних осіб), захист комерційної таємниці; інформаційну безпеку фондового ринку, та захист емітентів та інвесторів, в тому числі і іноземних; захист інвесторів, включаючи безпеку ринку державних та корпоративних цінних паперів; безпеку сфери вексельного обігу; протидію правоохоронних та регулюючих органів злочинам та маніпуляціям з цінними паперами, а також відмиванню коштів з використанням цінних паперів.

Україна має усі об'єктивні передумови для динамічного поступу до цивілізованого ринку, однак труднощі, що безперервно з'являються через недосконалість і непорядкованість реформ, несумісність економічних методів управління і закономірностей формування ринкових структур, значні недоліки в правовому забезпеченні розвитку ринку цінних паперів та інших фінансових інструментів справляють негативний вплив на економічний стан країни, позначаються на формуванні фінансової політики і економічної захищеності держави.

У цьому контексті важливим є забезпечення дотримання прав міноритаріїв, у тому числі застосування податкових важелів стимулювання виплати дивідендів на їх користь, захист прав інвесторів та споживачів фінансових послуг, використовуючи розкриття інформації учасниками фінансового ринку на основі загальноприйнятих принципів, міжнародних стандартів бухгалтерського обліку і аудиту, недопущення зловживань з боку фінансових посередників і професійних учасників ринку, підвищення ролі держави на фондовому ринку. Своєчасна практична реалізація запропонованих заходів дозволить максимально використати можливості глобалізації щодо підвищення рівня безпеки фондового ринку та рівня національної фінансової безпеки в цілому.

Список використаних джерел:

1. Барановський О.І. Фінансова безпека фондового ринку / О.І. Барановський // Фінанси України. – 1999. – № 1.
2. Бондаренко Д.В. Моделювання основних факторів фінансової безпеки України / Д.В. Бондаренко // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. – 2016. Випуск 11 (Частина 2). – с. 176-182.
3. Барановський О.І. Фінансова безпека в Україні (методологія оцінки та механізми забезпечення) / О.І. Барановський; Київський національний торговельно-економічний ун-т. - К.: КНТЕУ, 2004. - 760 с.

Система державного фінансового контролю за використанням публічних фінансів

Система державного контролю за використанням публічних фінансів впродовж багатьох років перебуває в стані трансформації, це пов'язано з переходом від контролю, який зосереджений на виявленні порушень, до контролю, що спрямований на попередження порушень та формування системи управління державними фінансами націленої на ефективну, результативну та економну діяльність.

Система державного фінансового контролю за останні роки пережила важливу трансформацію. Так, Закон України «Про Рахункову палату» ухвалений в 2015 році розширив повноваження Рахункової палати України та закріпив її незалежність. Також, в 2017 році відбулось розмежування повноважень органу державного фінансового контролю – Державної аудиторської служби (далі – ДАСУ), та Міністерства фінансів в частині формування і координації політики державного внутрішнього фінансового контролю. Зокрема, центральний підрозділ гармонізації державного внутрішнього фінансового контролю увійшов у структуру Міністерства фінансів України, а ДАСУ була виведена з-під впливу Міністра фінансів та стала підконтрольною безпосередньо Кабінету Міністрів України.

В Україні система здійснення контролю за публічними фінансами функціонально розподілена на державний зовнішній фінансовий контроль та державний внутрішній фінансовий контроль. Відповідно до аналізу чинних нормативних актів схематично систему контролю публічних фінансів в Україні зображено на рисунку 1.

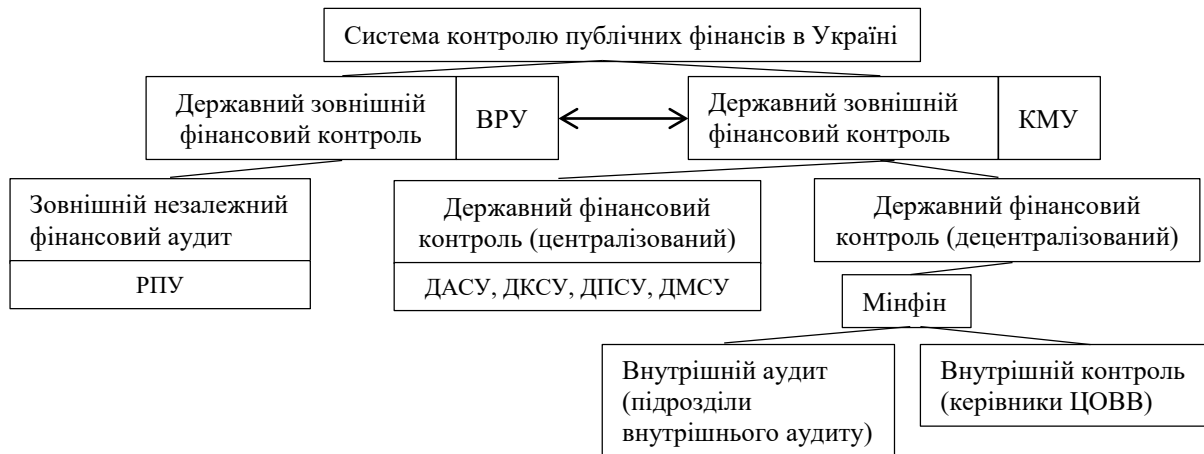


Рисунок 1. Система контролю публічних фінансів в Україні

Розподіл повноважень органів державної влади управляти публічними фінансами регламентується на конституційному рівні та визначає, що: Кабінет Міністрів України розробляє проект закону про Державний бюджет України і забезпечує виконання затвердженого Верховною Радою України Державного бюджету України, подає Верховній Раді України звіт про його виконання [2]; Верховна Рада України здійснює контроль за виконанням Державного бюджету України, а також за використанням коштів міжнародної технічної допомоги [2].

Відтак, основні засади системи контролю та аудиту в бюджетному процесі визначені у Бюджетному кодексі України та передбачають здійснення контролю за дотриманням бюджетного законодавства, незалежний контроль від імені Верховної Ради України, який реалізується Рахунковою палатою України, та наскрізну систему внутрішнього контролю та аудиту в усіх розпорядників коштів [1].

Відповідно до пункту 2 статті 8 Бюджетного кодексу України, Міністерство фінансів України в межах своїх повноважень: забезпечує формування та реалізацію державної фінансової та бюджетної політики, єдиної державної політики у сфері контролю за дотриманням бюджетного законодавства; координує та спрямовує діяльність органів виконавчої влади, уповноважених на проведення контролю за дотриманням бюджетного законодавства; визначає основні організаційно-методичні засади та дає оцінку функціонуванню систем внутрішнього контролю і внутрішнього аудиту [1].

У систему органів центральної виконавчої влади, що забезпечують централізовану реалізацію політики контролю державних фінансів та здійснюють державний фінансовий контроль, входять: Державна аудиторська служба України (ДАСУ), що забезпечує формування і реалізує державну політику у сфері державного фінансового контролю; Державна казначейська служба (ДКСУ), що відповідає за правильність ведення бухгалтерського обліку та достовірність фінансової та бюджетної звітності; Державна податкова служба (ДПСУ), що здійснює контроль за надходженням до бюджетів та державних цільових фондів податків і зборів;

Секція 5. Концептуальні засади розвитку фінансів в умовах сталого розвитку

Державна митна служба (ДМСУ), що здійснює контроль за надходженням до бюджетів митних та інших платежів.

Державний внутрішній фінансовий контроль (ДВФК) реалізовується в структурній єдності трьох обов'язкових складових – внутрішнього контролю, внутрішнього аудиту та підрозділу їх гармонізації [5]. На рівні центральних органів виконавчої влади (ЦОВВ) реалізація політики ДВФК покладається на міністрів та керівників інших органів виконавчої влади в частині створення підрозділів внутрішнього аудиту та забезпечення проведення внутрішнього аудиту в міністерствах та інших ЦОВВ [4], тобто в забезпеченні функціонування внутрішнього контролю та внутрішнього аудиту. Формування політики ДВФК в частині гармонізації внутрішнього контролю та внутрішнього аудиту покладається на Департамент гармонізації державного внутрішнього фінансового контролю Мінфіну [3].

На місцевому рівні регламентація функціонування внутрішнього аудиту має рекомендаційний характер [5] та не передбачає обов'язковості створення підрозділів внутрішнього аудиту органами місцевого самоврядування. Основний акцент робиться на централізований державний фінансовий контроль, що реалізовується ДАСУ в частині контролю за використанням бюджетних коштів, ДКСУ в межах забезпечення правильності ведення бухгалтерського обліку, та ДПСУ та ДМСУ в контролі за бюджетними надходженнями. Зважаючи на процес децентралізації в Україні ресурс місцевих бюджетів збільшується до 573,1 млрд грн у 2019 році, у зв'язку з чим постає необхідність подальшого вдосконалення нормативної бази контролю публічних фінансів на місцевому рівні задля ефективного, результативного та економного використання місцевих коштів.

Органом, уповноваженим здійснювати державний зовнішній фінансовий контроль (аудит) від імені Верховної Ради України є Рахункова палата України, діяльність якого спрямована на забезпечення ефективного використання публічних коштів шляхом фінансового аудиту, аудиту ефективності, експертизи, аналізу та інших контрольних заходів. Рахункова палата здійснює контроль за надходженням та використанням коштів Державного бюджету України, у тому числі за утворенням, обслуговуванням і погашенням державного боргу, ефективністю управління коштами державного бюджету, використанням коштів місцевих бюджетів у частині трансфертів, що надаються з державного бюджету.

Публічність та прозорість використання публічних коштів, що передбачені Законами України «Про відкритість використання публічних коштів», «Про доступ до публічної інформації» та «Про здійснення державних закупівель» дозволяють реалізовувати також громадський контроль за використанням публічних фінансів.

Проте, на сьогодні система фінансового контролю в публічному секторі потребує подальшого вдосконалення. Важливими елементами формування єдиної системи ДФК є:

По-перше, нормативне визначення та регламентація базових понять, принципів та засад функціонування державного фінансового контролю, державного внутрішнього фінансового контролю та державного зовнішнього фінансового контролю в єдиному нормативно-правовому акті;

По-друге, чітке нормативне регулювання та вдосконалення механізмів взаємодії контролюючих органів за використанням публічних фінансів з органами правопорядку для підвищення результативності, ефективності та економічності системи контролю публічних фінансів, а також забезпечення невідворотності покарання за вчинені правопорушення;

По-третє, створення єдиної інформаційно-аналітичної бази даних щодо проведених контрольних заходів, їх результатів, прийнятих за їх результатами рішень і вжитих заходів.

Список використаних джерел:

1. Бюджетний кодекс України: Закон України від 08.07.2010 р. №2456-VI. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2010, № 50-51. Дата оновлення: 14.10.2020. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2456-17> (дата звернення: 29.10.2020).
2. Конституція України, прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996 р. Відомості Верховної Ради України. Дата оновлення: 01.01.2020. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр> (дата звернення: 29.10.2020).
3. Положення про Департамент гармонізації державного внутрішнього фінансового контролю: наказ Міністерства фінансів України від 28.02.2017 р. № 313. Дата оновлення: 01.01.2020. URL: <https://regulation.gov.ua/documents/id243107> (дата звернення: 29.10.2020).
4. Деякі питання утворення структурних підрозділів внутрішнього аудиту та проведення такого аудиту в міністерствах, інших центральних органах виконавчої влади, їх територіальних органах та бюджетних установах, які належать до сфери управління міністерств, інших центральних органів виконавчої влади : постанова Кабміну від 28 вересня 2011 р. № 1001. Дата оновлення: 01.01.2020. URL: <http://www.dkrs.gov.ua/kru/uk/publish/article/83420;jsessionid=8D8BA646799F8EB9B916023D0EC289EE> (дата звернення: 29.10.2020).
5. Про схвалення Концепції розвитку державного внутрішнього фінансового контролю на період до 2017 року : розпорядження Кабінету Міністрів України від 24.05.2005 № 158-р. Дата оновлення: 17.12.2016. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/158-2005-%D1%80#Text> (дата звернення: 29.10.2020).

Гарник М.О.,
Науковий керівник:
Діденко Л.В., к.е.н., доцент
кафедри фінансових ринків
Університет державної фіскальної служби України

Роль фінансового ринку в економіці України: тенденції його розвитку

Фінансовий ринок є найважливішою складовою економіки країни. Тому від його стану та ефективності функціонування залежить економічний розвиток країни. [1. с. 128]. Стабільність фінансової системи держави, її ефективність і платоспроможність, мобілізація та перерозподіл фінансових ресурсів, у першу чергу, залежать від розвитку фінансового ринку в країні. У 2015 році було створено Комплексну програму розвитку фінансового ринку України на 2015-2020 рр., головною метою якої є забезпечення сталого розвитку фінансового ринку, це надасть можливість забезпечити прозорість, створить сприятливі умови для потенційних інвесторів і підвищить ліквідність фінансових інструментів ринку [2, с.189-190].

Програма також передбачає таку реформу фінансового сектору, де ключовими стратегічними цілями у ній є чисті надходження прямих іноземних інвестицій за період 2015–2020 рр., які, за даними Світового банку, повинні становити понад 40 млрд. доларів США. Проте прямі іноземні інвестиції за I квартал 2019 року сягали 0,8 млрд. доларів, з них більше 60% було спрямовано до реального сектору. Лідерами залучення ПІІ були добувна промисловість та виробництво скла та виробів зі скла. Також слід згадати питання Програми про максимальне відношення загального обсягу державного боргу та гарантованого державою боргу до валового внутрішнього продукту за розрахунками Міжнародного валютного фонду, що не перевищу ватиме 60%. На початку 2019 року рівень боргу до ВВП знизився з 72% до 61%, очікується подальше зниження. Також станом на 01.01.2019 порівняно з попереднім періодом минулого року продовжилися тенденції щодо зростання активів недержавних пенсійних фондів (на 13,9%), кредитних спілок (на 8,7%), страхових компаній (на 4,7%), ломбардів (на 16%). Обсяги небанківських фінансових послуг на початок 2019 року також мали тенденції росту [4].

У 2018 році відбулись значні зміни у регулюванні фінансового сектору загалом: 1. Пом'якшено валютні обмеження для банків та бізнесу 2. Посилено захист прав кредиторів 3. Удосконалено корпоративне управління в акціонерних товариствах 4. Схвалено проект Концепції гармонізації оподаткування інструментів фінансового сектору 5. Підписано Меморандум між НБУ та НКЦПФР щодо розвитку ринку капіталу 6. Удосконалено нормативи професійної діяльності на фондовому ринку та управління ризиками 7. Підвищено стандарти розкриття інформації на ринку цінних паперів.

Зважаючи на завершення в 2019 році строків впровадження заходів Комплексної програми розвитку фінансового сектору України та враховуючи наміри сторін посилити співробітництво у впровадженні реформ у фінансовому секторі, усі регулятори фінансового ринку спільно розроблять середньострокову стратегію розвитку фінансового сектору на 2020–2025 роки, а також будуть спільно організовувати та проводити заходи, необхідні для її реалізації [3].

Нині в Україні створено фінансовий ринок із досить високим рівнем державного регулювання, яке побудоване за функціональним принципом на основі змішаного регулювання діяльності його учасників, що загалом відповідає рівню розвитку фінансового ринку та стану фінансової системи країни. Створення фінансової системи, що здатна забезпечити сталий економічний розвиток за рахунок ефективного перерозподілу фінансових ресурсів в економіці, є необхідною передумовою для розбудови повноцінного конкурентного середовища згідно із Стандартами Європейського Союзу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Блага Н.В. Інформаційна прозорість фондового ринку України//Фінанси України. – 2017. – № 3. – С. 90-95.
2. Коніна М. Сучасний стан фінансового ринку України та шляхи його вдосконалення/ М.Коніна, К. Реха, В. Янковський// Економічний дискурс. Міжнародний науковий журнал. – 2019. – Випуск 2. – с. 183-192.
3. Міністерство фінансів та фінансові регулятори спільно розроблять п'ятирічну стратегію розвитку фінансового сектору // Урядовий портал. 2019. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/news/minfin-ta-finansovi-regulyatori-spilno-rozroblyatpyatirichnu-strategiyu-rozvitku-finansovogo-sektoru>
4. Національна комісія фінансових послуг звітує про виконання Комплексної програми розвитку фінансового сектору України до 2020 року за 2018 рік // Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг. URL: [https://www.nfp.gov.ua/ua/ Informatsiini-povidomlennia/27244.html](https://www.nfp.gov.ua/ua/Informatsiini-povidomlennia/27244.html)

**Дем'янчук М.А., доцент кафедри фінансів,
банківської справи та страхування, к.е.н., доцент
Донецький А.Ю., здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова**

Розвиток фінансового сектору України у сучасних умовах

Завдяки реформі фінансового сектору 2014-2019 років, яка сприяла макрофінансовій стабілізації і зміцненню спроможності регуляторів й учасників фінансового ринку протистояти кризовим явищам, вирішено системні проблеми у фінансовому секторі. Зокрема, це стосується реформи монетарної політики НБУ, яка слугувала базою стабілізації банківської системи України; ліберального валютного регулювання, що розширює можливості транскордонних операцій та інвестування; очищення банківського сектору від неплатоспроможних банків за допомогою впровадження системи оцінки банків відповідно до європейської методології тощо. Все ці дії сприяли підвищенню фінансової стійкості та прозорості банків, зміні стандартів корпоративного управління та посиленню захисту прав інвесторів, а також прав споживачів фінансових послуг і популяризації фінансової грамотності населення країни. Тому наступним етапом розвитку фінансового сектору України має стати формування ефективної екосистеми, ключовою метою суб'єктів якої є задоволення кінцевих споживачів відповідними фінансовими інструментами. Вирішення цього питання дозволить розвинути конкурентоспроможний фінансовий сектор України у міжнародному фінансовому просторі як основи сталого і інклюзивного зростання країни.

Стратегією фінансового сектору України до 2025 року [1] визначено п'ять основних стратегічних напрямів, кожен з яких передбачає реалізацію стратегічних цілей та завдань. Зокрема до стратегічних напрямів віднесено:

1. Фінансову стабільність, що передбачає підвищення ефективності фінансового сектору та удосконалення наглядових підходів, зростання прозорості фінансового сектору та його стійкості до викликів, а також підвищення якості корпоративного управління та управління ризиками.

2. Макроекономічний розвиток направлений на забезпечення стійкості державних фінансів, сприяння кредитування економіки та посилення захисту прав кредиторів і інвесторів, створення умов для залучення довгострокових ресурсів.

3. Фінансову інклюзію, яка направлена на підвищення доступності та рівня користування фінансовими послугами, фінансової грамотності населення, а також посилення захисту прав споживачів фінансових послуг.

4. Розвиток фінансових ринків через сприяння розвитку ринків небанківських фінансових послуг, ефективної інфраструктури ринків капіталу, інтеграції ринку України у світовий фінансовий простір.

5. Інноваційний розвиток, що заснований на розвитку відкритої архітектури фінансового ринку та оверсайта, забезпеченні розвитку ринку інноваційних фінансових технологій, цифрових технологій та платформ регуляторів, наглядових та регуляторних технологій, а також цифрової економіки.

Реалізація зазначених стратегічних напрямів дозволить досягти фінансової стабільності в країні через запобігання кризам та їхньому поширенню, посилення стійкості до криз, мінімізації наслідків кризових явищ. З цією метою в Україні провадиться макропродуційна політика, підтримуються банки як кредитори останньої інстанції, здійснюється нагляд (оверсайт) за банками, платіжними системами та системами розрахунків, здійснюється стрес-тестування банківської системи та найбільших позичальників банків щоб забезпечити фінансову стійкість передусім системно важливих банків.

Однак карантинні обмеження в Україні призвели до зниження економічної активності. Зокрема, знизилась доходи та прибуток підприємств, скоротилась платоспроможність домогосподарств, змінилися у гірший бік настрої населення та бізнесу, що спричинило зростання невизначеності. Втім вітчизняні банківські установи завдяки достатності капіталу, прибутковості, стабільному фондуванню та високій ліквідності були готові до наслідків щодо відпливу коштів та зниженню платоспроможності позичальників, яка відобразиться з часом та може становити приблизно 10-15% портфеля, що, в свою чергу, знижує доходність банків. При цьому з боку Національного банку України розширено можливості підтримки ліквідності банків шляхом вивільнення капіталу для поглинання збитків та кредитування, а також створено умови для реструктуризації позик. Однак банківським установам, з огляду на виклики коронакризи, необхідно постійно проводити моніторинг макроекономічного середовища, вчасно формувати резерви, відслідковувати показники платоспроможності боржників та вчасно реагувати на проблеми, знижувати депозитні ставки та безперечно адаптувати бізнес моделі до роботи в умовах затяжної кризи.

Література:

1. Стратегія фінансового сектору України до 2025 року. URL:
https://mof.gov.ua/storage/files/Strategija_financovogo_sektoru_ua.pdf (дата звернення: 28.10.2020).

УДК: 336.1

Дончук Ю.Ю., студентка 2 курсу, групи ФБСМ-4
Науковий керівник: Литвинчук І.В., доц., к.е.н.
Державний університет «Житомирська політехніка»

УДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ КРЕДИТНИХ СПІЛОК НА РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ

В Україні проблема удосконалення діяльності кредитних кооперативів залишається однією з найактуальніших. Оскільки стає на заваді безпеці та надійності роботи вітчизняних кредитних спілок.

На сучасному етапі розвитку система кредитної кооперації має багато проблемних питань, вирішення яких дасть змогу розкрити її економічний та соціальний потенціал, а також захистити законні права та інтереси членів кредитних спілок. Удосконалення законодавства та захист інтересів їх вкладників повинні стати пріоритетними напрямками державної політики.

Потенціал та можливість кредитних спілок в Україні не використовуються належним чином. Проте їх розвиток через державну підтримку може дати змогу забезпечити необхідну стабільність на ринку фінансових послуг України, стати вагомим джерелом фінансового забезпечення домогосподарств.

Загалом щодо дослідження проблем та розроблення окремих напрямів розвитку кредитних спілок в Україні працювали такі вчені та практики, як В.І. Алексеев, С.Г. Бабенко, Л.І. Бабидорич, О.В. Гаркуша, С.Д. Гелей, В.В. Гончаренко, Я.Л. Гончарук, О.В. Добровольська, В.М. Довганюк, О.К. Єлісеєва, В.В. Іжевський, Л.І. Катан, Г.В. Колеснікова, О.Я. Маліновська, Л.О. Примостка, В.М. Русан, А.А. Стадник, О.О. Хоменко, В.Г. Швець.

Основними проблемами розвитку вітчизняних кредитних спілок є:

- наявність значної кількості дрібних кредитних спілок з низьким рівнем капіталізації та активами невеликих розмірів, що свідчить про їх неспроможність кредитувати значні за обсягами проекти, зокрема придбання дорогої техніки, обладнання, транспорту, нерухомості;
- наявність у структурі кредитної спілки значної кількості неактивних членів, які б могли постачати спілці депозитні ресурси, а також робити внески за отримані кредити чи інші послуги;
- відсутність стандартизованої методики оцінки ризиків клієнтів кредитної спілки, що зумовлює значну частку прострочених позик та погіршує фінансові показники їх діяльності;
- відсутність ефективного механізму захисту прав учасників кредитних спілок щодо гарантування вкладів у кредитній спілці (відсутність державних гарантій щодо повернення внесків вкладників, таких як гарантії за банківськими вкладами);
- високі процентні ставки за позиками, що зменшує попит на них;
- існування значної кількості кредитних спілок, що у своїй діяльності не дотримуються основних принципів міжнародного кооперативного руху та вимог щодо захисту прав своїх членів (наявність значних правопорушень у кредитній сфері, як адміністративних, так і кримінальних).

Проаналізувавши основні проблеми діяльності кредитних спілок, фактори, що на неї впливають, а також взявши до уваги певні аспекти досліджень науковців, пропонуємо такі основні шляхи вдосконалення діяльності:

1) Запровадити на державному та регіональному рівнях систему стабілізації та фінансового оздоровлення кредитних спілок, здійснення процесів злиття чинних кредитних спілок та виведення з ринку неплатоспроможних кредитних спілок.

2) Сформуванню єдиної саморегулюючої організації кредитних спілок з визначенням в законодавчому порядку обов'язкового членства в ній кредитних спілок (сьогодні функціонують Всеукраїнська асоціація кредитних спілок, Національна асоціація кредитних спілок України, Всеукраїнська Асоціація Кредитних Спілок Військовослужбовців та Працівників Силових Відомств, але немає визнання їх статусу як саморегулюючих організацій, в законодавстві відсутні положення делегування їм повноважень щодо регулювання діяльності кредитних спілок), що сприятиме розробленню та запровадженню єдиних правил поведінки на ринку кооперативного кредитування, професійних та технологічних стандартів діяльності, посиленню нагляду та контролю за дотриманням основних показників діяльності кредитних спілок, піднесенню іміджу й довіри до кредитних спілок.

3) Створити систему гарантування депозитів учасників кредитних спілок шляхом включення кредитних спілок до банківської системи гарантування вкладів, яку представляє Фонд гарантування вкладів фізичних осіб.

4) Розширити перелік фінансових послуг, що надаватимуть кредитні спілки своїм учасникам, та фінансових інструментів, що використовуватимуться кредитними спілками;

Секція 5. Концептуальні засади розвитку фінансів в умовах сталого розвитку

5) Розширити коло споживачів послуг кредитних спілок за рахунок малих підприємств, фермерських господарств та інших кооперативів.

6) Сформувати інфраструктуру системи кредитної кооперації (бюро кредитних історій, центр юридичного супроводу, центр внутрісистемного аудиту, лізингові, факторингові та страхові компанії, ІТ-компанії тощо), яка б забезпечувала кредитні спілки та їх об'єднання консультативним супроводом, сучасними програмними продуктами, даними єдиної бази позичальників з метою мінімізації кредитних ризиків, аудит, управління ліквідністю.

7) Активізувати діяльність кредитних спілок щодо підтримки сільськогосподарських підприємств для забезпечення економічного розвитку відповідних територій (надання фінансових послуг усім категоріям населення сільських районів, функціональна інтеграція з територіальними громадами, іншими видами кооперативів, різноманітними формами економічної чи соціальної самоорганізації населення, професійними спілками, трудовими колективами, навчальними закладами, організація кредитування, консультування та інформаційного обслуговування мешканців села, кредитування інфраструктури обслуговування сільськогосподарського виробництва).

8) Створити подібну до європейських моделей трирівневу систему кредитної кооперації, яка має будуватися за принципом «знизу догори». Перший рівень мають становити кредитні спілки та кредитні кооперативи, які надаватимуть своїм членам необхідні фінансові та нефінансові послуги. Другий рівень мають становити об'єднані кредитні спілки, власниками та клієнтами яких будуть кредитні спілки та кооперативи, що забезпечуватимуть більш ефективне функціонування низових кооперативних установ та з часом в разі накопичення достатнього капіталу зможуть трансформуватись у повноцінні обласні кооперативні банки, які будуть обслуговувати потреби низових кооперативних організацій. Можливості об'єднань кредитних спілок значно більші, ніж окремої кредитної спілки, адже це й ширші зв'язки із зовнішніми організаціями, й прогресивніші технології, й налагодження співпраці з банківською системою тощо. Третій рівень має становити центральний кооперативний банк, заснований обласними кооперативними банками та об'єднаними кредитними спілками задля забезпечення їх додатковими фінансовими послугами.

Вважаємо, що вищезгадані пропозиції вдосконалення діяльності кредитних спілок та законодавства забезпечать формування умов для розвитку кредитних спілок та можливість у перспективі посісти одне з провідних місць у кредитуванні, а також стати головною опорою для малих виробників.

Зарубіжний досвід формування видатків бюджету

Здійснення бюджетних видатків є важливим напрямом фінансової політики держави. Саме склад і структура видатків бюджету окремих держав дозволяють зробити висновки та узагальнення з приводу економічного, соціального і політичного стану розвитку на певний час. Світовий досвід показує, що стабільним фінансовим системам властива вагома частка видатків бюджету у ВВП. Так, протягом 2009-2018 рр. відповідні показники коливалися у Великій Британії в межах 38,6-44,1 %, у Німеччині – 41,3-45,6 %, у Італії – 48,3-51,1 %, у Франції – 56-57,2 %, у Норвегії – 41,8-49 %, у Японії – 37,3-40,9 %. Канаді та США, як представникам американської моделі фінансових відносин, характерний низький рівень бюджетної централізації – 17,6-23,1 % та 35,2-39,8 % відповідно.

Аналіз видаткової частини державних бюджетів зазначених вище країн засвідчив, що подання інформації в частині групування видатків у Японії та Канаді дещо різниться від більшості і не надає можливості для порівнянь. Однак можна стверджувати, що для усіх країн бюджетні видатки мають тенденцію до зростання (табл. 1), що позитивно позначається на темпах росту промислового виробництва. Так, видатки Канади у 2018 р. склали 330,2 млрд. дол. США, що на 17,7 млрд. більше, ніж у попередньому році. В свою чергу, у Японії видатки у 2018 р. зросли на 258,1 млрд. єн.

Таблиця 1

Структура видатків державних бюджетів окремих країн світу станом на 2018 р.

Видатки	Україна	Норвегія	Франція	Німеччина	Італія	Велика Британія	США
Загальнодержавні функції	16,5 %	8,7 %	11,0 %	10,5 %	16,2 %	10,3 %	9,1 %
Оборона	9,8 %	3,5 %	3,1 %	11,0 %	2,6 %	7,5 %	20,9 %
Громадський порядок, безпека, судова влада	11,9 %	2,4 %	3,0 %	1,6 %	3,8 %	2,6 %	0,9 %
Економічна діяльність	6,5 %	11,2 %	10,3 %	19,0 %	7,9 %	6,3 %	3,2 %
Охорона навколишнього середовища	0,5 %	1,9 %	1,8 %	0,4 %	1,7 %	0,8 %	0,5 %
Житлово-комунальне господарство	0,1 %	1,6 %	2,0 %	0,9 %	0,9 %	0,5 %	1,0 %
Охорона здоров'я	2,3 %	16,6 %	14,5 %	0,2 %	14,2 %	22,8 %	27,7 %
Духовний та фізичний розвиток	1,0 %	3,4 %	2,5 %	0,4 %	1,6 %	1,2 %	0,1 %
Освіта	4,5 %	11,2 %	9,1 %	6,3 %	8,2 %	6,6 %	2,6 %
Соціальний захист та соціальне забезпечення	16,6 %	39,5 %	42,7 %	49,4 %	42,9 %	34,4 %	34 %
Інші видатки	30,3 %	-	-	0,3 %	-	7,0 %	-
Усього	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %
	985,8 млрд. грн.	1706,7 млрд. крон	1318,6 млрд. євро	348,29 млрд. євро	854,6 млрд. євро	630,8 млрд. ф.ст.	4109,1 млрд. дол.
Приріст видатків в порівнянні з 2017 р.	+ 17,5 %	+ 4,3 %	+ 1,9 %	+ 5,2 %	+ 1,6 %	+ 3,7 %	+ 3,2 %
Частка видатків бюджету у ВВП	35,13 %	46,45 %	56,04 %	42,66 %	48,34 %	38,60 %	35,16 %

Структура видатків державних бюджетів зарубіжних країн, що склалася у 2018 р., свідчить про спрямування значної частки коштів державних бюджетів на фінансування соціального страхування та забезпечення (34-49,4 %), охорони здоров'я (14,2-27,7 %) та освіти (6,3-11,2 %). У Норвегії як представника скандинавської моделі фінансових відносин, для якої характерне забезпечення високого рівня державних соціальних послуг для всього населення, частка соціальних видатків є вагомою. При цьому найвище відношення витрат на соціальний захист до ВВП як серед країн ЄС, так і великої сімки мала Франція - 31,2 %. Італія витратила 27,9 % свого ВВП на соціальний захист, що є п'ятим за величиною показником серед 28 країн ЄС та другим серед країн великої сімки. Німеччина витратила приблизно 25,1 % свого ВВП на соціальний захист, а Велика Британія – 20,6 % зайнявши восьме та сімнадцяте місця відповідно.

Франція є єдиною країною Топ-10, яка скоротила соціальні видатки у 2018 р., однак була першою за рівнем витрат на охорону здоров'я (випередивши США та Німеччину), третьою за рівнем витрат на виплату пенсій (після Греції та Італії) та сьомою за витратами на виплату допомоги по безробіттю (що

Секція 5. Концептуальні засади розвитку фінансів в умовах сталого розвитку

зумовлено високим рівнем безробіття в країні – 9,06 %), допомоги сім'ям та інших виплат людям працездатного віку.

Структура доходів і видатків федерального бюджету США формується під впливом багатьох чинників, найважливішим серед яких є політична боротьба між демократичною та республіканською партіями. Видатки на соціальні потреби і медицину є найбільшими і коливаються від 16,6 до 17,4 % ВВП та від 40 до 50 % загальних видатків протягом 2015-2019 рр. В свою чергу, в частині федеральних видатків на соціальні потреби припадає 35-37 %. Найнижчий рівень видатків на освіту серед усіх країн - 2,6 % - пояснюється тим, що у США освіта переважно фінансується з бюджетів штатів (у 2018 р. припадає 28,4 % сумарних видатків на освіту) та місцевих бюджетів (припадає 67 % сумарних видатків на освіту).

Військові витрати є другою за величиною статтею в федеральному бюджеті після соціального забезпечення (20,9 % видатків федерального бюджету та 4,2 % ВВП). Забезпечення виконання державою функції оборони виходить із воєнної доктрини, яка спирається на провідну роль США у світі. Це могутня у воєнній сфері держава, яка відповідно значні кошти витрачає на воєнні цілі. За звітом SIPRI, в 2019 р. на США припало 38 % світових військових витрат. Ці кошти були спрямовані на збільшення чисельності збройних сил, модернізацією озброєння і ядерного арсеналу, на покращення безпеки кордонів Сполучених Штатів, у тому числі й розбудову стіни на кордоні з Мексикою. Передбачається, що у новому бюджетному році, який розпочинається з 1 жовтня 2020 р., військові витрати США сягнуть 934 млрд. дол.

Витрати на соціальне забезпечення, як і в інших країнах, складають вагомую частину щорічних витрат уряду Японії – в середньому 32-34 % загальних витрат. Щорічне зростання цього виду витрат зумовлено, в першу чергу, прискоренням старіння населення. Бюджет на 2019 фінансовий рік передбачив зростання витрат на соціальне забезпечення більш ніж на 1 трлн. єн (з 32,97 трлн. єн у 2018 р. до 34,06 трлн. єн у 2019 р.), у тому числі приблизно на 477 млрд. єн це пов'язано саме зі старінням населення. Очікується, що новими відправними точками у зростанні соціальних видатків стануть 2025 рік (коли післявоєнне покоління досягне 75-річного віку) та 2040 рік (згідно з прогнозами, чисельність населення у віці 65 років і старше досягне рівня 35 %). Дефіцитність бюджету Японії, її залежність від випуску державних облігацій для фінансування розриву, зростання державного боргу в останні десятиріччя та досягнення на даний час рівня 237,1 % ВВП пов'язують саме із зростанням витрат на соціальне забезпечення.

Для фінансового забезпечення соціального захисту у Японії спрямовуються надходження від податку на споживання, який був уведений в 1989 р. на рівні 3 %, як аналог ПДВ. Його ставка з часом була підвищена до 5 %, а з 2014 р. до 8 %. Встановлення ставки податку на рівні 10 % у 2019 р. було вжито саме як захід щодо скорочення державного боргу. Однак, зважаючи на зростаючі витрати на підтримку системи соціального забезпечення старіючого населення, є ймовірним подальше підвищення ставки податку на споживання, яка все ще залишається набагато нижчою рівнів аналогічного непрямого оподаткування в інших промислово розвинутих країнах (15 % податку на додану вартість у Європейському союзі, 25 % - в Швеції, 20 % - у Франції, 19 % - у Німеччині).

Не зважаючи на те, що протягом 2003-2013 рр. бюджету Японії було характерне невинне зниження витрат на оборону, починаючи з 2014 р. восьмий рік поспіль вони мають сталу тенденцію до збільшення - з 4,88 трлн. єн у 2014 р. до 5,26 трлн. єн у 2019 р. (хоча їх частка у загальних видатках за цей період не виходила за межі 5,09-5,31 % і не перевищувала 0,94 % ВВП). У грудні 2018 р. кабінет прем'єр-міністра Сіндзо Абе затвердив Керівні принципи програми національної оборони і Середньостроковий оборонний план, згідно з яким Японія протягом наступних п'яти фінансових років, до 2024 р. витратить приблизно 243 млрд. дол. США на оборону. Уже у 2020 р. витрати можуть скласти 5,32 трлн. єн (близько 50 млрд. дол.), що зумовлено ядерними та ракетними загрозами Північної Кореї і претензіями Китаю на суверенітет в Східному і Південно-Китайському морях.

До 15 країн світу з найвищими військовими бюджетами (окрім Японії) також належать Канада, Франція, Німеччина, Італія, Велика Британія і США, які є членами НАТО. Німеччина є другою після США країною за величиною частки видатків на оборону у державному бюджеті (табл. 1) – протягом 2014-2018 рр. 11-12 % загальних видатків припадає саме на оборону. Поступове нарощення видатків пов'язане із зобов'язанням на саміті НАТО в Уельсі в 2014 р. країн-членів до 2024 рр. забезпечити видатки на оборону на рівні не менше 2 % свого ВВП. У 2018 р. військові витрати Німеччини склали 38,3 млрд. євро (1,14 % ВВП), а у 2019 р. зросли до 42,65 млрд. євро (1,24 % ВВП). Крім зобов'язань перед НАТО збільшення оборонного бюджету Німеччини також пояснюється геополітичною ситуацією в Європі. Федеральному бюджету Німеччини також характерна найнижча серед країн, що розглядаються, частка видатків на охорону здоров'я – 0,2 %, що можна пояснити тим, що майже 100 % загальнодержавних витрат на заклади освіти й охорони здоров'я у Німеччині припадає на бюджети земель та громад.

Державний бюджет Німеччини протягом 2014-2018 рр. мав яскраво виражений профіцитний характер. Так, 2018 рік Німеччина закінчила з найвищим (після воз'єднання в 1989 р.) профіцитом бюджету в розмірі 58 млрд. євро, що пояснюється збільшенням доходів (за рахунок підвищення зайнятості населення, і, як наслідок, збільшення бази оподаткування, зростання розміру внесків до фондів соціального страхування (на 4,3 %); зростання доходів держави від відсотків отриманих (на 16,1 %)) та зменшенням видатків пов'язаних з обслуговуванням державного боргу (на 8,5 %) в результаті зниження його рівня. Тому

Секція 5. Концептуальні засади розвитку фінансів в умовах сталого розвитку

середньострокові бюджетні плани Німеччини на 2018-2022 рр. передбачили заходи щодо збільшення видатків і зниження податків і ставок внесків до фондів соціального забезпечення. Додаткові державні витрати протягом 2018-2022 рр. мають скласти близько 1,7 % ВВП або в середньому 0,35 % на рік. 0,6 % ВВП заплановано на цілі, орієнтовані на споживання, пов'язані з системою соціального забезпечення Німеччини (догляду за людьми похилого віку, дітей, безробітних). Транспортна інфраструктура, освіта, дослідження та розробки, цифрові технології, або, частково, сільське господарство, житлове господарство, регіональна політика, міжнародний розвиток і гуманітарна допомога, отримають 0,8 % ВВП, а Фонд розширення / модернізації цифрової інфраструктури внесе ще 0,3 %.

Державний борг Італії у 2018 р. складає 134,8 % ВВП і є найбільшим серед досліджуваних європейських країн та більш ніж удвічі перевищує межу встановлену Маастрихтською угодою в 60 %. Задля зниження державного боргу Італії урядом було окреслено наступні заходи:

- скорочення віку виходу на пенсію з 67 до 62 років, що дасть змогу вивільнити робочі місця для молоді – рівень безробіття в країні залишається доволі високим – 10,61 % в 2018 р та 9,89 % - у 2019 р.;

- зниження рівня оподаткування до 15 % для самозанятих осіб з річним доходом менше 65000 євро;

- введення 3 %-го «веб-податку» для компаній, які займаються продажем товарів, послуг або реклами в інтернеті. За оцінками, в 2019 р. цей захід мав забезпечити 150 млн. євро і 600 млн., коли система буде повністю введена в дію.

- зростання рівня оподаткування банків та страхових компаній.

- попередньо передбачалося інвестування 38 млрд євро в інфраструктуру протягом 15 років, в т.ч. 9 млрд. протягом наступних 3 років - ця цифра була скорочена до 3,6 млрд. євро.

- скорочення допомоги мігрантам на суму 500 млн. євро.

- підвищення податків на доходи від ігор і приватизації;

- прогресивне скорочення прямої допомоги для преси: на 28,5 млн. євро в 2019 р., а в 2022 році - взагалі відсутнє;

- передбачено податок в розмірі від 1100 до 2500 євро за придбання автомобілів підвищеної потужності, крім вантажних автомобілів, і бонус за електромобілі або гібридні автомобілі;

- стягнення Венецією податку з відвідувачів в розмірі від 2,5 до 5,0 євро з особи в залежності від пори року.

Норвегія є найбільшим виробником нафти у Західній Європі та одним із головних експортерів нафти у світі, що дало можливість сформувати спеціальний суверенний інвестиційний фонд та забезпечує великий бюджетний профіцит до 10 % ВВП щороку (у 2018 р. – 7,8 %, а у 2019 р. – 6,4 %). Це дає змогу уряду Норвегії провадити економічну політику, яка сприяє структурній перебудові, інноваціям та зростанню економіки, та забезпечує рівень безробіття менший, ніж 4 % робочої сили, – упродовж 2018 - 2019 рр. увагу акцентовано на фінансуванні наукових досліджень, освіти та транспорту. У 2019 р. зросли також витрати на оборону, що викликано потопленням фрегату KMN Helge Ingstad, та витрати на заходи щодо зменшення наслідків зміни клімату.

В Україні протягом 2009-2018 рр. спостерігалось поступове зростання питомої ваги видатків зведеного бюджету у ВВП (від 33,67 % до 35,13 %), що в цілому відповідає світовим тенденціям. Однак, фінансування соціальних потреб, науки й освіти є значно нижчим у порівнянні з розвинутими країнами. Так, у 2018 р. частка витрат на соціальний захист та соціальне забезпечення у загальних видатках державного бюджету склала лише 16,6 %, на освіту – 4,5 %, охорону здоров'я – 2,3 %. В свою чергу, видатки на соціальне забезпечення на 91,6 % були представлені видатками на соціальний захист пенсіонерів. Причому, починаючи з 2014 року, цим статтям були характерні сталі тенденції до зниження і лише в 2019 р. спостерігається їх незначне зростання. Водночас відбувається постійне збільшення частки видатків на оборону, що пояснюється тривалим військовим конфліктом з Російською Федерацією (якщо у 2014 р. це 6,36 %, то у 2019 р. – 9,94 %).

Отже, вивчення зарубіжного та вітчизняного досвіду показало, що залежно від соціально-економічної і політичної ситуації та розробленої стратегії соціально-економічного розвитку країни бюджетна політика може передбачати різний ступінь перерозподілу ВВП за допомогою бюджету, більший чи менший рівень централізації фінансових ресурсів у межах бюджетної системи, пріоритетність бюджетного фінансування тих чи інших заходів, вибір шляхів досягнення збалансованості бюджетних доходів і видатків тощо. Однак, у зв'язку з погіршенням демографічної ситуації, старінням населення і збільшенням тривалості життя, можна однозначно свідчити про високу соціальну спрямованість бюджетів досліджуваних країн.

Н.М. Іванисько, студентка, ФБС-2, ФБСО
Науковий керівник - В.В. Довгалоук, доц., к.е.н.,
доцент кафедри фінансів і кредиту
Державний університет «Житомирська політехніка»

Сутність екологічного податку та його роль в системі оподаткування

Згідно з Податковим кодексом України екологічний податок – це загальнодержавний обов'язковий платіж, що стягується з суб'єктів господарювання, юридичних осіб, що не здійснюють підприємницьку діяльність бюджетних установ, громадських та інших підприємства, установ та організацій, постійних представництв нерезидентів під час провадження діяльності на території України і в межах її континентального шельфу. До об'єктів оподаткування екологічним податком відносять: обсяги та види забруднюючих речовин, що викидаються в атмосферне повітря стаціонарними джерелами, та види забруднюючих речовин, що викидаються безпосередньо у водні об'єкти, обсяги та види (класи) розміщених відходів, крім обсягів та видів (класів) відходів як вторинної сировини, що розміщуються на власних територіях (об'єктах) суб'єктів господарювання, обсяги та категорія радіоактивних відходів, що утворюються внаслідок діяльності суб'єктів господарювання, обсяги електричної енергії, виробленої експлуатуючими організаціями ядерних установок.

Ідею екологічного оподаткування запровадив економіст А. К. Пігу в 1920 році. Метою цього був вплив на поведінку винних у забрудненні довкілля шляхом податків, а також стимулювати природоохоронну діяльність шляхом певних дотацій. У 1973 році Європейський Союз запровадив програму дій з охорони довкілля в якій передбачався принцип «забруднювач платить». Європейські країни активно почали застосовувати практику екологічного оподаткування. Вперше у 1992 році Україна впровадила екологічний податок який за час свого існування замінювався на плату за забруднення навколишнього природного середовища та збір за забруднення навколишнього природного середовища. Після прийняття Податкового кодексу України знову було введено в дію екологічний податок.

Передумовою існування екологічного податку є необхідність відшкодування негативного впливу на навколишнє середовище під час здійснення діяльності суб'єктами господарювання. Екологічний податок виступає інструментом впливу на діяльність суб'єктів господарювання з метою збереження навколишнього середовища, мінімізації шкідливого впливу та стимулювання суб'єктів господарювання до зменшення забруднення навколишнього середовища. Однак, при зростанні ставок екологічного податку фінансове стимулювання забруднювачів є недостатнім для їх мотивації щодо зменшення викидів, скидів та розміщення відходів. Як показує практика, навіть в окремих галузях економіки розмір податку становить 0,1% від продукції, яку виробив суб'єкт господарювання.

Експертами у сфері екологічного оподаткування, в межах проекту сто воно аналізу перешкод на шляху впровадження принципів зеленої економіки в Україні, було проведено опитування платників екологічного податку. Відповідно, за результатами опитування, екологічний податок не збільшує податкове навантаження платника – є не обтяжливим.

Можливим стимулом вчасної та повної сплати екологічного податку можна використати механізм «повернення податку» на прикладі «повернення ПДВ» для платників ПДВ. Звісно, повернувши частину сплачених коштів, держава повинна проконтролювати, що платник екологічного податку спрямував їх на модернізацію свого обладнання, на створення безпечного виробництва. Таким чином екологічний податок стане інструментом екологічного оздоровлення планети в руках самих забруднювачів. Можливо, це додатково навантажить контролюючі органи у сфері оподаткування через певного роду перевірок щодо цільового використання повернених коштів. Однак, це є предметом дискусій багатьох науковців та економістів.

Якщо розглянути ефективність розпорядження екологічним податком на місцевому рівні, то останнім часом «централізація» його адміністрування стала наглядним першим кроком щодо створення ефективної системи міжбюджетного розподілу від надходжень екологічного податку (55% надходжень податку надходить до місцевих бюджетів).

Станом на 30 вересень 2020 року підприємствами-платниками реєстрації «Житомирська область» було сплачено 10 183 420 грн. екологічного податку (за аналогічний період 2019 року – 14 390 060 грн.). найбільшими платниками екоподатку Житомирської області є: ТОВ «ОБІО», ТОВ «ЦЕРСАНІТ ІНВЕСТ», КП «Житомирводоканал», Макарівський КЕЧ району, КПТ, ТОВ «Полісся Екосфера», КП «Бердичівтеплоенерго», КП НВМР «Новоград-Волинськтеплокомуненерго», ПРАТ «ТНК «ГРАНІТ», АТ «Коростенський кар'єр» (за даними URL: <https://www.saveecobot.com/analytics/ecotaxes/zhytomyrska-oblast>).

Отже, впровадження екологічного податку є кроком до раціонального використання ресурсів та стимулювання платників податку до зменшення викидів, скидів забруднюючих речовин, модернізації господарської діяльності з метою впровадження природозберігаючих технологій.

ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ЛОМБАРДІВ

На тлі зростання негативних явищ у банківському секторі України нині одним з найважливіших пріоритетів фінансової політики держави є розвиток ринків небанківських фінансових послуг, зокрема ринку ломбардного кредитування.[2]

В умовах недостатньої платоспроможності населення виключно важливу роль у перерозподілі капіталів між учасниками фінансового ринку забезпечують саме ломбарди. Зважаючи на це, на даний час забезпечення ефективного функціонування даних фінансових посередників є об'єктивно необхідним для зростання ролі ринку фінансових послуг в Україні та подолання кризових явищ в національній економіці загалом. Тому дослідження організаційно-практичних аспектів діяльності ломбардів на ринку фінансових послуг України на сьогодні набуває особливої актуальності.[2]

Ломбард - фінансова установа, виключними видами діяльності якої є надання на власний ризик фінансових кредитів до одного року під заставу рухомого майна на визначений строк і під проценти та продаж предмета застави, на який ломбардом звернено стягнення;[1]

Діяльність ломбардів регулюється положеннями Цивільного кодексу України, Господарського кодексу України, з урахуванням особливостей, що встановлюються Законом України "Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг" та цим Законом, іншими законодавчими актами України та виданими відповідно до них нормативно-правовими актами.[1]

Ломбардна діяльність - надання ломбардами фінансових кредитів під заставу рухомого майна строком до одного року фізичним особам та продаж предмета застави, на який ломбардом звернено стягнення;[1]

Законом України про ломбарди та ломбардну діяльність передбачений ряд вимог для заснування та роботи ломбардної установи. Виставляються вимоги до найменування ломбарду, вимоги до статутного капіталу, вимоги до фінансового стану ломбарду, щодо надання фінансових послуг ломбарду.[1]

Ломбард надає фінансові кредити на підставі договору про надання фінансового кредиту ломбардом, який повинен відповідати вимогам Закону України "Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг", Цивільного кодексу України, Закону України "Про захист прав споживачів", вимогам до договорів про надання фінансових послуг фізичним особам, визначеним Уповноваженим органом, та положенням внутрішніх правил надання фінансових послуг ломбардом.[3]

Значний внесок у розкриття питань функціонування та розвитку ломбардів як учасників ринку фінансових послуг в Україні зробили такі вітчизняні вчені-економісти, як О. Абакуменко, С. Данилович, С. Ксьондз, Л. Лисяк, З. Сорокіна, В. Тропіна та інші. Враховуючи дослідження наведених вище науковців та узагальнивши існуючі наукові доробки з даної проблематики, можна стверджувати, що залишаються лише опосередковано висвітленими питання, присвячені розгляду організаційно-практичних аспектів діяльності ломбардів на ринку фінансових послуг України з огляду на мінливість фінансово-економічної ситуації у країні та національної економіки загалом. Саме тому об'єктивної доцільності набуває ґрунтовне та комплексне дослідження сучасного стану функціонування та перспектив розвитку ломбардного ринку в Україні.[2]

Діяльність з надання фінансових кредитів за рахунок залучених коштів підлягає ліцензуванню згідно із законодавством. Діяльність ломбардів із надання фінансових кредитів є одним із найстаріших видів кредитування населення, яке пережило різні економічні устрої та політичні режими. Фінансовий кредит ломбарду - надання ломбардом коштів у позику, забезпечених заставою, на визначений строк та під процент. Така форма кредитування населення є однією з найпростіших і найзручніших, а тому виявилася стійкою в конкурентній боротьбі з банками та кредитними спілками. Але попри всі переваги ломбардного кредитування у нього є і свої недоліки, так до прикладу, це: недосконалість нормативно-правової бази в даному секторі; обмеженість відкритості і розкриття інформації щодо вартості кредиту та супутніх послуг; недовіра до ломбардів як фінансово-кредитних установ з боку населення; недосконалість системи страхування заставленого майна.[2]

З викладеного вище можна зробити наступні висновки. Ломбарди створюють серйозну конкуренцію банківським установам саме у сфері кредитування фізичних осіб. Вони мають відповідно ряд переваг. Це і швидкість отримання кредиту, порівняно з банками, простота, спроможність швидко реагувати на потреби клієнтів. Проте вони не здатні повністю витіснити банківські установи із даного сегмента банківських послуг. Саме тому актуальним стає найкоріше

Секція 5. Концептуальні засади розвитку фінансів в умовах сталого розвитку

прийняття Закону України «Про ломбарди і ломбардну діяльність», що забезпечить законодавчу базу функціонування ломбардів та підвищить прозорість діяльності цих установ.[2]

Література:

1. Положення про порядок надання фінансових послуг ломбардами [Електронний ресурс] :. - Режим доступу <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0565-05>.
2. Стаття «ДО ПИТАННЯ ЛОМБАРДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК СКЛАДОВОЇ РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ» Бондар Володимир Юрійович, студент, Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого
3. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ДІЯЛЬНОСТІ ЛОМБАРДІВ НА РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Чернівці

**Є.М. Корнійчук, магістрант кафедри фінансів і кредиту
Науковий керівник – к.е.н., доц. Литвинчук І.В.
Державний університет «Житомирська політехніка»**

ПРОБЛЕМИ ПРОГРАМНО-ЦІЛЬОВОГО МЕТОДУ БЮДЖЕТУВАННЯ В СИСТЕМІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

Основними проблемами в теорії запровадження та функціонування програмно-цільового методу є:

- неточність формулювання назв бюджетних програм;
- відсутність чіткої структури бюджетної програми;
- значна кількість бюджетних програм у одного розпорядника бюджетних коштів;
- розпорошеність бюджетних програм, що мають спільну мету за різними розпорядниками бюджетних коштів;
- наявність у окремих розпорядників програм, що не належать до їх компетенції;
- дублювання програмами функцій, що існували до запровадження програмної класифікації;
- складність аналізу даних;
- відсутність єдиної політики у певній галузі.

Основи законодавства України про охорону здоров'я проголошують, що фінансування цієї сфери в Україні здійснюється за рахунок Державного бюджету України, бюджетів місцевого та регіонального самоврядування, фондів медичного страхування, благодійних фондів та будь-яких інших джерел, не заборонених законодавством. Сучасний стан фінансування закладів охорони здоров'я за рахунок місцевих бюджетів є вкрай недостатнім і не забезпечує достатньої бази для надання якісних медичних послуг в необхідних об'ємах. На сьогоднішній день в лікарнях виділяють такі основні проблеми у системі бюджетування галузі охорони здоров'я:

- недостатнє фінансування галузі охорони здоров'я, яке проявляється, крім усього, ще й значними особистими видатками громадян на медичні послуги (придбання товарів медичного призначення, повноцінне харчування та інше);
- відсутність зв'язку між бюджетуванням державних і комунальних закладів охорони здоров'я і кінцевими результатами їх роботи;
- неможливість ефективного управління обмеженими ресурсами в умовах системи постатейного фінансування громадських лікувально-профілактичних закладів [1, с. 101].

Аналіз фінансування галузі охорони здоров'я дозволяє виділити наступні основні проблеми:

- незбалансованість наявних бюджетних ресурсів з обсягами коштів, які потрібні на фінансування програм. Насамперед непокоїть недостатність інформації про нормування витрат на здійснення діяльності установ, організацій бюджетної сфери. Видатки структуруються за економічною класифікацією, яка не полегшує процес розробки місцевого бюджету за ПЦМ бюджетування. Навпаки, як свідчить очікуване введення бюджетних підпрограм, розподіл видатків за різними галузевими програмами – це складне та працемістке завдання. Труднощі створює і те, що за кожною галуззю окремо не передбачені адміністративні витрати, такі як централізований бухгалтерський облік чи загальне управління. У результаті буде важко провести оцінку загальних адміністративних витрат за певними програмами, де не передбачається розрахунок показників якості;
- недостатність кількості управлінців, які володіють цим методом, а також відсутність досвіду застосування для широкого використання методу при формуванні бюджетів охорони здоров'я на місцевому рівні, потреба в додаткових людських ресурсах для проведення детального періодичного аналізу бюджетних програм;
- недостатнім є досвід застосування системи оцінки результативності бюджетних програм на основі безпосередніх показників їх виконання та ефективності діяльності установ і організацій, що надають бюджетні послуги, за кінцевими результатами.

Проведене дослідження вказало на низку проблем, які виникають при запровадженні програмно-цільового методу планування бюджету на місцевому рівні. Зважаючи на вищевикладене, можна дійти висновку, що процес запровадження програмно-цільового методу бюджетування на місцевому рівні в Україні, хоч і розпочатий, проте знаходиться на початковому етапі свого розвитку і потребує удосконалення.

Список використаної літератури:

1. Бабич Т. С. Макрофінансове бюджетування : навч. посіб. / Т. С. Бабич, Т. В. Жибер ; за наук. ред. В. М. Федосова. К.: КНЕУ, 2011. 311 с

Методичні підходи до оцінки ефективності митного контролю

Одним з елементів механізму митного контролю є блок оцінки, що призначений для аналізу результатів здійсненого контролю та оцінювання дотримання нормативних індикаторів системи фінансової безпеки. При недотриманні рівня зазначених показників фінансової безпеки приймається управлінське рішення, спрямоване на підвищення рівня ефективності механізму для подальшого зменшення або усунення виявлених відхилень. Функціонування блоку оцінки результатів митного контролю вимагає розробки методичного забезпечення такої оцінки та формування показників та критеріїв результативності та ефективності контрольної діяльності.

Питанню формування методик оцінки ефективності контролю присвячували свої праці вітчизняні та закордонні вчені. Водночас єдиної методики оцінки ефективності митного контролю до цього часу не існує. По-перше, митний контроль має власну специфіку оцінки, що вимагає формування відповідних показників та критеріїв. По-друге, триває дискусія з приводу придатності для цілей оцінки ефективності часткових або все ж таки інтегральних показників. По-третє, є плутанина з приводу оцінки результативності, дієвості та ефективності контролю як близьких за змістом оціночних характеристик. Відсутність єдиної методики оцінки ефективності митного контролю в системі фінансової безпеки, важливість розробки оціночних показників та критеріїв для таких цілей свідчить про актуальність та значущість теми дослідження в цьому напрямку.

Враховуючи специфіку митного контролю та його місце у системі фінансової безпеки, закордонний досвід пропонує такий перелік оціночних індикаторів [1]: 1) граничний час проходження митних операцій при здійсненні митної процедури експорту для товарів, які не ідентифіковані як ризиковані поставки, що потребують додаткової перевірки; 2) граничний час проходження митних операцій при здійсненні митної процедури експорту товарів для внутрішнього споживання, які не ідентифіковані як ризиковані поставки, що потребують додаткової перевірки, та які не підлягають додатковим видам державного контролю; 3) частка декларацій на товари, оформлених в електронному вигляді без надання документів та відомостей на паперових носіях, в загальній кількості оформлених декларацій на товари за умови, що товари (транспортні засоби) не ідентифіковано як ризикові поставки, що вимагають додаткової перевірки документів на паперових носіях (з 40 відсотків у 2012 році до 100 відсотків до 2014 року); 4) частка декларацій на товари, ввезені на територію країни, митні операції і митний контроль щодо яких здійснюється в митних органах, розташованих в прикордонних суб'єктах країни, в загальному обсязі декларацій на товари; 5) кількість документів, необхідних для митних цілей, при переміщенні товару через державний кордон при імпорті (експорті); 6) частка випадків недотримання обмежень, встановлених відповідно до законодавства країни, а також порушень валютного законодавства при розміщенні товарів у митні процедури; 7) результативність виконання державної функції щодо здійснення в межах своєї компетенції контролю за валютними операціями резидентів і нерезидентів, пов'язаних з переміщенням товарів через митний кордон.

До вищезазначених критеріїв В. Є. Бірюкова додає індикатори, пов'язані з [2]: удосконаленням фіскальної функції митних органів (рівень виконання планів по надходженню митних платежів до бюджету; частка митних платежів, повернених платникам у зв'язку із задоволенням скарг учасників зовнішньоекономічної діяльності на рішення або дію митного органу та його посадової особи, в загальному обсязі сплачених митних платежів (не більше 5% щорічно); удосконаленням правоохоронної функції митних органів (кількість порушень в області митної справи; частка справ про митні порушення у загальній кількості покарань); сприянням розвитку інтеграційних процесів та міжнародного співробітництва (кількість угод про співробітництво у митній справі з митними органами інших держав); удосконаленням системи державних послуг (частка учасників зовнішньоекономічної діяльності, які задовільно оцінюють якість надання державних послуг митними органами у загальній кількості опитаних). Узагальнення методичних підходів до оцінки ефективності митного контролю представлено в табл. 1.

Таблиця 1

Методичні підходи до оцінки ефективності митного контролю

№ з/п	Назва методичного підходу	Методичні підходи до оцінювання ефективності	Недоліки підходу	Переваги підходу
1	Порівняльний	Ефективність як співвідношення результатів діяльності митних служб (послуги з митного оформлення і контролю, справляння податків і зборів) до витрат	Відсутність прямого зв'язку між сумами митних надходжень та витрат на утримання митних органів; нівелювання впливу	Надає можливість порівняння ефекту, одержаного від діяльності митних органів, з

Секція 5. Концептуальні засади розвитку фінансів в умовах сталого розвитку

		(фондів, які виділені митним органам для здійснення адміністративної діяльності).	зовнішнього середовища на суму митних платежів	витратами на їх утримання
2	Результатний	Ефективність як результативність діяльності митних органів, що визначається метою їх функціонування (характеризується такими показниками та критеріями: обсяг перерахованих до Державного бюджету митних платежів; сума додаткових надходжень від коригування митної вартості; кількість оформлених вантажних митних декларацій одним працівником; час здійснення митних процедур; сума недоотриманих митних платежів тощо).	Мета діяльності митних органів деталізується у низці завдань, які часто є різноспрямованими, що не надає можливості односпрямовано оцінити ступінь її досягнення.	Прямий взаємозв'язок з сумами митних надходжень до бюджету, що дозволяє опосередковано оцінити рівень фінансової безпеки
3	Бенчмаркінг	Ефективність як ступінь відповідності діяльності митних органів еталону.	Складність у виявленні еталонного об'єкту для порівняння	Значущість для аналізу ефективності діяльності митних органів на регіональному рівні
4	Клієнтоорієнтований підхід	Ефективність як ступінь задоволеності користувачів митних послуг діяльністю митних органів (пасажиропотік, час проведення митних процедур, навантаження на одного працівника митних органів).	Різнострумованість інтересів суб'єктів, зацікавлених у успішному функціонуванні митних органів	Орієнтація на інтереси зацікавлених стейкхолдерів у функціонуванні митних органів осіб

Оцінка переваг та недоліків існуючих підходів до ефективності митного контролю надає можливість обрати науково-методичний підхід, який поєднує бенчмаркінг результатів та клієнтоорієнтований підходи. Бенчмаркінг виступає одним з аналітичних інструментів еталонного тестування, а також вирішення проблем неефективного функціонування окремих суб'єктів. Існує значна кількість класифікаційних ознак бенчмаркінгу, однак в контексті нашої предметної області основою запропонованого науково-методичного підходу буде виступати бенчмаркінг результатів, який полягає у порівнянні отриманих результатних аналітичних показників з подальшим вивченням процесів, завдяки яким досягнуто їхні оптимальні значення. Такий науково-методичний підхід доповнимо елементами клієнтоорієнтованого підходу, при якому ефективність розглядається як ступінь задоволеності користувачів митних послуг діяльністю митних органів. Спільне використання бенчмаркінгу результатів та клієнтоорієнтованого підходу дозволить визначити ефективність діяльності митних органів з позиції збільшення митних надходжень до бюджету, підсумковий рейтинг митниць та здійснити їх порівняння з еталонним об'єктом, визначивши ступінь задоволеності користувачів митних послуг діяльністю митних органів.

Література

1. О Стратегии развития таможенной службы Российской Федерации до 2020 года: распоряжение Правительства РФ от 28.12.2012 N 2575-р (ред. от 10.02.2018). URL: <https://customs.gov.ru/activity/programmy-razvitiya/strategy>
2. Бирюкова В.Е. Система целевых индикаторов развития таможенной службы РФ и разработка предложений по ее совершенствованию. URL: <https://novaum.ru/public/p1535>

**Ю.Р. Левченко, магістрант,
II курсу, гр. ЗФБС-19-1м, ФБСО
Науковий керівник – к.е.н., доц. Литвинчук І.В.
Державний університет «Житомирська політехніка»**

РОЗВИТОК ФІНАНСОВОГО НАГЛЯДУ ЗА НЕБАНКІВСЬКИМИ ФІНАНСОВИМИ УСТАНОВАМИ В УКРАЇНІ

Державне регулювання діяльності небанківських фінансово-кредитних установ здійснюється шляхом безпосередньо регулюванням та наглядом за їх діяльністю. Обґрунтуємо, як співвідносяться такі поняття як регулювання, нагляд та законодавство, що регулюють діяльність небанківських фінансово-кредитних установ. Так, регулювання можна визначити як сукупність методів, форм та інструментів, які використовує держава через уповноважені органи на регулювання економічних та соціальних процесів, що виникають на ринку небанківських послуг з метою захисту інтересів споживачів фінансових послуг. При цьому слід зазначити, що держава через уповноважені органи використовує як економічні, так і адміністративні інструменти. Економічні методи включають фінансування та стимулювання, а також оподаткування діяльності небанківських фінансових установ. До адміністративних інструментів відносяться ліцензування, встановлення обсягів статутного капіталу, нормативів платоспроможності, ліквідності та інше. Серед цілей адміністративних методів є інформування учасників ринку небанківських фінансових послуг про зміни у законодавстві щодо певних норм та нормативів [4].

Національний банк України здійснюватиме такі види нагляду за діяльністю на ринку небанківських фінансових послуг [2]:

- пруденційний нагляд (нагляд за дотриманням пруденційних нормативів та інших вимог до діяльності, установлених законодавством України);
- нагляд за ринковою поведінкою (нагляд за дотриманням фінансовою установою вимог до ведення діяльності, які передбачають відкритість і прозорість такої діяльності, бездоганну ділову репутацію власників та менеджменту, добросовісність та справедливе ставлення фінансової установи до клієнтів, увагу до їх потреб (надання якісних послуг, реклама, розкриття інформації, залучення посередників тощо), добросовісну конкуренцію щодо інших фінансових установ, недопущення шахрайства чи іншої протиправної діяльності, а також належну внутрішню організацію фінансової установи, яка забезпечує контроль за дотриманням вищезгаданих правил).

- важливим елементом нагляду за небанківськими фінансовими установами стане нагляд на консолідованій основі. Фінансові групи, особливо ті, що поєднують банківську та страхову діяльність, набувають все більшого значення в Україні. І такі об'єднання передбачають певні ризики: внутрішньо групові транзакції створюють можливості для уникнення регуляторних обмежень, є ризик зазнати втрат від поширення труднощів на всі бізнес-одиниці фінансової групи. Складні організаційні структури фінансових груп знижують рівень прозорості, є також проблеми щодо конфлікту інтересів та зловживання економічною силою. Використання Національним банком України нових інструментів нагляду за діяльністю небанківських фінансових груп сприятиме досягненню ефективності та прозорості ринку, євроінтеграції і наближенню до світових стандартів.

Фінансові компанії (крім тих, які мають право надавати гарантії) підлягатимуть пруденційному нагляду лише в частині дотримання мінімального рівня власного капіталу. Основним видом нагляду за діяльністю фінансових компаній буде нагляд за ринковою поведінкою [2].

Для страхових компаній, кредитних спілок та фінансових компаній, які мають право надавати гарантії, пруденційний нагляд здійснюватиметься з метою забезпечення стійкості й стабільності таких установ та фінансової системи загалом, а також захисту інтересів клієнтів та кредиторів.

Національний банк України здійснюватиме нагляд за діяльністю на ринку небанківських фінансових послуг у формі безвиїзного та виїзного нагляду (інспекційних перевірок) [2].

Власне наглядовий орган має бути організований з урахуванням вимог, створених цими елементами нагляду. Як мінімум повинні діяти підрозділи, котрі спеціалізуються на вимірюванні та аналізі різних типів ризиків. Також необхідно внести зміни до стандартів корпоративного управління в наглядовому органі. Насамкінець зазначимо, що вдосконалення системи пруденційного нагляду за діяльністю фінансових установ передбачає врахування останніх тенденцій розвитку державного регулювання у країнах ЄС у посткризовий період. З огляду на це можна запропонувати до запровадження відповідну систему фінансового регулювання, нагляду та контролю в Україні (див. рис. 1).

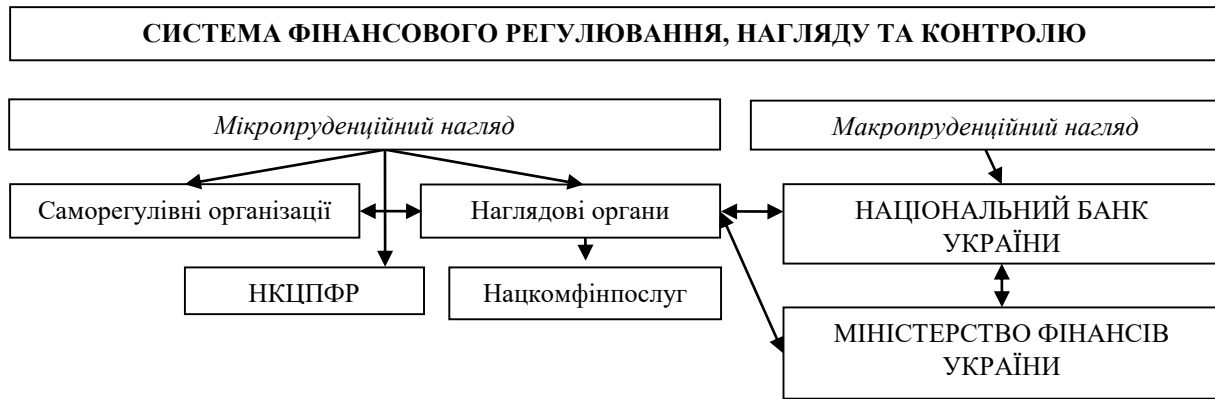


Рис. 1. Система фінансового регулювання, нагляд та контроль [1]

Зауважимо, що сьогодні існує багато проблем, які, зокрема, стосуються узгодженості дій та обміну інформацією між регуляторами (в тому числі з боку саморегулювальних організацій). У рамках відповідного законопроекту може бути розв'язано, наприклад, проблему обміну інформацією між органами виконавчої влади, що, у свою чергу, забезпечить підвищення ефективності макропруденційного нагляду з боку Міністерства фінансів України та Національного банку України.

Такий законопроект повинен передбачати:

- внесення змін до змісту інформації, що періодично надається учасниками ринків фінансових послуг;
- уведення нових вимог до забезпечення фінансової надійності професійних учасників ринків фінансових ринків (зокрема і ринку недержавного пенсійного забезпечення);
- встановлення нормативів, яких мають додержуватися професійні учасники ринків фінансових послуг;
- зобов'язання стосовно впровадження учасниками ринку внутрішнього контролю та управління ризиками [3].

Отже, можна зробити висновки, що регулювання та нагляд за небанківськими фінансовими установами у різних країнах здійснюється різноманітними органами, що мають певні повноваження у регулюванні діяльності тих чи інших посередників. Важливим моментом при цьому має бути рівномірність у регулюванні, що створює рівні конкурентні умови доступу до фінансових ресурсів та забезпечує захист споживачів фінансових послуг, адже недотримання фінансовими установами нормативних вимог є прямою загрозою до порушення прав споживачів фінансових послуг. Індикатором ефективності державного регулювання та нагляду є низька волатильність небанківських фінансових установ, а також покращення їх якісних показників. Розробка інструментарію щодо оцінки якості надання послуг небанківськими іми установами є перспективою подальших досліджень.

Список літературних джерел:

1. Іваницька О. М. Особливості регулювання розвитку вітчизняного ринку цінних паперів в умовах глобалізації / О. М. Іваницька, Г. М. Терещенко // Економічний вісник університету : зб. наук. праць учених та аспірантів. – Переяслав-Хмельницький, 2011. – Вип. 16/1. – С. 376–380.
2. Путівник для небанківських фінансових установ. Національний банк України. 2020. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Guide-book_for_non-bank_financial_institutions.pdf?v=4
3. Терещенко Г.М., Мусатова Т.А. Посилення пруденційного нагляду за небанківськими фінансовими установами. Наукові праці НДФІ № 1 (74), 2016 – С. 95-106
4. Черкашина К. Ф. Ефективність державного регулювання та нагляду за небанківськими фінансово-кредитними установами / К. Ф. Черкашина // Modern Economics. – 2018. – № 11(2018). – С. 154-159.

ДИНАМІКА ФІНАНСУВАННЯ ОСВІТИ В УКРАЇНІ У 2011-2019 рр.

Освіта - це явище, яке має значний вплив на всі сфери економічного життя суспільства, а фінансові вкладення в неї є своєрідними інвестиціями в розвиток людського капіталу. Дослідження цієї теми завжди буде мати актуальність у суспільстві, адже фінансування освіти є одним із визначальних факторів економічного зростання та постійного розвитку держави, її добробуту. Освіта є головним чинником розвитку особистості, суспільства, держави, нації, гарантія успішного майбутнього України та найважливіший аспект у формуванні політичної, соціальної, економічної, наукової, а також культурної життєдіяльності суспільства. Саме тому однією з основних умов забезпечення якісної освіти є її достатнє фінансування. На сьогоднішній день в Україні визначальним джерелом асигнування освіти залишається бюджетне фінансування.

Для визначення рівня забезпечення грошовими коштами освіти в Україні проаналізуємо видаткову частину існуючих зведеного, державного та місцевого бюджетів на дану галузь протягом 2011-2019 рр. (табл. 1)

Таблиця 1

Динаміка видатків бюджету на освіту в Україні протягом 2011–2019 р, млн.грн
(загальний та спеціальний фонд)

<i>Обсяг видатків</i>	<i>2011 (звіт)</i>	<i>2012 (звіт)</i>	<i>2013 (звіт)</i>	<i>2014 (звіт)</i>	<i>2015 (звіт)</i>	<i>2016 (звіт)</i>	<i>2017 (звіт)</i>	<i>2018 (звіт)</i>	<i>2019 (звіт)</i>
ВВП	1 316 600,0	1 408 889,0	1 454 931,0	1 566 728,0	1 979 458,0	2 383 182,0	2 982 920,0	3 558 706,0	3 974 564,0
Видатки на освіту (зведений бюджет)	86 260,0	101 560,0	105 540,0	100 109,5	114 193,5	129 435,1	177 755,7	210 029,4	238 757,4
% до ВВП	6,6	7,2	7,3	6,4	5,8	5,4	6,0	5,9	6,0
Видатки на освіту (державний бюджет)	23 925,7	28 807,5	30 900,0	28 677,9	30 185,7	34 825,4	41 140,2	44 323,4	51 657,6
Частка видатків державного бюджету на освіту у відповідних видатках зведеного бюджету (%)	27,7	28,4	29,3	28,6	26,4	26,9	23,1	21,1	21,6
Видатки на освіту (місцеві бюджети)	62 334,3	72 752,5	74 640,0	71 431,6	84 007,8	94 609,7	136 615,5	165 706,0	187 099,8
Частка видатків місцевих бюджетів на освіту у відповідних видатках зведеного бюджету (%)	72,3	71,6	70,7	71,4	73,6	73,1	76,9	78,9	78,4

За даними табл. 1 бачимо, що протягом 2011-2019 рр. в Україні зросла сума ВВП на 201,88% (або 2 657 964 млн. грн.), видатки на освіту зведеного бюджету зросли на 176,79% (або 152 497,4 млн. грн.), це свідчить про підвищення рівня економічного розвитку країни, посилення контролю над витратами державних коштів та збільшення обсягів ВВП, яке очевидно змінило механізм фінансування галузі освіти. Втім відсоток видатків зведеного бюджету на освіту до ВВП поки що не досягнув 7% (згідно норми, встановленої у Статті 78 Закону України «Про освіту») як це було у 2012-2013 роках. З 2015 р. ситуація покращилася і впродовж 2015-2019 рр. видатки державного бюджету на освіту значно збільшилися (+ 21 471,9 млн. грн. або на 71,13%). Тобто, держава знаходить різні можливості фінансувати освіту, не дивлячись на постійно зростаючі потреби оборонної сфери, спричинені зовнішньою агресією Російської Федерації.

Секція 5. Концептуальні засади розвитку фінансів в умовах сталого розвитку

Протягом 2011-2019 рр. найбільший обсяг державних видатків склав 51 657,6 млн. грн. у 2019 році, а найменший – у 2011 році – 23 925,7 млн. грн. Також, аналізуючи суму видатків місцевих бюджетів на освіту, можна побачити, що вони зросли на 124 765, 5 млн. грн. або 200,16%. Найбільше видатків на освіту з місцевих бюджетів було спрямовано у 2018 та 2019 роках, (165 706,0 млн. грн. та 187 099,8 млн. грн. відповідно), що насамперед пов'язано з впровадженням реформи з децентралізації влади, зокрема передачі повноважень на базовий рівень, та початком реформи Нової української школи.

Зарубіжна практика свідчить про те, що освіта не здатна в повній мірі розвиватися без провідної підтримки з боку держави. Як демонструє приклад розвинутих країн, зокрема Польщі, чим вищий рівень економічного розвитку країни, тим вищий рівень освіченості населення. Тому, всі розвинені країни світу скеровують досить велику частину своїх фінансових ресурсів на підтримку та забезпечення розвитку освіти. Розглядаючи Україну, можна зазначити, що державне фінансування освітньої галузі є недостатнім і вимагає покращення.

Порівняємо фінансування освіти протягом 2011-2018 рр. в Україні та Польщі.



Рис.1. Динаміка фінансування освіти (у % до ВВП) України в порівнянні з Польщею за 2011-2018 рр.

На рис. 1. представлено порівняння відсотків видатків на освіту до ВВП України та Польщі. Ця частка ВВП, що витрачається на освіту як у більшості країн, так і в Польщі, коливається від 3 до 5,9%. Відносний показник України складає 5-6% і більше та відповідає загальносвітовій тенденції. За показниками витрат на освіту є певні відмінності між країнами: за відсотками вони відповідають середньосвітовому значенню, а в абсолютному виміру (тобто в млн. \$) відрізняються, оскільки ВВП в Польщі значно більший.

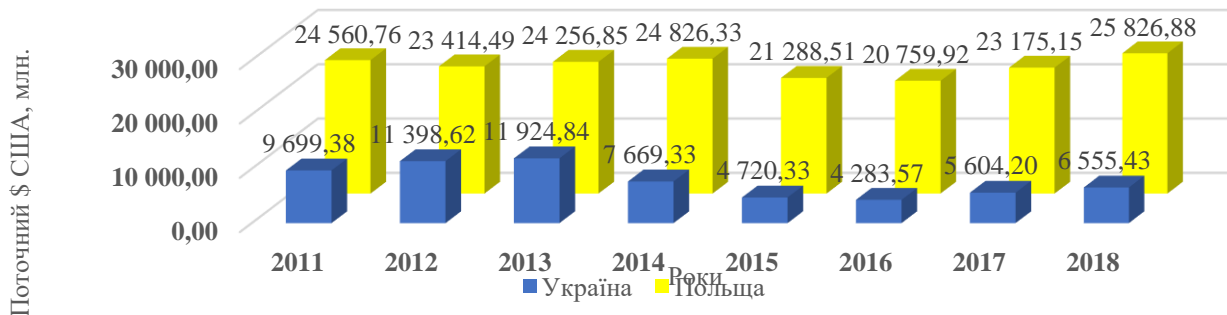


Рис. 2. Державні видатки на освіту в Україні та Польщі за 2011-2018 рр.

Рис. 2 демонструє державні видатки на освіту України в порівнянні з Польщею за 2011-2018 рр. Зокрема можна спостерігати, що видатки на освіту в Польщі значно перевищують видатки нашої країни. Наприклад, у 2018 році витрати на освіту в Польщі становили 25 826,88 млн. дол., а в Україні – 6 555,43 млн. дол., що на 19 271,45 млн. дол. або 293,98% більше. Така ситуація склалася тому, що Польща, як економічно розвинена країна, не заощаджує на освіті та щорічно збільшує витрати на неї, таким чином забезпечуючи власний майбутній розвиток.

Проведене дослідження дає підстави зробити висновок про те, що протягом 2011-2019 рр. спостерігається тенденція до зростання кількості видатків на освіту в Україні, що звісно є позитивним явищем для розвитку даної галузі в державі, адже це значно впливає на інтелектуальний, духовний, економічний потенціал суспільства. Можна чітко стверджувати, що ситуацію, яка склалася в Україні з фінансування системи освіти, можна оцінити як незадовільну, оскільки в порівнянні з країною-сусідом Польщею видатки на освіту в рази менші (див. рис.2.). Щоб покращити ситуацію в нашій державі, необхідно реформувати систему фінансування освіти з метою підвищення освіченості населення, зміцнення авторитету й конкурентоспроможності України на міжнародній арені, а також забезпечення стандартів якості освіти відповідно до європейських.

Психологічні причини використання готівки у час цифрових зрушень

Готівка все ще є найпопулярнішим способом оплати, незважаючи на те, що багато магазинів приймають лише оплату картками, смартфонами чи іншими безготівковими способами.

Цікавим, на наш погляд, спостереженням є дані центральних банків України та Польщі. Національний банк України звітує про те, що «українці все менше коштів отримують готівкою з платіжних карток, віддаючи перевагу безготівковим операціям», підтверджуючи це цифрами й аргументуючи тим, що удосконалюється та розширюється платіжна інфраструктура. Народовий банк Польщі, натомість, відзначає величезне збільшення кількості готівки в обігу після початку пандемії COVID-19 (рис. 1).

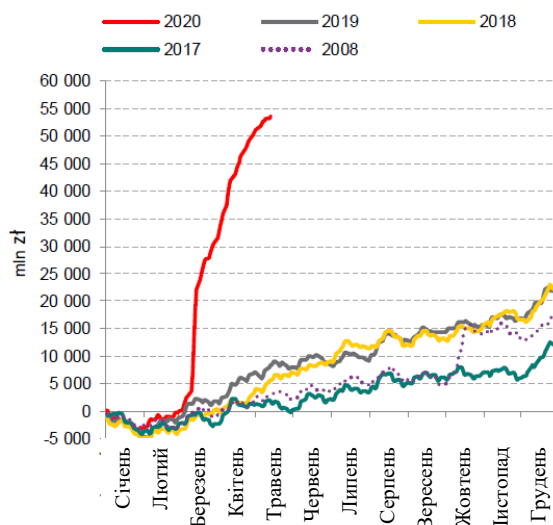


Рис. 1. Готівка в обігу в Польщі: денні зміни наростаючим підсумком [22]

На перший погляд така інформація суперечить одна одній та виглядає нелогічною: дві сусідні країни декларують різні тенденції. При цьому Польща раніше почала розширювати платіжну інфраструктуру і має на сьогодні більше платіжних інструментів для оплати покупок безготівково. Тому цифри мали б свідчити (знову ж таки на перший погляд) інакше. Однак така ситуація не виглядає позбавленою сенсу, якщо подивитись на це з іншої перспективи, а саме з позиції рівня доходів та стабільності цін.

Українські пересічні громадяни живуть від зарплати до зарплати, не маючи особливої можливості заощаджувати. Крім того, рівень інфляції в Україні, а також залежність від курсу гривні до таких валют, як долар чи євро спричинюють стабільне зростання цін на всі групи товарів. Враховуючи, що більшість громадян в Україні отримують свої доходи на банківські рахунки, вони одразу витрачають їх, не знімаючи в банкоматі готівку при низькій довірі до банківської системи. Гроші просто не затримуються в людей.

Інша справа в Польщі: при достатній стабільності цін (за особистими спостереженнями автора, ціна, наприклад, на молоко та молочні продукти в Польщі не змінюються принаймні протягом трьох останніх років), стабільному зростанні доходів та зменшенні витрат, пов'язаних з пандемією COVID-19, більшість поляків мають можливість заощаджувати. А динаміка до більшого використання готівки може свідчити про зняття її з банківських рахунків у зв'язку з більшою довірою до готівки, цінність якої гарантує держава, та психологічного спокою, коли кошти перебувають в безпосередній близькості.

Незважаючи на дедалі ширший діапазон доступних способів оплати, готівка все ще залишається способом оплати, який найчастіше обирають громадяни різних країн, навіть тих, які ще недавно були серед лідерів безготівкових платежів.

Кризи різного типу та походження спонукають людей повертатись до різних консервативних аспектів життєдіяльності: придбання товарів першої необхідності про запас (тут варто згадати про величезний попит на туалетний папір у березні-квітні 2020 р.), збільшення обсягів придбання сірників у час, коли найсучасніші плити не потребують взагалі підпалювання, готівкового розрахунку тощо.

Таким чином, можна говорити про психологічний аспект надання переваги готівці, незважаючи на її брудну (в прямому розумінні цього слова, адже на банкнотах та монетах, зокрема, коронавірус може зберігатись до кількох діб) її сутність. Тримаючи гроші в руках, перераховуючи їх (звісно, коли є, що перераховувати) людина заспокоюється, впевненість у завтрашньому дні в неї зростає, оскільки вона впевнена, що зможе купити принаймні найнеобхідніше для себе і своїх близьких.

Використана література

1. Мельниченко О. В. Аналіз грошових коштів та оцінка ліквідності банків України. Вісник Університету банківської справи Національного банку України (м. Київ). 2013. № 1. С. 179 – 184.
2. Мельниченко О. Аналіз стану використання сучасних платіжних засобів у контексті виведення готівкових коштів із поза банківського обігу в Україні. Вісник Національного банку України. 2013. № 1. С. 26 – 31.
3. Мельниченко О. В. Теоретичні засади електронних грошей. Бізнес Інформ. 2013. № 8. С. 284 – 290.
4. Мельниченко О.В. Теорія, методологія та практика обліку, аналізу і аудиту електронних грошей в банках / О.В. Мельниченко. – Житомир : ЖДТУ, 2015. – 384 с.
5. Українці дедалі менше коштів отримують готівкою з платіжних карток. Retrieved from <https://bank.gov.ua/ua/news/all/ukrayintsi-vse-menshe-koshtiv-otrimuyut-gotivkoyu>
6. Drodz, W., Marszałek-Kawa, J., Miskiewicz, R., & Szczepanska-Waszczyna, K. (2020). *Digital Economy in the Comporary World*. Torun: Wydawnictwo Adam Marszałek.
7. Drodz, W., Miskiewicz, R., Pokrzywniak, J., & Elzanowski, F. (2019). *Urban Electromobility in the Context of Industry 4.0*. Torun: Wydawnictwo Adam Marszałek.
8. Dźwigoł, H. (2019). Research Methods and Techniques in New Management Trends: Research Results. *Virtual Economics*, 2(1), 31-48. [https://doi.org/10.34021/ve.2019.02.01\(2\)](https://doi.org/10.34021/ve.2019.02.01(2))
9. Dzwigol, H. (2019). The Concept of the System Approach of the Enterprise Restructuring Process. *Virtual Economics*, 2(4), 46-70. [https://doi.org/10.34021/ve.2019.02.04\(3\)](https://doi.org/10.34021/ve.2019.02.04(3))
10. Dzwigol, H., Dzwigol-Barosz, M., & Kwilinski, A. (2020). Formation of Global Competitive Enterprise Environment Based on Industry 4.0 Concept, *International Journal of Entrepreneurship*, 24(1), 1-5.
11. Dzwigoł, H., Dzwigoł-Barosz, M., Zhyvko, Z., Miskiewicz, R., & Pushak, H. (2019). Evaluation of the Energy Security as a Component of National Security of the Country. *Journal of Security and Sustainability Issues*, 8(3), 307-317. [http://doi.org/10.9770/jssi.2019.8.3\(2\)](http://doi.org/10.9770/jssi.2019.8.3(2))
12. Dźwigoł, H., Shcherbak, S., Semikina, M., Vinichenko, O., & Vasiuta, V. (2019). Formation of Strategic Change Management System at an Enterprise. *Academy of Strategic Management Journal*, 18(SI1), 1-8.
13. Dźwigoł, H.; & Wolniak, R. (2018). Controlling w procesie zarządzania chemicznym przedsiębiorstwem produkcyjnym [Controlling in the Management Process of a Chemical Industry Production Company]. *Przemysł Chemiczny*, 97(7), 1114—1116. <https://doi.org/10.15199/62.2018.7.15>
14. Dzwigol, H., Dzwigol-Barosz, M., Miskiewicz, R., & Kwilinski, A. (2020). Manager Competency Assessment Model in the Conditions of Industry 4.0. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 7(4), 2630-2644. [https://doi.org/10.9770/jesi.2020.7.4\(5\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2020.7.4(5))
15. Kwilinski, A., Vyshnevskiy, O., & Dzwigol, H. (2020). Digitalization of the EU Economies and People at Risk of Poverty or Social Exclusion. *Journal of Risk and Financial Management*, 13(7), 142. <https://doi.org/10.3390/jrfm13070142>
16. Melnychenko, O., & Chkheailo, A. (2015). Психологічні бар'єри у використанні електронних грошей. *Współpraca Europejska*, 3(3), 96 – 104.
17. Melnychenko O., Hartinger R. (2017). Role of blockchain technology in accounting and auditing. *European Cooperation*, 9(28), 27 – 34.
18. Miśkiewicz, R., & Wolniak, R. (2020). Practical Application of the Industry 4.0 Concept in a Steel Company. *Sustainability*, 12(14), 5776. <https://doi.org/10.3390/su12145776>
19. Miśkiewicz, R. (2019). Challenges Facing Management Practice in the Light of Industry 4.0: The Example of Poland. *Virtual Economics*, 2(2), 37-47. [https://doi.org/10.34021/ve.2019.02.02\(2\)](https://doi.org/10.34021/ve.2019.02.02(2))
20. Miśkiewicz, R. (2018). *The Importance of Knowledge Transfer on the Energy Market*. *Polityka Energetyczna*, 21(2), 49-62. <http://dx.doi.org/10.24425%2F122774>
21. Miskiewicz, R. (2017b). *Knowledge Transfer in Merger and Acquisition Processes in the Metallurgical Industry*. Warsaw: PWN.
22. Miskiewicz, R. (2017a). Knowledge in the Process of Enterprise Acquisition. *Progress in Economic Sciences*, 4, 415-432. <https://doi.org/10.14595/PES/04/029>
23. Pająk, K., Kvilinskyi, O., Fasiiecka, O., & Miśkiewicz, R. (2017). Energy Security in Regional Policy in Wielkopolska Region of Poland. *Economics and Environment*, 2(61), 122-138. Retrieved from https://www.ekonomiaisrodowisko.pl/uploads/eis%2061/11_pajak.pdf
Raport o stabilności systemu finansowego. Wydanie specjalne: skutki pandemii COVID-19. Czerwiec 2020 r. Retrieved from <https://www.nbp.pl/systemfinansowy/rsf062020.pdf>

Роль похідних фінансових інструментів в управлінні державним боргом

В умовах тривалого зростання бюджетного дефіциту та державного боргу, з метою забезпечення належного рівня економічної безпеки, особливої уваги потребують питання управління державним боргом. Більшість традиційних методів управління державним боргом (реструктуризація, рефінансування, консолідація, конверсія, відстрочення погашення, анулювання та ін.) передбачають перенесення виплат за боргом або їх припинення. Застосування традиційних методів управління державним боргом, як правило, супроводжується зниженням кредитного рейтингу країни та підвищенням процентних ставок.

Однак із розвитком фінансових інновацій з'являються більш «завуальовані» методи збалансування виплат за державним боргом, які безпосередньо не впливають на кредитний рейтинг країни, але водночас дозволяють покрити тимчасові касові розриви. Одним із таких методів є сек'юритизації. Сек'юритизація передбачає емісію нових зобов'язань в облігаційній формі країною-боржником з метою подальшого продажу або обміну на старий борг. Після розміщення боргових облігацій, отримані кошти спрямовуються на викуп попередніх зобов'язань. Якщо емітовані цінні папери торгуються з меншим дисконтом, то це призводить не тільки до перенесення термінів погашення, а й до скорочення загального обсягу державного боргу.

Прикладом сек'юритизації державного бюргу є план Брейді, який був вперше проголошений секретарем Казначейства США Н. Брейді в березні 1989 року та передбачав обмін позик комерційних банків на забезпечені боргові цінні папери в межах плану реструктуризації суверенних боргів, що був підтриманий міжнародною фінансовою спільнотою. Основні принципи плану Брейді були досить простими: суверенні кредити, по яких відбувся дефолт, обмінювалися на нові інструменти – 30-річні облігації, номінальна вартість яких та частина купонних платежів (на найближчі 18 місяців) були забезпечені абсолютно надійною заставою у вигляді казначейських облігацій США з нульовим купоном. Одночасно, в обмін на списання частини боргу, країни-боржники брали на себе зобов'язання з реформування економіки та усунення перешкод для іноземних інвестицій. Забезпеченість виплат за облігаціями у вигляді казначейських облігацій США з нульовим купоном гарантувала випущеним інструментам високий кредитний рейтинг та довіру інших кредиторів.

До переваг сек'юритизації державного боргу можна віднести збільшення строку виплат за державним боргом до 20-30 років; широкий асортимент інструментів з різним рівнем ризику та забезпечення; додаткове забезпечення стабільних казначейських облігацій США; наявність вторинного ринку обігу державного боргу.

Особливої уваги також заслуговують такі інструменти, як ВВП-варанти – інструменти відновлюваної вартості (VRI), богові папери, які інвестори отримують взамін списаної частини боргу. Особливістю цих інструментів є те, що їх вартість не обліковується у складі державного боргу України, оскільки їх номінальна вартість є умовною. Ставка прибутковості за ВВП-варантами залежить від темпів зростання ВВП країни-емітента.

До емісії ВВП-варантів вдавалися уряди Аргентини та Греції. В Аргентині ВВП-варанти надавали право інвесторам отримувати 5 % доходу від приросту ВВП упродовж 30 років за умови зростання реального ВВП більш як на 3 % за рік. Уряд Греції емітував VRI, що надавали право інвесторам отримувати виплати у разі зростання реального ВВП понад 2 % на рік, при цьому річна сума виплат була обмежена 1 % певної, заздалегідь обумовленої величини.

В Україні ВВП-варанти були випущені у 2015 році на суму 3,2 млрд. дол. США як компенсація частини списаного боргу кредиторами. За умовами угоди виплати за ВВП-варантами почнуться, якщо ВВП України досягне значення 125,4 млрд. дол. США. Якщо приріст ВВП за рік буде нижчим ніж 3% або реальний ВВП буде меншим ніж \$125,4 млрд, виплати за VRI не здійснюються. У випадку приросту реального ВВП від 3% до 4%, виплати за VRI становитимуть 15% перевищення показника ВВП над 3%, а якщо вище 4%, тоді до 15% від виплати додається 40% від суми, що перевищує зростання в 4%. Крім цього, з 2021-го по 2025-й платежі обмежені 1% ВВП. Після 2025 року відсутні будь-які обмеження за виплатами. Варто зазначити, що випуск ВВП-варантів в Україні було проведено у ході реструктуризації державного боргу та загрози дефолту, чим обумовлені достатньо не вигідні умови. Поки зростання економіки перебуває у межах 3-4 % виплати за VRI не суттєво збільшать витрати на обслуговування державного боргу. Однак, цей інструмент у довгостроковій перспективі несе суттєві ризики, пов'язані не стільки з високими темпами зростання ВВП, скільки з відновленням економіки після падіння внаслідок кризових явищ. Тому наступні дії щодо управління державним боргом варто спрямувати на викуп ВВП-варантів, що залишились в обігу, оскільки виплати за ними не обмежені після 2025 року.

ЖИЛИЩНЫЙ ЛИЗИНГ КАК НОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ ФИНАНСИРОВАНИЯ ЖИЛИЩНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Одной из наиболее актуальных проблем экономики на современном этапе остается удовлетворение жилищных потребностей населения. Реализация государственной жилищной политики предполагает стимулирование развития жилищного строительства, которое является одним из важнейших секторов белорусской экономики. Динамика жилищного строительства обеспечивается притоком жилищных инвестиций. Существующие финансовые инструменты в жилищной сфере не обеспечивают необходимых для роста жилищного строительства объемов инвестиций, что связано с ограниченностью бюджетного финансирования и низким уровнем доступности жилья для некоторых категорий граждан.

В Беларуси продолжается поиск новых финансовых инструментов, способных привлечь инвестиции в жилищную сферу и сделать жилье более доступным для населения. Поэтому разработка новых инструментов финансирования жилищных инвестиций является важной задачей для экономики страны.

Лучшие мировые практики показывают, что в современных условиях эффективным инструментом привлечения инвестиций является лизинг. Однако в финансировании жилищных инвестиций в Беларуси этот механизм не используется. В связи с этим, исследование возможностей и форм применения жилищного лизинга на рынке жилья в нашей стране является актуальной научной проблемой [1].

Не так давно в Республике Беларусь начал действовать институт лизинга жилья, к которому население относится весьма настороженно несмотря на столь «большой» для многих белорусов «квартирный вопрос».

Законодательно приобретение гражданами жилья в лизинг в Республике Беларусь стало возможным еще с осени 2014 года. Так, в абзаце 2 пункта 1.3 Указа Президента Республики Беларусь от 25.02.2014 года № 99 «О вопросах регулирования лизинговой деятельности», вступившим в силу с 01.09.2014 года, лизинговая деятельность была определена как предпринимательская деятельность по приобретению лизингодателем в собственность имущества в целях его последующего предоставления за плату во временное владение и пользование не только юридическому, но и физическому лицу. При этом из части 1 статьи 636 Гражданского кодекса Республики Беларусь от 07.12.1998 года № 218-3, содержащей определение договора лизинга, Законом Республики Беларусь 31.12.2014 года № 226-3 было исключено указание на обязательность использования предмета лизинга лизингополучателем в предпринимательских целях, что ранее ограничивало возможность приобретения жилья в лизинг.

Вместе с тем, несмотря на легальность лизинга жилья в Беларуси с осени 2014 года, предоставление жилья в лизинг в нашей стране до настоящего момента не получило широкого распространения, что неудивительно с учетом того, что одновременно с принятием Указа № 99 не были разработаны правовые нормы, регулирующие лизинг жилья с учетом специфики данных правоотношений и, как следствие, имелось не мало пробелов в правовом регулировании лизинга жилья.

С началом действия Указа Президента Республики Беларусь от 06.04.2017 года № 109 «Об изменении указов Президента Республики Беларусь по вопросам лизинговой деятельности», вступившим в законную силу с 09.10.2017 года, вопросы предоставления жилых помещений в лизинг гражданам получили комплексное регулирование, а лизинговые организации, осуществляющие лизинговую деятельность с жилыми помещениями стали отвечать особым требованиям.

Сущность лизинга заключается в покупке лизинговой организацией жилого помещения (квартиры или жилого дома, новых или со вторичного рынка) и передаче его во владение и пользование физическому лицу. В свою очередь, физическое лицо несет обязанность по уплате в пользу лизинговой организации лизинговых платежей по графику (как правило, ежемесячно) [2]. При этом лизинговые платежи включают стоимость жилья (или часть стоимости), другие расходы лизинговой организации, связанные с покупкой, оформлением и передачей жилья в лизинг, а также вознаграждение лизинговой организации (на практике такие платежи по размеру сравнимы с платежами по кредиту).

Право собственности на жилое помещение у физического лица возникает после уплаты лизинговых платежей в случае уплаты выкупной стоимости (если это предусмотрено договором лизинга) – разницы между полной стоимостью жилья и той частью стоимости, которая была погашена лизинговыми платежами.

Лизинг отличается от кредита прежде всего тем, что право собственности на жильё до окончания срока лизинга будет оставаться за лизингодателем. Но необходимо иметь в виду, что все права владения и пользования полученным жильем передаются лизингополучателю и при выполнении им всех обязательств по договору лизинга никто не может изъять у него это жилье независимо от проблем, которые могут быть

у собственника – лизингодателя. После выполнения всех обязательств по договору лизинга со стороны лизингополучателя право собственности обязательно переходит к нему. Кроме того, наличие права собственности у лизингодателя на предмет лизинга позволяет ему не использовать другие обеспечительные механизмы – залог другого имущества, поручительство третьих лиц и др. Но в конечном итоге наличие дополнительного обеспечения со стороны лизингополучателя оговаривается в договоре лизинга. Но, как правило, лизинговые организации в большинстве случаев его не используют.

В лизинге используется более лояльный подход к оценке платежеспособности клиента по сравнению с классическим кредитованием. В составе доходов лизингополучателя будут учтены все источники, будь он наемный сотрудник или индивидуальный предприниматель.

Предметом лизинга по договору лизинга жилья может быть как новое, так и приобретенное на вторичном рынке. Но оно обязательно должно быть уже полностью готовым и зарегистрированным в установленном порядке как жилое помещение. Варианты приобретения жилых помещений для целей его дальнейшей передачи в лизинг на стадии строительства с использованием механизмов долевого строительства и подобных ему инструментов не допускаются [3].

Срок договора лизинга жилья с его последующим выкупом лизингополучателем должен быть не менее одного года. Предельный максимальный срок договора не ограничивается и определяется его условиями по договоренности между лизингодателем и лизингополучателем. Лизингополучателем может быть только одно лицо, с которым заключается договор лизинга. Но при этом надо иметь в виду, что дееспособные совершеннолетние члены, бывшие члены семьи лизингополучателя, указанные в договоре лизинга жилого помещения и проживающие в многоквартирном жилом доме, квартире, являющихся предметом лизинга, несут солидарную с лизингополучателем ответственность по исполнению обязанностей лизингополучателя, предусмотренных договором лизинга жилого помещения, а также иных установленных законодательством обязательств, связанных с владением и использованием жилым помещением.

С жильём, приобретённым в лизинг, можно делать все то, что и с собственной квартирой. Но все нюансы пользования таким жильем прописаны в Указе № 109 от 6 апреля 2017 года. Например, если человек захочет сделать перепланировку, нужно согласовать это с лизинговой компанией. Важно, что все коммунальные платежи оплачиваются по тарифам для физических лиц, хотя в период действия договора квартира будет находиться в собственности юридического лица — лизингодателя [4].

Ситуация на рынке жилья сегодня достаточно напряженная. Далеко не каждый желающий имеет возможность реализовать свое право на жилье. Активное использование механизма жилищного лизинга может стать альтернативой масштабному жилищному кредитованию. В условиях, когда ставки по кредитам неподъемны, лизинг жилья дает гражданам шанс обрести собственный «угол». Именно поэтому государство предприняло соответствующие меры – законодательно регламентировало предоставление финансовой аренды жилья физическим лицам.

Таким образом, следует развивать жилищный лизинг как новый финансовый инструмент жилищного инвестирования, основанный на долгосрочной аренде жилья с правом выкупа, обеспечивающий повышение доступности жилья определенным категориям населения.

Для развития лизинга жилья необходимо дальнейшее развитие нормативного, экономического и организационного обеспечения, соответствующего существованию рыночных отношений. Дальнейшим направлением методического обеспечения лизинговой модели в жилищной сфере должна стать разработка методики определения лизинговых платежей, оптимизирующей их ежемесячные суммы, определение механизмов государственной поддержки для лизингополучателей, состоящих на учёте нуждающихся в улучшении жилищных условий, а также вопросы льготного налогообложения.

Список использованных источников:

1. Жилищный лизинг как финансовый механизм инвестирования на рынке жилой недвижимости [Электронный ресурс] / Вестник томского государственного университета. – Томск, 2011. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhilischnyy-lizing-kak-finansovyy-mehanizm-investirovaniya-narynke-zhiloy-nedvizhimosti/viewer>. – Дата доступа: 08.11.2020.
2. Жилье в лизинг: ближайшие перспективы [Электронный ресурс] / Минской областная коллегия адвокатов. – Минск, 2020. – Режим доступа: <http://moka.by/index.php>. – Дата доступа: 08.11.2020.
3. Финансовая грамотность: лизинг жилья – что это? [Электронный ресурс] / ЮрСпектр. – Минск, 2020. – Режим доступа: <https://ilex.by/news/finansovaya-gramotnost-lizing-zhilya-chto-eto/>. – Дата доступа: 08.11.2020.
4. Как покупают жилье в лизинг [Электронный ресурс] / Недвижимость. – Минск, 2020. – Режим доступа: <https://realt.onliner.by/2017/12/20/lizing-4>. – Дата доступа: 08.11.2020.

**М.Р. Одінцов, магістрант кафедри фінансів і кредиту
Науковий керівник – к.е.н., доц. Литвинчук І.В.
Державний університет «Житомирська політехніка»**

БЮДЖЕТНА ПОЛІТИКА В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОСТІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Під бюджетною політикою, як правило, розуміють сукупність економічних і адміністративних заходів, які застосовує держава з метою стабілізації та підвищення ефективності національної економіки, використовуючи, головним чином, бюджетний та податковий механізми. В умовах нестабільності соціально-економічного розвитку роль держави в розподільчих процесах має зростати, так як:

- бюджетна політика є ключовим інструментом фінансування інвестицій в технічні, інституційні інновації, в людський капітал, що значно підвищує конкурентоспроможність національної економіки;

- бюджетна політика має забезпечувати комплекс позитивних факторів, які сприяють поліпшенню параметрів ринкової діяльності, інноваційній активності, товарній диверсифікації на міжнародних ринках, зрештою глобальній ринковій експансії;

- важливим виміром конкурентоспроможності є формування за допомогою бюджетних важелів соціального профілю інформаційної економіки, класу інноваторів, широких верств соціуму, які зацікавлені в інноваціях та які формують попит на інновації;

- за сучасних умов функція перерозподілу ВВП через бюджет набуває цілковито нового значення. Фіскальну політику слід орієнтувати на стимулювання підприємницької активності та пошук нових форм державно-приватного партнерства в інвестуванні транспорту, інфраструктури тощо. Антикризові механізми повинні передбачати створення стабілізаційного фонду для підтримки фінансової стійкості економіки, скорочення витрат, в тому числі соціальних, поточної збалансованості бюджетів усіх рівнів;

- в Україні посилились негативні тенденції непослідовності в розробці та реалізації бюджетної політики, про що свідчать значні відхилення фактичних бюджетних показників від запланованих, незважаючи на їх коригування до чотирьох разів на рік, а також переважне спрямування бюджетних видатків на поточні цілі та низький рівень інвестиційної активності держави;

- бюджет України не повністю виконує функцію фінансового забезпечення цілей соціально-економічного розвитку країни, що мають стратегічний характер та спрямовані на зміцнення конкурентних переваг держави [2].

Таким чином, бюджетна політика в умовах нестабільності соціально-економічного розвитку повинна відповідати наступним критеріям:

1. В умовах нестабільності соціально-економічного розвитку роль держави в розподільчих процесах має зростати. За усі роки незалежності України продовжується тенденція до зниження рівня одержавлення ВВП.

2. Бюджетна реформа повинна охоплювати сферу податкової, бюджетної та грошово-кредитної політики, а також структурної політики в економіці, соціальній сфері й державному управлінні. Стан реформування цих сфер безпосередньо впливає на стан державних фінансів.

3. Негативний вплив на стан економічного розвитку та процеси регулювання грошово-кредитного ринку справляє практика нагромадження бюджетних коштів на рахунках банківської системи. Такі дії призводять до недофінансування запланованих видатків, зокрема таких статей, як видатки на освіту, охорону здоров'я, соціальний захист і соціальне забезпечення.

4. Безперервні розширення обсягу ОВДП і підвищення рівня їх доходності спричинили будівництво «піраміди», яка нічим не підкріплюється з боку держави і будь-який момент може призвести до краху фондового ринку.

5. Ступінь фінансової незалежності місцевих органів влади характеризує незалежність держави в цілому, потенційні можливості її економічного розвитку, рівень демократичних прав і свобод громадян. Держава не може успішно розвиватись та економічно процвітати, надаючи гарантії фінансової незалежності місцевим органам влади [1].

Перспективою подальших досліджень у реформуванні бюджетної політики має стати укріплення законодавчої бази про державний бюджет. Надійні правові норми повинні регламентувати процес формування і витрачання бюджетних коштів, а бюджетний процес має відбуватися виключно згідно з бюджетним законодавством. У наповненні бюджету мають брати участь всі суб'єкти господарської діяльності, а державні фінанси – орієнтуватися на виконання як фіскальної функції, так і стимулюючої та регулюючої.

Список використаної літератури:

1. Величко О. В. Бюджетна політика та особливості її формування в умовах нестабільності соціально-економічного розвитку/ Економічний вісник Донбасу. № 1 (19). 2010. С. 83-87.

2. Чухно А. А. Державний бюджет і ефективність економіки / К.: НДФІ. 2006. Випуск 2(35). С. 26-32.

Ольховський Д.Е.
Науковий керівник:
Сидоренко О.О., старший викладач
*Харківський торговельно-економічний інститут
Київського національно торговельно
економічного університету*

Концептуальні засади формування бюджетної політики

Бюджетна політика – це комплекс заходів, спрямованих на залучення, розподіл і використання коштів державного бюджету. Формування бюджетної політики є першим і найважливішим етапом матеріалізації об'єктивних бюджетних відносин у суспільстві. Саме від чіткості, якості та реальності такої політики залежить кінцеві практичні результати впливу бюджетних відносин на соціально-економічні процеси, що відбуваються у державі. У зв'язку з цим проблеми формування бюджетної політики, її стратегії і тактики та ефективності є актуальними.

Особливості формування бюджетної політики проявляються через її функціональне призначення, тобто у її основних функціях:

- регуляторній, що впливає на структуру виробництва;
- розподільчій, тобто здійснення перерозподілу створеного валового внутрішнього продукту;
- стабілізуючий, що реалізує забезпечення ефективного використання факторів виробництва, стабільного рівня цін, рівноваги платіжного балансу, високих і рівномірних темпів економічного зростання.

Серед окреслених функцій регуляторна функція в умовах ринкової економіки є однією із основних. Вона впливає на параметри інших функцій, здійснюючи регулювання з метою стабілізації соціально-економічних процесів та зміни обсягів перерозподілу валового внутрішнього продукту.

Абсолютна більшість науковців і практиків стверджують, що завдання бюджетної політики як сукупності заходів держави щодо організації та використання бюджетних відносин для гармонізації соціально-економічного розвитку полягають у реалізації основної мети – забезпечення належного життєвого рівня населення відповідно до соціальних стандартів. Ця мета досягається шляхом оптимізації розподілу валового внутрішнього продукту між галузями економіки, територіями, соціальними групами.

ВВП на душу населення у 2019 році ставило 94 589,8 грн, а у 2018 році – 84 192 грн. Це лише частково, але показує нам, що було проведено позитивну бюджетну політику. Однак у даний час залишаються не вирішеними складні проблеми, які стосуються концептуальних засад бюджетної політики, зокрема її змісту, принципів, засад формування стратегії і тактики, домінантів та пріоритетів в умовах трансформаційних процесів, які відбуваються в Україні.

Аналізуючи основні засади бюджетної політики визначимо, що суть проблеми побудови ефективної бюджетної політики полягає в її науковому обґрунтуванні і в тому наскільки вона базується на фундаментальних теоретичних засадах, виходячи з певної соціально-економічної політики держави. При плануванні бюджетної політики держава має виходити із необхідності забезпечення фінансової та соціальної стабільності, враховуючи усю сукупність національних, історичних, політичних, соціально-економічних чи інших особливостей розвитку держави.

Отже, дослідження теоретичних основ формування бюджетної політики дозволяє визначити, що в умовах сучасних трансформаційних процесів важливим завданням бюджетної політики є науково обґрунтована раціоналізація бюджетних видатків, обсяги і структура яких повинні відповідати функціям, притаманним державі з ринковою економікою. Поряд із цим необхідно вирішити завдання щодо консолідації ресурсів на державному рівні для фінансового забезпечення стратегічних пріоритетів бюджетної політики держави. А також під принципами бюджетної політики пропоную вважати такі основні засади, ідеї, положення, які є орієнтирами, вимогами її проведення, відображають сутність державного бюджету. Ці принципи можна поділити на загальні (які відображають рівень використання у політиці системи цінностей, властивих суспільству у цілому) та спеціальні (які конкретизують перші, у концентрованому вигляді визначають основні параметри бюджетної політики). Особливо актуальним завданням бюджетної політики вважаю збалансування інтересів, які пов'язані з формуванням і використанням бюджетних ресурсів. Одним із шляхів вирішення цього завдання може бути застосування сучасної еволюційної парадигми та відповідної ідеології на основі ідеї синергетичної парадигми.

Сучасні тенденції банкрутства вітчизняних підприємств

В умовах економічної та політичної нестабільності зросла кількість підприємств, які мають незадовільний фінансовий стан. Окрім цього, в умовах жорсткої ринкової конкуренції кожне підприємство перебуває під загрозою зниження прибутковості, платоспроможності, внаслідок чого його може очікувати банкрутство. Основними проблемами, які виникають в економіці під час процесу банкрутства підприємств, є: скорочення попиту на продукцію виробників, зниження обсягів виробництва, зростання заборгованості постачальникам, державному бюджету, банкам, затримки з виплатою заробітної плати працівниками тощо. Тому питання банкрутства та антикризового управління підприємством є одним з актуальних для вітчизняної економіки.

Одним з критеріїв, який фіксує спрямування підприємства до банкрутства, є показник «збитковості». Сучасний стан економіки в Україні супроводжується стійкою тенденцією збільшення кількості збиткових підприємств (рис. 1).

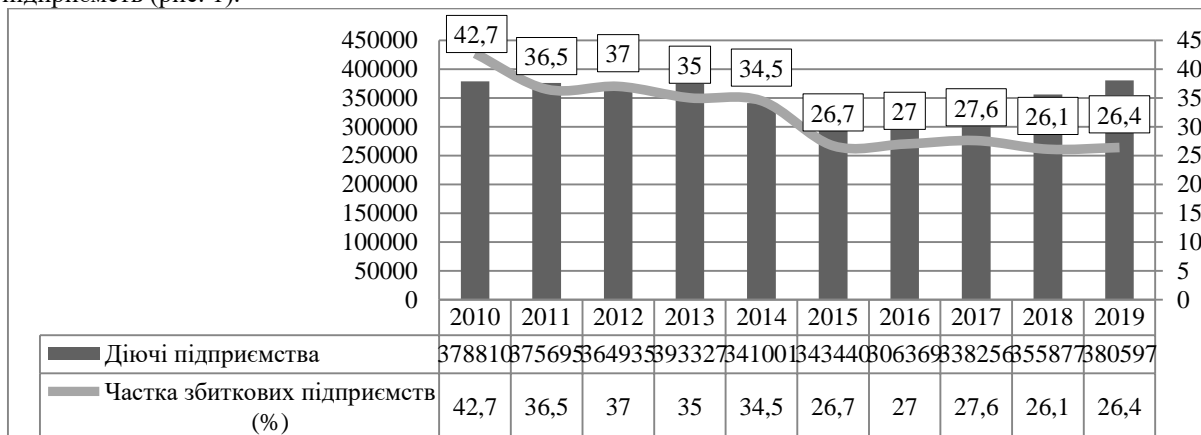


Рис. 1. Динаміка зміни кількості підприємств в Україні протягом 2010-2019р.р.*

*Побудовано автором на основі Офіційний веб-портал «Державна служба статистики України» URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 20.10.2020)

Так, станом на 2019 р. свою діяльність здійснювало 380597 підприємств, що порівняно з попереднім роком майже на 7 % більше, відповідно, відбулося зростання і кількості збиткових підприємств. Необхідно також відмітити, що через політичну нестабільність в 2014 р. спостерігається також різкий спад підприємств, однак це пояснюється тим, що починаючи з 2014 р. список функціонуючих підприємств охоплює усі регіони України, крім тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим і м. Севастополя, а також частини зони проведення антитерористичної операції. Найменша кількість підприємств зафіксована в 2016 р., що може бути спричинено військовим конфліктом на Сході країни, який призвів до: інфляції понад 40 %, падіння промислового виробництва та внутрішнього попиту, падіння реального ВВП на 9,9 %, і, як наслідок, до падіння економічної активності.

За перше півріччя 2020 р. частка збиткових підприємств склала 38,7 %, що на 12,3 % більше порівняно з 2019 р. (при чому частка визначена виходячи лише з кількості великих та середніх підприємств) – це спричинено появою вірусу COVID-19, що через карантинні заходи погіршило становище як підприємств, так і країни в цілому. Наслідками пандемії стало: скорочення ВВП, повна або часткова зупинка підприємств, різке зростання рівня безробіття, зростання інфляції, зменшення рівня доходів населення, - це призвело до кризового становища підприємств і в подальшому може викликати їх банкрутство, якщо не вжити відповідних заходів щодо подолання цього явища.

Масштаби процесу банкрутства в економіці України характеризуються кількістю заяв у справах позовного провадження про банкрутство (табл. 1). За аналізований період кількість справ, закінчених провадженням, поступово зменшується і у 2019 р. становила 1184 справ, що майже в 10 разів менше від рівня 2009 р. Також знижується і чисельність справ, залишених без розгляду, лише в 2018 р. спостерігається незначне зростання. Оскільки банкрутство підприємства не завжди означає припинення діяльності і ліквідацію суб'єкта господарювання, можливою є ситуація, коли втрата платоспроможності є тимчасовим явищем і може бути подолана шляхом проведення санації та укладання мирової угоди. Так, у 2019 р. мирова угода була укладена стосовно 68 справ. Найменше укладення мирових угод спостерігається

Секція 5. Концептуальні засади розвитку фінансів в умовах сталого розвитку

у 2017 р. - стосовно 32 справ. Найбільшу питому вагу займають справи, які припинені з затвердженням звіту ліквідатора. Найбільше таких справ у 2009 р. – 9962, далі спостерігається щорічний спад і станом на 2019 р. становить 953 справи.

Таблиця 1

Загальна характеристика справ про відновлення платоспроможності боржників або визнання їх банкрутами, закінчених провадженням в Україні 2009-2019рр. (од.)*

Рік	Кількість справ, закінчених провадженням	у тому числі:						Кількість справ, у яких винесено постанови про визнання банкрутом у звітному періоді
		припинено:						
		залишено без розгляду	із затвердженням звіту керуючого санацією	із затвердженням мирової угоди	із затвердженням звіту ліквідатора	у зв'язку з виконанням усіх зобов'язань перед	з інших підстав	
2010	10612	-	-	-	-	-	-	8212
2011	10382	523	8	106	8335	100	1310	6745
2012	7583	275	8	94	6084	101	1021	4631
2013	5697	128	7	82	4948	57	475	3359
2014	3324	55	4	70	2989	29	177	2096
2015	2406	32	8	53	2159	6	148	1799
2016	2101	29	1	48	1844	18	161	1385
2017	1691	12	1	32	1546	14	86	1242
2018	1368	21	-	65	1055	8	219	795
2019	1184	14	4	68	953	2	137	649

*Побудовано автором на основі Аналітична інформація щодо стану здійснення правосуддя. Офіційний веб-портал «Судова влада України URL: <http://court.gov.ua/> (дата звернення: 20.10.2020)

Банкрутство можна розглядати як з боку підприємства-боржника, яке потребує оздоровлення, так і з позицій кредиторів, які прагнуть задовольнити свої грошові вимоги до боржника. Тому й ефективність процедур відновлення платоспроможності і ліквідації теж доцільно аналізувати з двох боків (табл. 2).

Таблиця 2

Дані про розгляд господарськими судами справ про банкрутство в Україні у 2018-2019 рр.*

Показник	2018 р.	2019 р.
Кількість заяв кредиторів із грошовими вимогами, од	4781	1777
Загальна сума грошових вимог, заявлена кредиторами, млрд. грн.	505,79	115,82
Загальна сума грошових вимог кредиторів, визнана судом, млрд. грн.	317,58	106,37
Кількість ліквідованих підприємств, у статутному фонді яких частка державної власності перевищує 25 %, од	6	13
Кількість справ, закінчених провадженням після визнання мирової угоди недійсною, од	6	18

*Побудовано автором на основі Аналітична інформація щодо стану здійснення правосуддя. Офіційний веб-портал «Судова влада України URL: <http://court.gov.ua/> (дата звернення: 20.10.2020)

В 2019 р. до господарських судів було заявлено 115,82 млрд. грн. грошових вимог, що на 77,10 % менше, ніж у попередньому році. Обсяг визнаних судом грошових вимог кредиторів у 2019 р. становить 106,37 млрд. грн., у 2018 р. – 317,58 млрд. грн. Кількість ліквідованих підприємств, у статутному капіталі яких частка державної власності перевищує 25 % зросла на 7 од., а також кількість справ, закінчених провадженням після визнання мирової угоди недійсною зросла на 12 од.

Отже, погіршення фінансового стану та наступне банкрутство підприємств в Україні зумовлене низкою чинників, як зовнішніх (політична нестабільність, зростання інфляції, безробіття, зниження попиту, нестабільність регулюючого законодавства), так і внутрішніх (неефективність фінансової стратегії, маркетингу, низький технічний рівень виробництва, низький рівень кваліфікації персоналу).

Не дивлячись на зменшення в останні роки кількості підприємств, визнаних банкрутом, ефективність судових процедур оздоровлення залишається низькою, а місце України у рейтингу «Doing business-2019» за показником «врегулювання неплатоспроможності» -145 з поміж 190 країн. Це має спонукати підприємства до подальшого пошуку нових шляхів запобігання неплатоспроможності, однак визначальне місце в системі заходів запобігання банкрутству має займати постійний моніторинг фінансового стану і система діагностики банкрутства для виявлення кризових явищ на ранній стадії і проведення заходів антикризового управління підприємством.

Структурні зміни як основа розвитку національної економіки

Структура економіки – одна з ключових системних та комплексних діагностичних характеристик економічного зростання, якості та ефективності державної політики управління розвитком економіки. Власне, ключові макроекономічні показники держави можуть бути високими і задовільними, що засвідчує стабільність, але структурний аналіз може виявити про наявність або ж розвиток деструктивних процесів і явищ, посилення яких матиме наслідком стагнацію і спад виробництва, зростання безробіття, внутрішньої та зовнішньої бюджетно-фінансової залежності держави, включно з перед дефолтним станом. Вказане в рази підвищує значимість як аналізування структурних характеристик економіки, так і планування та реалізації державної політики забезпечення структурних змін і реформ у системі національного господарства.

Проте, структура економіки – характеристика статична. Значно більшої ваги вона набуває під час свого динамізму. Іншими словами, коли відбуваються процеси реформування і зміни структурних співвідношень, які склалися на певному етапі соціально-економічного розвитку країни.

Якщо держава орієнтується на побудову класичної ринкової економіки, інтеграцію в світогосподарські процеси та вільну конкуренцію, розвиток визначається або глибокими системними реформами, які приводять до докорінних змін в галузевій та секторальній структурі економіки, або менш помітними на перший погляд структурними зрушеннями на мікрорівні, у бізнес-процесах, в системі господарських та інших відносин, у економіко-правовому та бізнес-середовищі, підприємницькій ментальності населення, принципах формування та реалізації державної політики на всіх рівнях управління.

Саме структурні реформи є базисом, основою формування передумов для сталого і збалансованого розвитку національної економіки. Головний аргумент такого висновку в тому, що економічне пожвавлення може мати короткостроковий характер за рахунок форсованого впровадження державою таких інструментів як збільшення грошової маси, дотування виробництва, банківське споживче кредитування, орієнтоване на розширення попиту на внутрішньому ринку, прямі іноземні та внутрішні капітальні інвестиції та ін. Втім, надалі, якщо такі заходи не будуть підкріплені змінами та зрушеннями в структурі економіки, особливо – відтворювальній та інституційній, ситуація закономірно повернеться на кризову з розвитком інфляційних процесів, девальвацією національної грошової одиниці, погіршенням інноваційності та конкурентоспроможності національного продукту, зростанням імпортової залежності, активізацією процесів зовнішньої трудової міграції.

Структурні зміни є першим етапом системного реформування національної економіки країни. Їх головне завдання – активізувати необхідні позитивні зміни у базисних сферах суспільного життя. Йдеться про реальний сектор економіки, продуктивні інвестиції, формування конкурентоспроможності на засадах інновацій та передових технологій, розвиток інформаційного суспільства, створення нових робочих місць і забезпечення зайнятості, підвищення рівня продуктивності праці. Держава має достатньо широкий арсенал інструментів, зі застосуванням яких здатна стимулювати розвиток відповідних процесів.

Позаяк, реалізація структурних змін приводить до структурних зрушень, коли завдяки зміні певних пропорцій і співвідношень відбувається випереджальний розвиток стратегічних галузей національного господарства, а також тих суспільних сфер, від яких залежить зростання ефективності на всіх рівнях суспільних відносин. Як слушно зауважує в цьому аспекті Л. Шаблиста, структурні зміни приводять до структурних зрушень, коли зрушення в структурі економіки відбуваються під впливом науково-технічного прогресу, залучення якісних трудових, матеріальних та природних ресурсів, диверсифікації і поглибленого поділу праці [1, с.10]. На думку науковця, структурні зрушення в більшій мірі потребують державного регулювання, ніж структурні зміни. Аргументом тут слугує те, що структурні зміни часто, по-перше, стихійні процеси; по-друге, потребують відносно меншого державного втручання і підтримки. З іншої сторони, структурні зрушення потребують втілення відповідної державної політики, завдяки якій змінюється динаміка і структура макроекономічних відтворювальних процесів з їх подальшим впливом на суспільство, соціальну сферу, політику і т. ін.

Відповідно, економічне зростання відбувається саме за рахунок структурних зрушень, які накопичуються доки докорінно не змінять економічну систему країни як загалом, так і в межах її елементів.

Список використаних джерел

1. Шаблиста Л. М. Державне регулювання структурних зрушень в економіці України : автореф. дис. докт. екон. наук. Київ, 2003. 40 с.

ПЕРСПЕКТИВИ ВВЕДЕННЯ СІМЕЙНОГО ОПОДАТКУВАННЯ В УКРАЇНІ

Одним з пріоритетних напрямків при розробці податкової політики в Україні є її поступова соціалізація, яка передбачає спрямованість не тільки на потреби ринку, але і на загальнолюдські цінності. В цьому сенсі велика роль відводиться сім'ї, адже саме сім'я чинить активний вплив на розвиток духовної культури, соціальну спрямованість особистості, мотиви поведінки людей.

Сім'я – це соціальна група, яка складається з людей, які зазвичай перебувають у шлюбі, їхніх дітей (власних або прийомних) та інших осіб, поєднаних родинними зв'язками з подружжям, кровних родичів, і здійснює свою життєдіяльність на основі спільного економічного, побутового, морально-психологічного укладу, взаємної відповідальності, виховання дітей. Тому удосконалення оподаткування фізичних осіб можливе за допомогою введення концепції «сімейного» оподаткування доходів і майна фізичних осіб в Україні.

Не можна не відзначити практику сімейного оподаткування в розвинених зарубіжних країнах, яка заснована на стабільності, системному підході і має в своєму арсеналі різні інструменти податкового регулювання. У зарубіжних країнах існують два основних методи оподаткування сім'ї: спільне декларування доходів подружжям (США, Німеччина) та оподаткування доходів сім'ї (Франція), які сприяють перерозподілу податкового тягаря і аналізують платоспроможність платників податків з точки зору принципів справедливості.

Якщо розглядати ідею сімейного оподаткування, то основна концепція - це можливість стягування податків з доходів і майна з урахуванням складу сім'ї. В даному випадку важливою умовою є наявність майна та формування доходів в спільному користуванні членів сім'ї. У свою чергу, сім'я може включати не тільки працездатних громадян, але і непрацездатних батьків, неповнолітніх дітей. При більш ґрунтовному вивченні сімейного оподаткування у зарубіжних країнах можна помітити, що даний вид стягнення податків становить інтерес і для України. Зокрема, в США оподатковуваний дохід містить такі складові: з валового доходу сім'ї віднімається сума витрат, пов'язана з вийманням доходу, і інша сума витрат, яка визначається законодавством. Іншими словами, це сукупний дохід мінус податкові відрахування і знижки. У Німеччині платникам податків надається вибір між повноцінним сімейним оподаткуванням та сплатою прибуткового податку індивідуально. Отже, підхід до оподаткування доходів безпосередньо пов'язаний з альтернативним вибором між прийняттям сімейної податкової системи оподаткування або відмовою від неї.

Наразі оподаткування громадян в Україні знаходиться в стадії розвитку, тому застосування деяких перспективних рішень, які використовуються в зарубіжних країнах, допоможе розробити власний комплекс заходів при впровадженні системи сімейного оподаткування, а також надасть можливість впливу на реальний дохід сім'ї за допомогою вибору об'єкта оподаткування, системи пільг та преференцій. Для обґрунтування нових форм і методів стягнення податків з фізичних осіб необхідно внесення деяких змін до законодавства.

Оскільки сім'ю передбачається розглядати як об'єднання платників податків, пов'язаних родинними зв'язками, які спільно проживають, ведуть спільне господарство, користуються майном і одержуваними доходами спільно (сім'я - суб'єкт оподаткування), важливо виокремити додаткові умови при утворенні об'єкта оподаткування. Такими умовами можуть бути: реєстрація за місцем проживання, яка визначає місце взяття платника податку на податковий облік, а також спільна податкова декларація, що подається одним з членів сім'ї. В даному випадку слід внести зміни до Податкового кодексу України у вигляді доповнення статті 14 положенням, що визначає поняття «сім'я як суб'єкт оподаткування», з ймовірним розглядом у рамках групи консолідованих платників податків - фізичних осіб. Що стосується так званих відрахувань, пільг та інших способів зменшення сукупного доходу сім'ї, то тут актуально застосування звільнення від оподаткування мінімального доходу в розмірі не нижче встановленої величини прожиткового мінімуму. В цьому питанні необхідно переглянути та удосконалити діючу методику розрахунку, яка не відображає сьогодишнього соціально-економічного розвитку та рівня життя громадян.

З огляду на все вищесказане, необхідно відзначити, що вдосконалення системи оподаткування доходів фізичних осіб в Україні дозволить на підставі колишньої системи оподаткування розвивати нову, альтернативну систему з метою оптимізації податкового тягаря та вирішенням першочергових соціальних проблем. Разом з тим це буде сприяти підвищенню рівня життя, рівня споживання, збільшенню заощаджень, використання звільнених від оподаткування коштів на інвестиційні цілі і, в кінцевому рахунку, зростанню економіки країни та добробуту населення.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ БЮДЖЕТНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ

Розкриття теоретичних основ формування бюджетної політики було б доцільно розпочати з визначення сутності поняття «політика».

Відомо, що етимологія слова «політика» має грецьке походження (політїкї) і в перекладі означає «мистецтво управління державою чи суспільством» або цілеспрямована діяльність пов'язана з прийняттям відповідальних рішень. В більш широкому розумінні «політика» - визначена частина, програма або напрям такої діяльності, сукупність засобів (інструментів) та методів (технік) для реалізації певних інтересів задля досягнення визначених цілей в певному соціальному середовищі.

На сьогодні, бюджетна політика є важливою складовою фінансової політики держави є її невід'ємним компонентом, у якій відбиваються суспільні інтереси, реалізуються функції і завдання держави у сфері управління фінансами. Вона сприяє створенню конкурентоспроможної національної економіки; забезпеченню фінансово самодостатнього розвитку всіх регіонів країни; стимулює інноваційний розвиток галузей економіки; забезпечує підвищення рівня соціальних стандартів.

Вивченню теоретичних основ бюджетної політики України приділяли увагу багато науковців: Огонь Ц.Г., Булгакова С.О., Василенко Л.В., Опарін В.М., Грязнова А.Г., Боднарук Т.Г., Василик О.Д., Федосов В.М., Єрмошенко М.М., Єрхоін С.А., Фішер С., Дорнбуш Р., Шмаланзі Р. Пропонуємо більш детально ознайомитися з підходами до розуміння сутності поняття бюджетної політики, які виділяють в науковій літературі (табл.1).

Таблиця 1

Систематизація наукових поглядів щодо розуміння сутності поняття «бюджетна політика»

Автори	Зміст
Огонь Ц.Г., Булгакова С.О., Василенко Л.В.	Бюджетна політика – це діяльність держави в сфері формування та використання бюджетних коштів в цілях забезпечення соціально-економічного розвитку як країни загалом, так і регіонів зокрема.
Опарін В.М	Бюджетна політика – це діяльність держави у сфері формування та використання бюджетних коштів, спрямована на підтримання високого рівня зайнятості, стабільної економіки, зростання валового внутрішнього продукту (ВВП).
Комягіна Д. Л.	Бюджетна політика виявляється в системі форм і методів мобілізації фінансових ресурсів та їх розподілу, являє собою цілісну єдність формування і використання коштів бюджетів усіх рівнів, реалізує стратегічні цілі державної економічної політики
Грязнова А.Г	Бюджетна політика – це сукупність заходів, рішень, які приймаються і здійснюються органами законодавчої та виконавчої влади, і пов'язані з визначенням основних напрямів розвитку бюджетних відносин і виробленням конкретних шляхів їх використання в інтересах громадян, суспільства і держави.
Боднарук Т.Г., Василик О.Д., Федосов В.М	Бюджетна політика виступає системою цілей та заходів як державних органів влади, так і органів місцевого самоврядування в сфері управління бюджетним процесом з метою досягнення певного економічного і соціального ефекту.
Єрмошенко М.М., Єрхоін С.А.	Бюджетна політика – це сукупність пріоритетів, наукових підходів і конкретних заходів щодо цілеспрямованої діяльності держави з регулювання бюджетного процесу та використання бюджетної системи для вирішення економічних і соціальних завдань країни.
Фішер С., Дорнбуш Р., Шмаланзі	В західній економічній науці бюджетна політика ототожнюється з «фіскальною політикою» і включає в себе політику державних доходів і витрат, їх загальних обсягів і структури.
Словник Макміллана	Бюджетна (фіскальна) політика – це використання оподаткування і державних видатків для регулювання сукупного рівня економічної діяльності.
Господарський кодекс України	Бюджетна політика – це політика, спрямована на оптимізацію та раціоналізацію формування доходів і використання державних фінансових ресурсів, підвищення ефективності державних інвестицій у економіку, узгодження загальнодержавних і місцевих інтересів у сфері міжбюджетних відносин, регулювання державного боргу та забезпечення соціальної справедливості при перерозподілі національного доходу.

Отже, як бачимо, існує широкий спектр теоретичних підходів та поглядів до розуміння сутності «бюджетної політики». Широке коло досліджень сутності бюджетної політики різними науковцями свідчить про неоднорідність, складність, унікальність, особливість цієї політики. Практичне впровадження наукових концепцій бюджетної політики сприятиме якісній реалізації заходів стратегічного і тактичного характеру, піднесенню економіки, фінансовій стабільності країни в найближчій та віддаленій перспективі.

Тарасюк О.В., магістрант,
Державний університет «Житомирська політехніка»
Науковий керівник – Виговська Н.Г.
д.е.н., професор, завідувач кафедри фінансів і кредиту
Державний університет «Житомирська політехніка»

СТРАТЕГІЧНИЙ ТА ОПЕРАТИВНИЙ КОНТРОЛІНГ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Контролінг є найважливішим засобом успішного функціонування підприємства, тому що забезпечує необхідними даними для прийняття управлінських рішень шляхом інтеграції процесів збору, обробки, підготовки, аналізу, інтерпретації інформації, надає інформацію для управління трудовими і фінансовими ресурсами, забезпечує виживаність підприємства на рівні стратегічного і тактичного управління, сприяє оптимізації залежності «виторг – витрати – прибуток».

Контролінг є напрямом, що ефективно розвивається, у сфері теорії і практики управління фінансово-господарською діяльністю підприємств.

Кожний вид контролінгу має свої цілі, методи, принципи, засоби й інструменти. Стратегічний контролінг має допомагати підприємству ефективно використовувати наявні у нього переваги та створювати новий потенціал успішної діяльності у перспективі. Служба стратегічного контролінгу виступає як внутрішній консультант менеджерів і власників підприємства для розробки стратегії, постановки довгострокових цілей і завдань. Вона надає необхідну інформацію, що орієнтує керівництво у процесі прийняття рішень. Основне завдання оперативного контролінгу – надавати допомогу менеджерам у досягненні запланованих цілей, які найчастіше виражаються у вигляді кількісних значень рівнів рентабельності, ліквідності і/або прибутку. Оперативний контролінг орієнтований на короткостроковий результат, тому його інструментарій принципово відрізняється від методів і методик стратегічного контролінгу.

Стратегічний контролінг визначає цілі і завдання для оперативного контролінгу, тобто ставить нормативні рамки. Обидва напрями контролінгу різняться за охопленням часового горизонту.

Використання методології стратегічного та оперативного контролінгу як інструмента підтримки діяльності менеджерів може суттєво підвищити ефективність функціонування системи управління підприємством. На підприємствах, які розрізняють і визнають важливість як оперативного, так і стратегічного менеджменту, зазвичай видаляють у самостійні організаційні одиниці підрозділи оперативного та стратегічного контролінгу. Стратегічний контролінг має забезпечити моніторинг досягнення цілей підприємства і довгострокової стійкої переваги перед конкурентами.

Основними напрямками аналітичної роботи у рамках стратегічного контролінгу є: аналіз ланцюжка цінностей; аналіз витратоутворюючих чинників; аналіз конкуренції та бенчмаркінг; аналіз ключових чинників успіху; аналіз стратегічних планів і підконтрольних показників діяльності.

Стратегічний контролінг орієнтований на довгострокові перспективи. Об'єктами контролю, а отже, і контрольованими величинами, є такі складові: цілі, стратегія, потенціал і чинники успіху, сильні і слабкі сторони підприємства, шанси і ризики, обмеження та результати тощо.

Можна виділити найбільш важливі практичні інструменти і принципи стратегічного управління, що використовує стратегічний контролінг: функціонально-вартісний аналіз; стратегічне управління витратами; сценарний аналіз; матричні аналітичні інструменти; алгоритми роботи зі «слабкими» і «сильними» сигналами; принципи фінансової оцінки стратегічних планів.

Головною метою оперативного контролінгу є створення такої системи управління, що ефективно допомагає досягати поточні цілі підприємства, а також оптимізує співвідношення «витрати – обсяг – прибуток». Оперативний контролінг орієнтований на короткострокові цілі і контролює такі основні показники, як рентабельність, ліквідність, продуктивність і прибуток. Арсенал основних методів і інструментів оперативного контролера сильно відрізняється від стратегічного. Найбільш відомі такі інструменти: GAP-аналіз – аналіз відхилень (розривів); портфельний аналіз – аналіз розподілу діяльності підприємства по окремих стратегіях щодо продуктів і ринків; CVP-аналіз – аналіз співвідношення «витрати – обсяг – прибуток» (Cost – Volume – Profit); ABC-аналіз – аналіз груп виробничих підрозділів окремо від їхнього внеску в дохід (не змішувати з функціонально-вартісним аналізом); планування потреби в матеріалах; фінансовий аналіз показників діяльності; статичні і динамічні методи інвестиційних розрахунків; бюджетування; функціонально-вартісний аналіз.

Виділяють три групи концепцій контролінгу, що пов'язані з його функціональним обґрунтуванням і інституціональним представленням: концепції, орієнтовані на облік, інформацію і координацію.

Контролінг розвивається у рамках управлінського обліку, інформаційних систем і систем менеджменту. Таким чином, контролінг ґрунтується на трьох компонентах: економічній системі, управлінні, інформаційній системі.

І.С. Тімкова, студентка, ФБС-3к, ФБСО
Науковий керівник - В.В Довгалоук. доц., к.е.н.,
доцент кафедри фінансів і кредиту
Державний університет «Житомирська політехніка»

Державне регулювання фінансового ринку України

Для ефективного функціонування фінансового ринку потрібна підтримка та врегулювання з боку держави, тому що саме держава є регулятором та контролером правил формування економічних відносин між учасників ринку. Продуктивність є провідним завданням фінансового ринку для зростання вітчизняної економіки. Оскільки в Україні процес росту фінансового ринку на даний момент набирає обертів, контроль за його діяльністю стає ще більш необхідним.

Державне регулювання фінансового ринку – це сукупність певних методів і прийомів, що дозволяють врегулювати особливості діяльності усіх його учасників і операцій між ними шляхом визначення державою відповідних вимог та правил для підтримки балансу взаємних інтересів учасників фінансового ринку.

На рис. 1 відтворено основні завдання державного регулювання фінансового ринку.

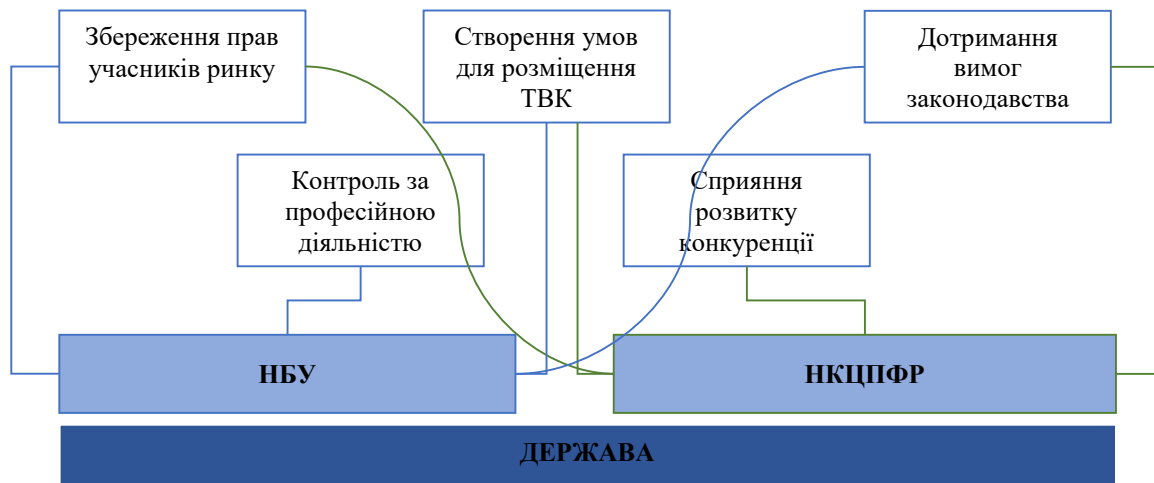


Рис. 1. Основні завдання державного регулювання фінансового ринку

На рис. 1 зображені ключові завдання держави для ефективного функціонування фінансового ринку, зокрема ринок повинен бути вільним (забезпечити конкуренцію), захищати та зберігати права учасників (позичальників, інвесторів, фінансових посередників), контролювати діяльність фінансових посередників (дозволи, ліцензії), створювати умови для розміщення заощаджень учасників ринку з метою їх трансформації в позиковий капітал та контролювати за дотриманням чинного законодавства в процесі формування та реалізації економічних відносин на фінансовому ринку.

На сьогодні залишилось два державних регулятора, які і зобов'язані здійснювати державне регулювання фінансового ринку України: Національний банк України (регулювання банківського ринку та частину небанківського фінансово-кредитного ринку) та Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку (регулювання ринку цінних паперів і похідних цінних паперів та частину ринку фінансових послуг). Усі вищеперераховані державні структури зобов'язані співпрацювати.

Отже, необхідно відмітити, що основним завданням державного регулювання є забезпечення відповідності інтересів усіх суб'єктів фінансового ринку через непряме втручання у їхню діяльність. Важелями непрямого втручання держави у регулювання фінансового ринку є такі:

- податкова політика;
- регулювання грошової маси й величини кредитів;
- зовнішньоекономічна політика;
- гарантії держави щодо позик приватного сектора;
- вихід держави на ринок позикових капіталів тощо.

Регулюючу функцію держави можна вважати як одну із основоположних для ефективного функціонування кожного суб'єкта господарювання, який провадить свою діяльність та є учасником економічних відносин на фінансовому ринку.

Ткаченко М. С.
Науковий керівник :
Коваленко Ю. М.
професор кафедри фінансових ринків, д.е.н., професор
Університет державної фіскальної служби України

СТАНОВЛЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Сьогодні інвестиційна політика не лише допомагає державі мати безпосередній вплив на обсяги виробництва, впровадження науково-технічного прогресу, зміну структури виробництва, але також вона є головною умовою розвитку соціально-економічних процесів. Інвестиції є засобом забезпечення прогресивних структурних зрушень в умовах сталого розвитку, збільшення їх обсягів впливає на ефективність ринкових зрушень економіки.

Інвестиційна політика є невід'ємною частиною макроекономічної стратегії, яка визначає її вибір і методи впровадження найбільш раціональних способів оновлення і розширення виробництва, а також науково-технічного потенціалу [1]. Ця політика спрямована на забезпечення виживання компанії на складному ринку, на досягнення фінансової стабільності та створення умов для майбутнього розвитку.

Стратегічна концепція розробки інвестиційної політики відіграє важливу роль у забезпеченні ефективного розвитку компаній в рамках сталого розвитку країни. Ця роль полягає в наступному: створення механізму реалізації загальних і довгострокових інвестиційних цілей у перспективі економічного і соціального розвитку підприємств в цілому та окремих структурних підрозділів; - можливість реально оцінити інвестиційний потенціал і максимізувати його використання, можливість активного маневрування інвестиційними ресурсами; швидке впровадження перспективних нових інвестиційних можливостей у процесі динамічної зміни факторів зовнішньоекономічного інвестиційного середовища; - заздалегідь враховувати можливі зміни в розвитку неконтрольованих зовнішніх факторів інвестиційного середовища і здатність мінімізувати негативний вплив на власну діяльність; - забезпечення чіткого зв'язку між стратегічним, поточним і оперативним управлінням інвестиційною діяльністю.

Економічна література трактує концепцію "сталого розвитку" як неперервний процес, який характеризується постійністю. Сталим розвитком є керований розвиток, який є результатом реалізації глобальних і національних рішень. Основою сталого розвитку може стати системний підхід і сучасні технології. Науковці А. Вергун та І. Тарасенко розглядають сталий розвиток як інструмент забезпечення гармонізації соціально-економічних, екологічних цілей та їх реалізацію в єдиній соціально-еколого-економічній системі на даній території (країні, регіоні). Однією з передумов сталого розвитку територій є визначення відповідних стратегій для окремих галузей, підприємств, що мають вирішальний вплив на соціально-економічну систему національної економіки [Цит. за: 2].

Механізм управління інвестиційною політикою становить систему основних складових, що регулюють процес розробки та реалізації інвестиційних рішень підприємства, що є запорукою сталого розвитку економіки країни. При формуванні і реалізації інвестиційної політики необхідно дотримуватись принципів сталого розвитку в контексті врахування соціальних, економічних і екологічних аспектів як в середині підприємства так і за його межами та враховувати стадію життєвого циклу інвестиційної політики підприємства. Загалом, потреба в формуванні та реалізації передових напрямків української інвестиційної політики пояснюється проведенням реформ в економічній та соціальній сфері.

Чим більші обсяги інвестицій і вища їх ефективність інвестицій, тим швидше відбувається відтворювальний процес, здійснюються позитивні ринкові зрушення й перетворення. Особливо це стосується подальшого розвитку фондового ринку в Україні [3].

Список використаних джерел:

1. Гриценко Л. Л. Державна інвестиційна політика: сутність, цілі та завдання. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки*. 2012. Вип. 22 (2). С. 89–95.
2. Драгомирецька Н. Концепції сталого розвитку: теоретико-історичний аспект. *Державне управління та місцеве самоврядування*. 2019. Вип. 1(40). С. 6–12.
3. Коваленко Ю. М., Воробей А. М. Функціонування фондового ринку в сучасних умовах. *Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України*. 2015. №1. С. 122–133.

БЮДЖЕТУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФІНАНСОВОГО УПРАВЛІННЯ

Бюджетування є спеціальним механізмом реалізації системного підходу в практиці організації фінансових ресурсів компанії. Це пояснюється тим, що ускладнення економічних зв'язків обумовлює необхідність системного розгляду, що дозволяє комплексно враховувати зміни, що відбуваються у зовнішньому середовищі, та оцінити характер їх впливу на підприємство. Крім того, бюджетування сприятиме найповнішій реалізації всіх фаз та стадій управлінського циклу. Слід зауважити, що поняття «бюджет» у вітчизняних економістів асоціюється з управлінням фінансами, в першу чергу, на макрорівні (як план, розпис державних доходів і витрат на певний термін). Однак сьогодні при трактуванні бюджету правомірно вести мову і про бюджет підприємства, корпорації, складений у формі балансу доходів і видатків.

У країнах із ринковою економікою бюджет пов'язується з управлінням фірмою і визнають його кількісним планом, який є набором фінансових, економічних і натуральних показників, що відображають діяльність фірми. При цьому вони наголошують, що бюджети можуть створювати окремі цілісні саморегулюючі системи, кожна з яких відповідає за певний напрямок використання ресурсів і отримання прибутку. Іншими словами, бюджет визнається фінансовим планом та економічним регулятором відносин між структурними підрозділами фірми та фірмою і зовнішнім середовищем [1].

Бюджет можна вважати сучасним інструментом менеджменту, який дозволяє не тільки наочно відобразити стан фінансових ресурсів підприємства, але й спланувати їх надходження і витрачання, оцінити ефективність використання. Застосування цього інструменту дозволяє керівництву оптимально організувати рух фінансових ресурсів для досягнення поставлених цілей. Цілком зрозуміло, що складання та виконання бюджетів підприємства нерозривно пов'язане з його виробничою діяльністю, яка в ринкових умовах здійснюється у відповідності з бізнес-планом, заключними розділами якого є фінансовий план та стратегія фінансування. Зміст фінансового плану містить: прогноз обсягів реалізації, баланс грошових надходжень та витрат, таблицю доходів та витрат, баланс активів та пасивів, розрахунок досягнення безбитковості. Зміст стратегії фінансування передбачає визначення величини і джерел отримання ресурсів та обґрунтування повернення коштів для отримання доходів.

В економічній літературі є неоднозначність трактувань понять «бюджет» та «план», що вимагає їхнього уточнення. У традиційному розумінні на мікрорівні бюджет є плановим документом, що відображає у вартісних показниках майбутні господарські операції підприємства та фінансові результати, пов'язані з їх реалізацією. План – це більш широке поняття, яке включає в себе впорядковану систему дій, спрямованих на досягнення деяких цілей.

Неоднозначність трактування поняття «бюджет» обумовлює дискусійність поглядів щодо інтерпретації сутнісної характеристики системи бюджетування. В більшості випадків до трактування бюджетування застосовують процесний підхід та визначають його як процес складання та реалізації бюджетів. Науковці Череп О.Г. та Стремидло О.Ю. доповнюють це визначення, акцентуючи увагу на результаті реалізації системи бюджетування (забезпечення оптимальних фінансових результатів та контролю за виробничою та господарською діяльністю). Квасницька Р.С. та Малінчук Л.О. визначають бюджетування як «... процес розробки, виконання, контролю та аналізу фінансового плану, який охоплює всі сторони діяльності господарської структури, що дозволяє зіставити витрати й отримані результати на наступний період» [2, С. 252]. Слід зазначити, що автори необґрунтовано включили до системи бюджетування контроль та аналіз, що виступають самостійними функціями управління, тісно пов'язаними з плануванням.

Поширеною позицією при виявленні сутності категорії «бюджетування» є трактування останньої як інструменту фінансового планування. Зокрема, такого підходу дотримуються [3], акцентуючи увагу на оперативному (короткостроковому) характері бюджетування.

Бюджетування як функцію фінансового контролінгу досліджує Терещенко О.О. [4], який пропонує впровадження системи бюджетування, заснованої на розробці та контролі виконання ієрархічної системи бюджетів. Ми повністю погоджуємось з автором, що відсутність обґрунтованих планів (бюджетів) є суттєвим чинником, що може обумовити виникнення фінансової кризи на підприємстві.

Застосовуючи системний підхід, бюджетування можна визначити як важливий елемент системи управління підприємством. Однак складно погодитись з твердженнями деяких авторів щодо наявності елементів бюджетування на етапах планування, аналізу та контролю. Крім того, таке трактування вимагає ідентифікації інших елементів системи управління та встановлення взаємозв'язку між означеними елементами для досягнення системного ефекту.

Секція 5. Концептуальні засади розвитку фінансів в умовах сталого розвитку

Систему бюджетування можна також розуміти як інструмент, а також методику або підхід організації до ефективного досягнення цілей, планування і контролю своєї діяльності, аналізу персональної відповідальності і розподілу повноважень [5]. Ключовий фактор успіху такої системи - це потенційна можливість збалансовано враховувати інтереси всіх сторін, зацікавлених в результативному управлінні. Зокрема, з позиції інвесторів і акціонерів система бюджетування забезпечує ефективний зв'язок оперативного управління зі стратегією керуючих комітетів. Взаємопов'язана система бюджетів відображає націленість організації на результат, а бюджетна звітність, яка стає точкою прийняття інвестиційних рішень, призводить до збільшення прибутковості вкладеного в компанію капіталу і, як наслідок, загального зростання капіталізації. Таким чином, під бюджетуванням у сучасних умовах господарювання слід розуміти планування діяльності підприємства шляхом розробки системи взаємопов'язаних бюджетів, комплексно орієнтованих на ринкові потреби і призначених забезпечити стійкий фінансовий стан і поступальний розвиток підприємства відповідно до його головної місії та завдань.

Внаслідок використання бюджетування як інструменту управління, вищий керуючий склад отримує можливість реалізувати своє бачення майбутнього розвитку організації у вигляді різноманітної прогнозної моделі взаємопов'язаних бюджетів. При цьому можливості сценарного планування та моделювання значно підвищують адаптивну спроможність підприємства до змін внутрішнього і зовнішнього характеру. Орієнтація системи бюджетування на майбутнє дозволяє керівництву компанії сфокусувати свою увагу на прийнятті стратегічно важливих рішень в режимі реального часу, тоді як система делегування повноважень забезпечує доведення результатів даних рішень до конкретних виконавців. Така методика управління заперечує короткостроковість як ознаку системи бюджетування, що визначається основною характеристикою бюджетів більшістю науковців. Поєднання оперативного та стратегічного характеру системи бюджетування значно підвищує якість прийнятих рішень, як на рівні вищого менеджменту, так і на рівні виконавців, що в кінцевому підсумку призводить до стабільного зниження витрат і збільшення прибутковості організації.

Слід зазначити, що бюджетування як модель управління організацією для українських компаній не є новаторською. В тому чи іншому ступені господарську діяльність планують всі успішні компанії, оскільки ефективно побудована система бюджетування безпосередньо залежить від ефективності інформаційного середовища, в межах якого здійснюється координація роботи підрозділів, ведеться розподіл і використання доступних ресурсів, а також аналіз досягнутих результатів. Бюджетування надає можливість узгодити дії та інтереси різних підрозділів підприємства, спонукає менеджерів кількісно обґрунтувати плани діяльності їхніх підрозділів і надає змогу проаналізувати витрати, пов'язані з їх виконанням, а також оцінити ефективність і результативність діяльності керівників та їхній внесок у досягнення загальних показників економічного розвитку підприємства.

Корпоративні структури, що намагаються запровадити в себе систему бюджетування, відчувають такі проблеми: відсутність чіткого розуміння можливостей бюджетування та його призначення. Це обумовлене відсутністю системи стратегічного управління, що визначає відсутність тісного зв'язку бюджетів з цілями підприємства; недостатня формалізація процесу управління на підприємстві, що вимагає розробки внутрішнього нормативного та методичного забезпечення системи бюджетування; відсутність кваліфікованих спеціалістів, обізнаних із системою бюджетування; впровадження одиничних елементів системи бюджетування, оскільки планові розрахунки на підприємствах у більшості випадків мають фрагментарний характер. Макроекономічна нестабільність у державі впродовж останніх років є додатковим фактором, який не спонукає підприємства займатися довгостроковим і поточним плануванням, що звужує сферу застосування фінансового планування на підприємствах; система бюджетування є достатньо дорогою, що обмежує сферу її використання виключно корпоративними підприємствами зі складною організаційною структурою; при формуванні бюджетів можуть братись за основу завищені показники, що сприятиме виникненню розриву між плановими показниками та фактичними. Водночас цей факт може зменшувати мотивацію персоналу до виконання завищених показників. Таким чином, впроваджуючи систему бюджетування у корпоративних структурах, фінансовому менеджеру необхідно визначити мету складання бюджетів та їх доцільність.

Список використаних джерел

1. Зятковський І.В. Бюджет підприємства як інструмент управління фінансовими ресурсами // Фінанси України. № 7. 2001. С. 79-84.
2. Квасницька Р. С. Бюджетування як елемент фінансового планування підприємства // Інноваційна економіка. 2011. № 6(25). С. 252-254.
3. Непочатенко О.О. Фінанси підприємств. Київ: Центр учбової літератури. 2013.
4. Терещенко О.О. Теоретичні засади бюджетування на підприємстві // Фінанси України. 2002. №11. С. 17-20.
5. Партин Г.О. Бюджетування у системі управління витратами підприємства // Фінанси України. № 5. 2003. С. 51-60.

Фіногенова К. В.
науковий керівник Сидоренко О.О., ст. викладач.
*Харківський торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету*

Особливості формування місцевих бюджетів в період децентралізації

Бюджет є найважливішим інструментом держави, за допомогою якого вона керує та формує свій економічний та соціальний потенціал. Для здійснення своїх основних функцій держава накопичує фінансові ресурси, таким чином формуючи доходи. А головним завданням є підтримка ринкового балансу та стимулювання розвитку певних сфер та галузей національної економіки.

Складання місцевих бюджетів з кожним роком стає складнішим, та як воно відбувається в умовах сильно обмежених фінансових ресурсів. Вони не отримують кошти, які потрібні для утримання об'єктів соціальної інфраструктури. Місцева влада також не має достатніх фінансових ресурсів для виконання функцій місцевого значення.

Проблеми фінансування місцевих бюджетів в Україні існували майже завжди і на сьогодні їх існує досить багато. Однією з найголовніших можна назвати невідповідність між доходами місцевого бюджету та фактичними потребами у фінансуванні періодичних видатків. Причиною такої ситуації, як правило, є те, що місцева влада повинна виконувати велику кількість нормативних актів. Однак глибша причина такої різниці полягає в тому, що місцева влада повинна вирішувати економічні та соціальні проблеми шляхом збільшення власного бюджетного потенціалу та впровадження заходів бюджетної децентралізації. Також однією з головних проблем бюджетної сфери все ще залишається велика концентрація фінансових ресурсів на центральному рівні, а потім їх перерахування до місцевого бюджету у формі трансфертів. Політика трансфертів по-різному впливає на різні показники соціально-економічного розвитку.

Ще одну проблему можна сформулювати, як проблема бюджетного вирівнювання, яка на даний час почала загострюватися. Зі зростанням розриву в територіальному розподілі податкових баз центральному уряду стає все важче досягти вирівнювання бюджету, щоб забезпечити надання єдиного стандарту послуг за рахунок усього державного бюджету. Також окремо можна виділити таку проблему, як фінансова самостійність місцевих фінансів, яка і зараз є актуальною. Це пов'язано з тим, що використання бюджетних коштів нерозривно пов'язане з виконанням покладених функцій і завдань на державу та органи місцевого самоврядування.

Можна виділити також і проблему, яка пов'язана з нестабільністю джерел, за рахунок яких формуються доходи місцевих бюджетів. До неї можна також віднести і відсутність зручного та ефективного механізму перерозподілу доходів, які надходять з держави. Наслідком цього є те, що в деяких адміністративно-територіальних одиницях існує неспроможність місцевої влади надати своїм жителям мінімальні соціальні потреби.

Спираючись на досліджений матеріал можна зробити висновки. По-перше система фінансування місцевих, яка існує у нашій країні є недосконалою та має багато неточностей, які заважають розподіленню державних коштів по місцевих бюджетах. По-друге існує великий перевага у бік видатків, що робить місцеві бюджети дефіцитними. Це потребує з боку держави надавати таким бюджетам трансферти та дотації, але частіше всього навіть вони не можуть покривати видатки бюджету. І по-третє сама держава не змогла створити зручний канал з якого грошові кошти потрапляли би до місцевих бюджетів.

Тому, прорахування можливості зменшення частки трансфертів і збільшення частки цільових субвенцій у трансфертах з Державного бюджету України, досягнення реальної бюджетної самостійності і фінансової децентралізації через удосконалення системи регулювання міжбюджетних відносин та підвищення ефективності управління коштами місцевих бюджетів та посилення контролю і відповідальності за дотриманням бюджетного законодавства сприяють підвищенню рівня фінансової незалежності органів місцевого самоврядування і якісному виконанню покладених на них завдань і функцій.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ФОНДОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Однією з найважливіших складових фінансового ринку України є фондовий ринок, який в свою чергу є основним індикатором стану економіки країни та дуже гостро реагує на будь-які зміни в державі. Ефективність функціонування фондового ринку залежить перш за все від міцної інфраструктури, що створює належні умови для випуску та подальшого обігу цінних паперів. У сучасних умовах актуальним є дослідження проблеми створення та розвитку ефективно функціонуючого фондового ринку, який може забезпечити економіку країни достатньою кількістю інвестиційних ресурсів, які необхідні для стабільного розвитку економік держав.

Завдяки своїй природі фондовий ринок успішно виконує функції забезпечення реального сектору економіки та стимулювання виробництва за рахунок перерозподілу тимчасово вільних грошових коштів, та структурну перебудову економіки в наслідок трансформації відносин власності. Вплив стану розвитку фондового ринку країни справляє значний вплив на структуру капіталу підприємств і, як наслідок, на їх фінансову архітектуру.

Дослідженню проблем і перспектив розвитку вітчизняного фондового ринку присвячено багато наукових праць вчених - економістів, зокрема : В.Кузнецова, І.Благун, О.Мельник, Л.Аврамчук, Л.Скорик та інші. Проте й досі вирішення проблем на шляху формування ефективно діючого фондового ринку є актуальним.

Метою дослідження є визначення особливостей фондового ринку України та тенденцій його подальшого розвитку.

Фондовий ринок України на нинішньому етапі його еволюції є низько ефективним через наявність ряду невирішених питань, без розв'язання яких формування дієздатного та ефективного фондового ринку неможливе. Попри позитивні тенденції, слід зауважити, що вибір ліквідних фінансових інструментів на фондовому ринку України досить обмежений для внутрішнього інвестора. Нестійкість вітчизняного фондового ринку стримує його розвиток, не дозволяє розвинути у повноцінний механізм мобілізації фінансових ресурсів [1;с.14].

Серед проблем функціонування фондового ринку України можна виділити такі: на фондовому ринку, як і в межах усїєї національної економіки, існує значна потреба в інвестиційних ресурсах. Це пов'язано з: наявністю тіньової економіки, де обертається значний обсяг ресурсів, вилучений з обігу на офіційному фінансовому ринку; макроекономічною нестабільністю та недиверсифікованістю економіки, що не дозволяє сформуванню класу фундаментальних (або пасивних) довгострокових інвесторів; обмеженою кількістю ліквідних та інвестиційно привабливих фінансових інструментів та інші [2;с.33].

Розглянемо такі важливі показники розвитку ринку цінних паперів України як обсяг торгів на ньому та обсяги зареєстрованих Комісією випусків цінних паперів.



Рис.1 – Динаміка показників обсягу торгів на ринку цінних паперів та обсягу зареєстрованих Комісією випусків цінних паперів за 2015-2019 роки, млрд.грн.

Секція 5. Концептуальні засади розвитку фінансів в умовах сталого розвитку

Згідно наведених даних можемо зробити такі висновки :

– загалом, впродовж 2015-2019 років, обсяг торгів на ринку цінних паперів показав тенденцію до зменшення, оскільки у 2019 році порівняно з 2015 роком обсяг торгів на ринку цінних паперів зменшився на 1867,67 млрд.грн. Проте, в 2018 році порівняно з попереднім роком даний показник збільшився на 121,89 млрд.грн;

– щодо обсягу зареєстрованих Комісією випусків цінних паперів протягом 2015-2019 років, спостерігаємо неоднозначну тенденцію розвитку. Тобто, впродовж 2015-2017 років обсяг випуску цінних паперів збільшувався, оскільки у 2017 році порівняно з 2015 роком даний показник збільшився на 350,7 млрд.грн. У 2018 році порівняно з попереднім роком обсяг випуску цінних паперів зменшився на 293,34 млрд.грн. У 2019 році порівняно з попереднім роком даний показник збільшився на 4,46 млрд.грн. В цей період часу НКФПФР розпочав роботу з очищення фондового ринку та підвищення прозорості біржового сегмента (впроваджено нові вимоги до лістингу цінних паперів на фондових біржах, що враховують європейські стандарти і сприяють перебуванню у лістингу лише якісних цінних паперів).

Таким чином, обсяги фондового ринку України сьогодні є досить незначними як у світовому масштабі, так і в національному.

Подальший розвиток фондового ринку залежить від конкретних заходів держави у сфері розбудови фінансової системи [3;с.8]. Для стимулювання розвитку фондового ринку України та сприятливого інвестиційного клімату необхідно активно впроваджувати низку заходів, а саме:

- удосконалення конкурентоспроможності фондового ринку, шляхом створення сприятливих умов з боку державної політики стосовно оподаткування на фондовому ринку;
- узгодження суперечностей в законодавстві, налагодження внутрішньої роботи регуляторів та чіткого розділення повноважень між ними, вирішення суперечливих ситуацій між учасниками фондового ринку використовуючи прямі та непрямі методи впливу;
- розширення ринку для залучення більшої кількості інвесторів та забезпечення його ліквідності й оборотності, задля пришвидшення обертання капіталу на ринку;
- забезпечення достатнього рівня захисту інвесторів, які могли б вкласти свої кошти у цінні папери, тим самим покращивши ситуацію на фондовому ринку;
- створення передумов поступової централізації національного біржового ринку, централізації ліквідності, переходу конкуренції в біржовому сегменті з локального рівня на міждержавний та інші.

Темпи розвитку фондового ринку, його якісні аспекти, а також розкриття його інвестиційного потенціалу залежать від конкретних заходів державної політики у сфері фінансового сектору. Таким чином, майбутній розвиток фондового ринку неможливий без реформування більшості складових ринку та усунення перешкод, що заважають цьому розвитку.

Отже, фондовий ринок України є несформованим, низько ліквідним, з високим рівнем монополізму та інсайдерської торгівлі та не виконує своєї базової функції щодо залучення емітентами фінансових ресурсів.

Для розвитку та зміцнення позицій українського фондового ринку необхідні вдосконалення правової та організаційної бази функціонування фондового ринку України, підвищення його технологічності та прозорості, що дасть змогу зробити ринок інвестиційно-привабливим як для великих іноземних компаній, так і для широкого спектру приватних інвесторів, що є найважливішим перспективним завданням його розвитку, яке може бути спрямоване на мобілізацію фінансових ресурсів, їх раціональне використання і перерозподіл на основі конкуренції між підприємствами для більш швидкого економічного розвитку, оскільки обіг цінних паперів є необхідним і обов'язковим елементом ринкової економіки в розвинених країнах.

Список використаних джерел :

1. Благун, І.І. Фінансовий ринок України - сучасний погляд на сутність поняття [Текст] / І.І. Благун // Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка. – 2019. – № 2. – С. 13-20
2. Мельник О. І., Капітан І. М. Сучасні тенденції розвитку фондового ринку України. *Ефективна економіка*. – 2019. - № 11. – С.29-37.
3. Аврамчук, Л. А. Основні засади розвитку фінансового ринку в Україні / Л. А. Аврамчук, А. Ю. Волков // Науковий вісник Ужгородського національного університету : серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство / голов. ред. М. М. Палінчак. – Ужгород, 2019. – Вип. 25, Ч. 1. – С. 5-8.

**В.В. Довгалоук, к.е.н., доц., доцент кафедри фінансів і кредиту,
К.В. Фурсов, магістрант, II курс, гр. ФБСМ-4, ФБСО**
Державний університет «Житомирська політехніка»

Основні загрози борговій безпеці України

Підривом стабільності економіки України стало зростання державного боргу. Сьогодні, в умовах посилення міжнародних інтеграційних процесів, гостро стоїть питання ефективної боргової політики кожної країни, яка на межі дефолту. А для України це не менш актуально, адже постійні фінансові дисбаланси в країні провокують стабільні боргові проблеми, а відповідно підривають боргову безпеку країни. Дослідивши фактори (загрози), які провокують боргову кризу в країні, можна сформувати ефективну політику запозичень.

На рис. 1 систематизовано основні загрози борговій безпеці України у два напрями: загрози, що провокують дестабілізацію боргової безпеки та загрози, що підсилюють дестабілізацію боргової безпеки.

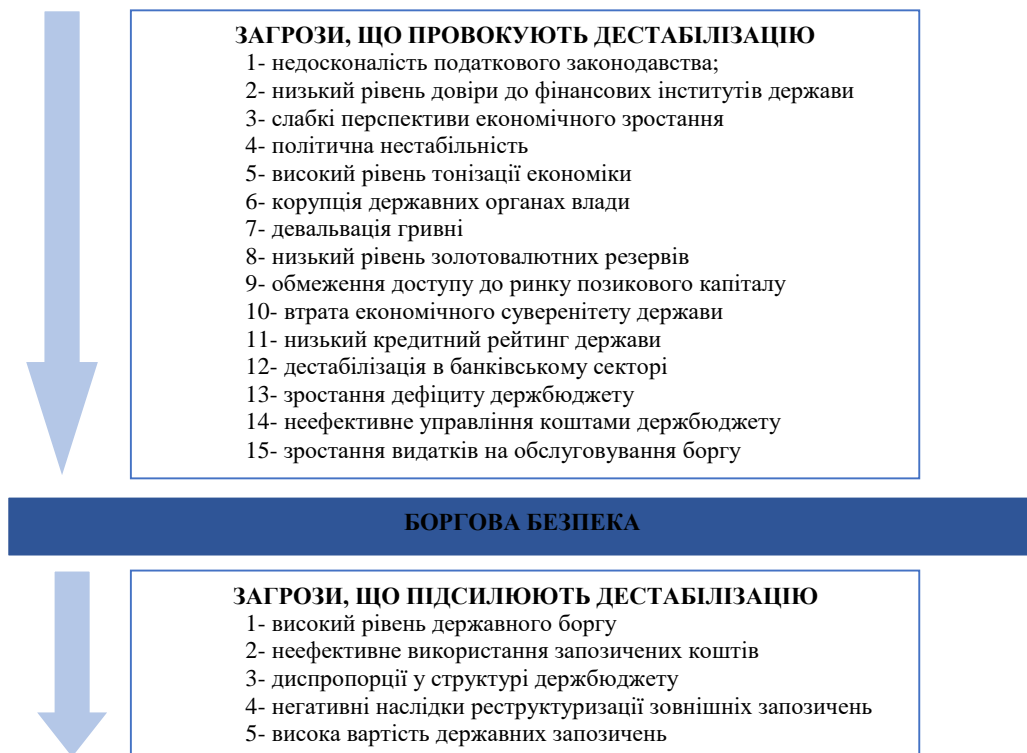


Рис. 1. Основні загрози борговій безпеці

Як видно з рисунку 1, боргова безпека є найбільш вразливою складовою економічної безпеки будь-якої країни. Адже світовий досвід (Греція), показав, що зростання боргового навантаження до критичного рівня відчутно гальмує розвиток країни через значні витрати та призводить до боргових криз (неспроможності країни в повному обсязі обслуговувати свій державний борг).

В Україні теж склалася складна боргова ситуація, яка лише підсилюється нестабільністю валютного курсу, недосконалістю законодавства, постійним зростанням обсягу державного боргу, що створює загрозу невчасного виконання своїх боргових зобов'язань. А несвоєчасне реагування на такі загрози призводить теж до боргової кризи. Одним із інструментів реагування на такі дисбаланси – це вдало сформована боргова політика, яка передбачає постійний моніторинг та аналіз загроз борговій безпеці, що у свою чергу дозволяє вчасно зреагувати та запобігти борговій кризі.

В першу чергу, що необхідно зробити, для виходу з боргової кризи та стабілізації боргової безпеки – навести порядок в бюджетній сфері країни, адже відсутність контролю провокує невиправдані витрати, що і призводять до зростання державного боргу. Уряд повинен усіма своїми діями забезпечувати макроекономічну стабільність та інституційні зміни, які необхідні для міжнародної інтеграції.

Можна зробити висновок, що провокатором боргового дисбалансу є сама держава, зокрема, механізм управління економічними процесами в країні: і бюджетної політики, і податкової політики, і валютної політики, і монетарної політики тощо. Досвід зарубіжних країн (Словаччини) повинен бути прикладом для укріплення боргової безпеки країни та національної безпеки в цілому.

**Хвіст В.В., аспірант кафедри фінансів і кредиту,
Науковий керівник – Петрук О.М., д.е.н., проф.
ДУ «Житомирська політехніка»**

Проблема формування амортизаційної політики для специфічних активів підприємств

Вітчизняні нормативні акти, наприклад П(С)БО 7, і переважна частка підручників з економічних дисциплін визначають амортизацію як систематичний розподіл вартості необоротних активів протягом строку їх корисного використання (експлуатації). Об'єктом амортизації є вартість основних засобів, окрім вартості земельних ділянок і природних ресурсів. Амортизації підлягають всі об'єкти основних засобів, незалежно від того, в яких цілях вони використовуються – для господарської (виробничої) діяльності підприємства або в невиробничих цілях, а також незалежно від того, як сформувалася вартість, що амортизується, – шляхом придбання основних засобів, його безоплатного отримання або переоцінки.

Нараховують амортизацію щомісячно протягом строку корисного використання. Починають нараховувати амортизацію з місяця, наступного за місяцем, у якому об'єкт основних засобів став придатним для корисного використання, а якщо застосовується виробничий метод, то з дати, наступної за датою, на яку об'єкт основних засобів став придатним для корисного використання. Національне положення пов'язує початок нарахування амортизації саме з придатністю конкретного об'єкта основних засобів до подальшого використання, а не з фактом його введення в експлуатацію. Проте на практиці основні засоби починають амортизувати після зарахування до складу основних засобів: в місяці (з дати) наступному за місяцем (датою) введення в експлуатацію.

Логічно, що нарахування амортизації тимчасово призупиняють на період переведення об'єкта основних засобів на реконструкцію, модернізацію, добудову, дообладнання, консервацію. Також амортизацію припиняють нараховувати з місяця, наступного за місяцем вибуття об'єкта основних засобів (переведення його на реконструкцію, модернізацію, добудову, дообладнання, консервацію), а при використанні виробничого методу – з дати, наступної за датою виведення з експлуатації.

Щодо вартості, яка амортизується, то – це первісна або переоцінена вартість необоротних активів, зменшена на ліквідаційну вартість. Остання є сумою коштів або вартістю інших активів, яку підприємство очікує отримати від реалізації (ліквідації) необоротних активів після закінчення строку їх корисного використання, за вирахуванням витрат, пов'язаних з продажем (ліквідацією).

Згідно з П(С)БО 7 строк корисного використання – це очікуваний період часу, протягом якого необоротні активи будуть використовуватися підприємством або з їх використанням буде виготовлено (виконано) очікуваний підприємством обсяг продукції (робіт, послуг). Ліквідаційну вартість і строк корисного використання підприємство встановлює самостійно та фіксує в наказі по підприємству при визнанні об'єкта основних засобів активом (при зарахуванні на баланс). При визначенні строку корисного використання (експлуатації) основних засобів слід враховувати очікуване використання об'єкта підприємством з урахуванням його потужності або продуктивності; фізичний і моральний знос, що передбачається; правові або інші обмеження щодо строків використання об'єкта та інші фактори.

На перший погляд всі базові питання нарахування амортизації вже достатньо висвітлені в нормативних актах, навчальній і науковій літературі та різноманітних методичних рекомендаціях. Однак, всі вони не встигають за реаліями економічного життя. Наприклад, фактично поза увагою дослідників залишається проблеми амортизації так званих специфічних активів.

Специфічність активу означає, що їх використання дає максимальний ефект у межах певного контракту. Будь-яка зміна складу учасників угоди призведе до зменшення її результативності. Специфічність активу залежить від легкості, за допомогою якої йому можна знайти альтернативні варіанти використання та альтернативних користувачів, не завдаючи шкоди ефективності його застосування. Розрізняють такі види специфічності активів: 1) за місцем розміщення активів. Виникає в умовах обмеженої мобільності активів у просторі: природні ресурси, вигідне економіко-географічне розташування; 2) за технологією: інвестиції в устаткування для виробництва певного компонента; 3) за людським капіталом: полягає у володінні людиною особливими знаннями і навиками, необхідними для виконання певних операцій; 4) за торговими марками (товарними знаками); 5) за інвестиціями у виробничу інфраструктуру, розраховану на потреби певного споживача; 6) за часом, що є варіантом технологічної специфічності: потреба в тому або іншому ресурсі виникає в певний момент часу.

Виходячи з традиційного визначення амортизації, з наведеного переліку видів активів за ознакою специфічності тільки фізичні активи повинні бути в центрі уваги дослідників. При цьому потрібно надати відповідь на традиційні питання щодо основних засобів: вартість, що амортизується; строк корисного використання; ліквідаційна вартість.

О. В. Ярошук, магістрант, II курс, гр.ФБСМ-4, ФБСО
Науковий керівник – к.е.н., доц. Литвинчук І. В.
Державний університет “Житомирська політехніка”

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ РИНКУ ПОХІДНИХ ФІНАНСОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ В УКРАЇНІ

Внаслідок посилення інтеграційних процесів у світовій економіці та глобалізації світового економічного простору, видозмінюється структура світового фінансового ринку, з'являються та виокремлюються нові сегменти ринку, серед яких провідну роль відіграє ринок похідних фінансових інструментів.

Похідні фінансові інструменти, або деривативи, — це інструменти, механізм випуску й обігу яких пов'язаний з купівлею-продажем певних фінансових чи матеріальних активів.

Український ринок похідних цінних паперів є досить молодим і в значній мірі відрізняється від аналогічних ринків країн, які мають розвинену фінансову систему, і кількісно, і якісно.

Основними проблемами, які гальмують розвиток українського ринку деривативів є:

- недосконалість і відсутність спеціального нормативно-правового підґрунтя щодо регулювання випуску та обігу похідних фінансових інструментів;
- політична та фінансово-економічна нестабільність в Україні і низький рівень диверсифікації національного фондового ринку;
- недостатній рівень розвитку відповідної інфраструктури організованих ринків;
- низький рівень розвитку ринків базових фінансових інструментів;
- брак інноваційних інструментів;
- низька ліквідність та висока ризиковість виконання операцій з деривативами;
- відсутність у більшості господарюючих суб'єктів практичного інтересу до здійснення угод із похідними фінансовими інструментами, що пов'язано з низьким рівнем поінформованості суб'єктів господарювання про операції з деривативами.

Основними напрямками розвитку ринку похідних фінансових інструментів є:

- розроблення, ухвалення і реалізація законодавчих актів, що відповідають сучасним умовам розвитку ринку деривативів України й адаптовані до європейських і світових стандартів;

Певні кроки для створення цивілізованого ринку деривативів в Україні вже здійснюються. Так, Верховною Радою України був прийнятий закон «Про ринки капіталу та організовані товарні ринки», у якому закладений міжнародний досвід використання деривативів.

- забезпечення стабільного економічного зростання;
- удосконалення системи оподаткування операцій з деривативами;
- розвиток бірж та інших інфраструктурних установ, які необхідні для здійснення операцій з валютними деривативами;
- розширення спектру інструментів ринку деривативів;
- сприяння розвитку конкурентного ринку послуг рейтингових агентств;
- розвиток відповідної до умов України інфраструктури ринку, що сприяє підвищенню ліквідності похідних фінансових інструментів;
- зростання інтересів господарюючих суб'єктів до механізмів страхування ризиків [3];
- забезпечення оптимального поєднання ринкових механізмів, саморегулювання та державного регулювання процесів, які відбуваються на ринку похідних цінних паперів з урахуванням його національних особливостей і глобального характеру світового ринку деривативів.[5]

Висновок : Усунення зазначених перешкод необхідне для перетворення вітчизняного ринку похідних цінних паперів на повноцінну частину фінансового ринку, а покращення розвитку економіки, соціально-економічного становища в країні як для підприємств, так і фізичних осіб є важливими передумовами для розвитку фінансового ринку загалом, а відтак і ринку похідних фінансових інструментів.

Список використаних джерел

1. Фінансовий менеджмент [Текст] : підручник / В. М. Шелудько ; Київ. - 2-е вид., 2013. - 375 с.
2. Михальчинець Г.Т., Перспективи розвитку українського ринку деривативів, 2019.
3. Мельниченко А.Ю., *Проблеми та перспективи розвитку ринку деривативів в Україні, 2018.*
4. Пінчук А.В., Особливості розвитку ринку похідних цінних паперів України, 2018.
5. Яремчук Т.Р., Резнік Н.П., Тенденції розвитку ринку похідних фінансових інструментів на біржовому ринку України, 2019.

Василевська М. Ю., магістрант кафедри фінансів і кредиту
Науковий керівник – к. е. н., доц. Литвинчук І. В.
Державний університет «Житомирська політехніка»

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПРОЦЕСУ ВІДМИВАННЯ ГРОШЕЙ, ОДЕРЖАНИХ ЗЛОЧИННИМ ШЛЯХОМ, ЧЕРЕЗ КОМЕРЦІЙНІ БАНКИ

Процес глобалізації світової економіки, розвиток фінансових технологій вносять не лише позитивні зміни в сучасності, але й створюють низку проблем. Наприклад, проблему легалізації доходів, отриманих злочинним шляхом. Ефективної системи боротьби з цим явищем поки не створено, незважаючи на зусилля, спрямовані на протидію легалізації «брудних» коштів.

Згідно зі ст. 5 Закону України «Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення», до легалізації (відмивання) доходів, одержаних злочинним шляхом, належать будь-які дії, пов'язані із вчиненням фінансової операції чи правочину з доходами, одержаними злочинним шляхом, а також вчиненням дій, спрямованих на приховання чи маскуванню незаконного походження таких доходів, чи володіння ними, прав на такі доходи, джерел їх походження, місцезнаходження, переміщення, зміну їх форми (перетворення), а так само набуттям, володінням або використанням доходів, одержаних злочинним шляхом.

Таким чином, поняття «відмивання грошей» можна розглядати у широкому та вузькому значенні. У широкому розумінні відмивання грошей - це сукупність способів, прийомів та процедур, що дозволяють отримувати кошти від незаконної діяльності, переводити їх в інші активи з метою приховування істинного походження, справжніх власників або інших аспектів, які могли б свідчити про порушення законодавства. У вузькому розумінні термін «легалізація (відмивання) доходів» означає процес перетворення нелегально отриманих доходів на легальні. За своєю суттю, легалізація доходів, отриманих злочинним шляхом, це виведення в законний обіг «брудних» коштів.

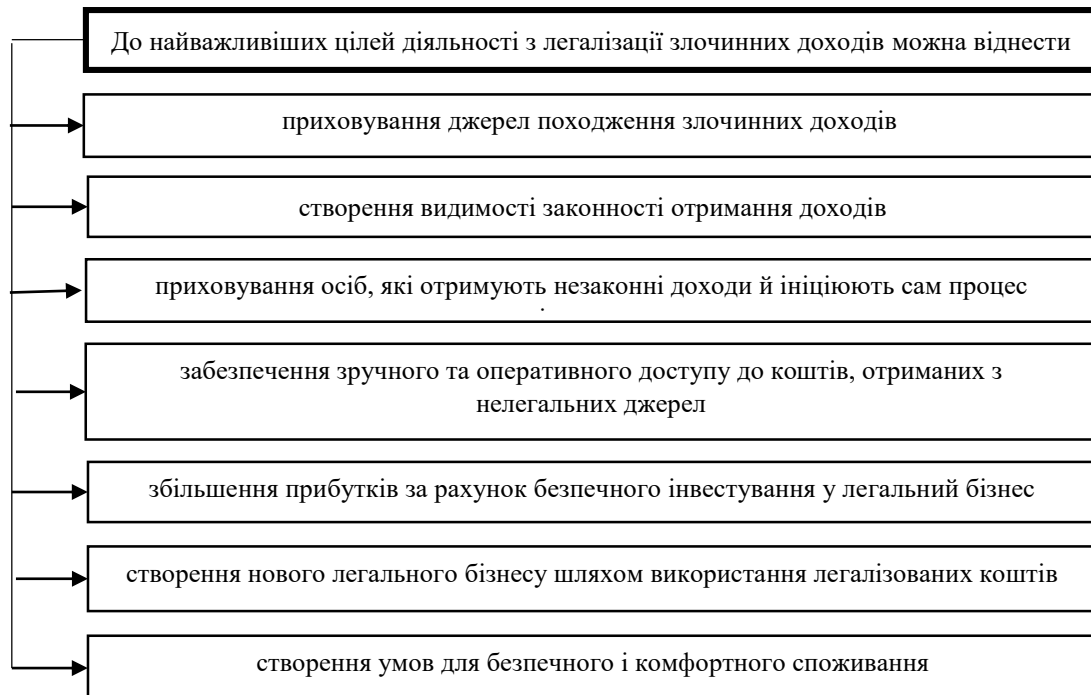


Рис. 1. Мотиви діяльності з легалізації злочинних доходів

Сам процес «відмивання» грошей доволі складний. Втім, операції по «відмиванню» - це, зазвичай, легальні фінансові операції, але походження коштів, що в них використовуються, є злочинним. Сьогодні до злочинних доходів відносять кошти, одержані від нелегальної торгівлі зброєю, наркотиками, людьми, контрабандою, викрадення людей, несплати податків, а також отриманих в результаті злочинів у кредитно-банківській сфері, у сфері службової діяльності, хабарництвом, корупцією та інших незаконних джерел.

Відмивання грошей може відбуватися найрізноманітнішими шляхами - від розміщення невеликих сум на банківських рахунках до вкладення коштів в купівлю великих пакетів цінних паперів, нерухомості, предметів розкоші тощо. Маскування їх походження часто вимагає проведення складного ланцюга фінансових операцій. Отже, схем відмивання незаконних доходів існує велика кількість. Проте, небагато з них використовуються протягом тривалого часу: вони регулярно розкриваються правоохоронними та контролюючими органами. При цьому, розкриття існуючих схем призводить до швидкої появи нових, ще більш досконалих.

Значний рівень тіньової економіки, характерний для сучасної України, створює низку ризиків для комерційних банків у контексті високої ймовірності проведення операцій з коштами сумнівного походження. Маючи велику конкуренцію, банки намагаються частіше впроваджувати нові продукти та послуги, пропонувати своїм клієнтам нові фінансові інструменти. І саме їх доволі часто використовують для спекулятивних дій з метою отримання прибутків, приховування реальної вартості об'єктів, ухилення від сплати податків, а також для відмивання коштів, отриманих злочинним шляхом.

Суттєве зменшення обсягів використання готівки і переведення більшої частини розрахунків в безготівкову форму сприяє максимально швидкому розміщенню незаконних коштів, які отримуються у формі готівки, у фінансовій установі для того, щоб уникнути підозр щодо джерел отримання доходу. Одним із найпростіших способів введення готівки в легальний обіг полягає у розміщенні їх на банківських рахунках. Фізичною особою відкриваються депозитні або інші рахунки в банківській установі, на які вноситься готівка, здобута злочинним шляхом, у тому числі на користь третіх осіб.

Поширеним способом відмивання коштів через банк є використання одиничних рахунків. Під виглядом певної фірми, досить часто новоствореної, відкриваються рахунки в різних банках, розділяючи «брудні» гроші на такі частини, які б не викликали підозр. Далі з ними здійснюють маніпуляції, що призводять до узаконення даних коштів.

Ще одним із поширених методів відмивання грошей через банк є нарахування виплат під виглядом заробітної плати чи винагороди (фінансової допомоги, компенсації, безвідсоткового кредиту тощо). За допомогою подібних операцій через банківські установи можуть відмиватись чи приховуватись від оподаткування значні суми коштів.

Наслідком наведених прикладів використання банку для легалізації кримінальних доходів є неминучі втрати, погіршення фінансового стану та навіть банкрутство. Передусім, такі втрати можуть бути зумовлені необхідністю сплати величезних штрафів за невиконання вимог чинного законодавства. Можлива конфіскація банківських активів правоохоронними органами у разі виявлення фактів проведення фінансових операцій з коштами, що мають кримінальне походження. Доведення участі банку в операціях, пов'язаних із відмиванням грошей, призводить до погіршення репутації банку на ринку, що відображається на зниженні курсу акцій, відмові від продовження спільної роботи з банками-кореспондентами, падінні кредитного рейтингу банку, скороченні числа клієнтів банку і т. д. Зростає ймовірність прийняття негативних для банківської установи судових рішень, які можуть мати своїм наслідком не лише фінансові втрати, а й відкликання ліцензії та припинення діяльності установи.

Кожен банк, який дбає про свою репутацію та несе свідому відповідальність за здійснення операцій, повинен дотримуватись як вимог чинної законодавчо-нормативної бази, так і міжнародних стандартів протидії відмиванню грошей.

УДК 336.7.

Вишневська Л. В.,
Науковий керівник:
Коваленко Ю.М.,
доктор економічних наук, професор
Університет державної фіскальної служби України

Особливості оподаткування банків у різних країнах світу

В умовах економічної кризи та політичної нестабільності вітчизняні банківські установи переживають не найкращі часи, тому держава повинна використовувати всі можливі інструменти для підвищення ефективності регулювання діяльності банків і забезпечення стабільної банківської системи. У зв'язку із загостренням світових кризових явищ, швидким розвитком потреб суспільства, тенденцією до соціалізації економіки виникає необхідність у реформуванні податкового регулювання банківського сектору. Існує багато чинників, які можуть стати на заваді впровадження дієвих податкових стимулів, тому виникає необхідність у дослідженні зарубіжного досвіду оподаткування банківських установ та пошуку на цій основі шляхів удосконалення оподаткування банків в Україні.

Банківські установи є необхідною частиною в забезпеченні коректного і своєчасного збору податкових надходжень до бюджету держави, що, безсумнівно, позначається на економіці країни у цілому. Українська економіка розвивається в складних та суперечливих умовах, відчуває на собі дію низки позитивних і негативних чинників. Одним із таких ключових чинників є діюча податкова політика держави. У сучасних умовах розвитку економіки України банківська сфера та її оподаткування є важливими складниками національних фінансів [1]. Розглядаючи оподаткування банків в Україні, цікаво провести порівняльний аналіз із моделями оподаткування банківських установ, що функціонують у розвинених країнах світу. Цей аналіз допоможе виявити недоліки і намітити шляхи вдосконалення оподаткування банків.

У США оподаткування банків здійснюється за загальними правилами оподаткування корпорацій. Основна ставка податку на прибуток корпорацій у США становить 35%, але остаточна величина залежить від величини отриманого доходу протягом року і визначена на рівні від 15% до 39% [2]. У деяких штатах замість місцевого податку на прибуток передбачена ліцензія, за яку треба платити, в інших діють спеціальні правила оподаткування банківської діяльності, у третіх розроблені спеціальні податки. У Німеччині податок на доходи корпорацій стягується з балансового прибутку компанії. Ставка податку на прибуток встановлена на рівні 15% плюс, так званий солідарний податок у розмірі 5,5% від ставки податку. Об'єктом оподаткування виступає прибуток, отриманий від підприємницької діяльності, ставка в середньому становить 14–17%. Таким чином, ефективна ставка з податку на прибуток корпорацій становить близько 30–33% [4].

Ставка податку на прибуток корпорацій у Великобританії регламентується фінансовим законом та залежить від розміру отриманого доходу і змінюється один раз на рік. У Франції кращі надходження від непрямих податків, особливо ПДВ, який становить основну частку державного бюджету (ставка ПДВ у Франції – 18,6%). Акціонерні товариства сплачують податок на прибуток. Ставка корпоративного прибуткового податку становить 33,3%. Доходи від приросту ринкової вартості довгострокового капіталу, тобто капіталу, який знаходиться на балансовій вартості понад двох років, оподатковуються за ставкою 18%.

Розглянувши податкові системи різних країн і проаналізувавши відхилення процентних податкових ставок зарубіжних країн від національних, можна зробити висновок, що в Україні податкові ставки значно нижчі. Розглянувши практику оподаткування банківських установ у країнах Європейського Союзу та США, нами встановлено, що у світі досить часто використовують спеціальне оподаткування банківських установ шляхом установа різноманітних пільг. Практика зарубіжних країн засвідчує ефективність такого оподаткування, що, своєю чергою, є доцільним для використання в податковій політиці України. Зокрема, для вітчизняних банківських установ варто було б застосовувати такі пільги як звільнення від оподаткування коштів банків, які інвестуються в інноваційні підприємства; надання пільг в оподаткуванні банків, що здійснюють довгострокове інвестиційне кредитування.

Список використаних джерел:

1. Жукова В. В., Конвисарова Е. В. Проблемы и перспективы развития и рынка пластиковых карт. *Современные научные исследования и инновации*. 2014. № 11–2(43). С. 39–44.
2. Ключко Л. А., Підсосонна Я. Г. Оподаткування банківської діяльності в Україні та основні напрями його вдосконалення. URL: http://fd.khivs.edu.ua/pdf/2012_1/55.pdf.
3. Дані по формах статистичної податкової звітності / Офіційний сайт Федеральної податкової служби США. URL: <https://www.irs.gov/pub/irs-pdf/i1120.pdf>.
Дані по формах статистичної податкової звітності / Офіційний сайт податкового департаменту Міністерства фінансів Німеччини. URL: <http://www.bundesfinanzministerium.de/Web/DE/>.

УДК 336.1

О.М. Галицький, магістрант кафедри фінансів і кредиту
Науковий керівник – к.е.н., доц. Литвинчук І.В.
Державний університет «Житомирська політехніка»

НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ПОЛІТИКО-ЕКОНОМІЧНИХ ДИСБАЛАНСІВ

Сьогодні розвиток банківської системи супроводжується інтеграційними процесами банківського бізнесу практично в усіх галузях соціально-економічного життя країни шляхом упровадження нових банківських послуг та інновацій. Ураховуючи глибину інтеграції банківського бізнесу в економічні процеси країни, актуальним є питання розробки механізмів, заходів та методів підвищення рівня фінансової безпеки банківської системи, адже в разі навіть незначних економічних чи політичних дисбалансів підривається стабільність банківського сектора. Ще більшої ваги питання забезпечення належного рівня фінансової безпеки банківської системи набуває в умовах ведення економічних чи валютних війн, а також в умовах розгортання військових конфліктів, під час яких банківські установи, з одного боку, залучаються до відмивання брудних грошей, фінансування тероризму, а з іншого – зазнають колосальних матеріальних та фінансових утрат унаслідок припинення діяльності значного числа їх клієнтів.

Наростання політичних дисбалансів в Україні, пов'язаних із відмовою від підписання Угоди про європейську інтеграцію в листопаді 2013 р., спричинило дестабілізацію економічних процесів у країні.

Політичні та економічні дисбаланси, що посилюються в Україні наприкінці 2013 – на початку 2014 рр. були не тільки проявом волевиявлення народу, а наслідком політико-економічного життя країни з часів здобуття незалежності. Більше того, події часів революції Гідності та наслідки діяльності нової монетарної і фіскальної влади дали змогу виокремити три ключові, на нашу думку, проблеми економічного розвитку країни, які мають суттєвий вплив на фінансову безпеку банківської системи, а саме:

- відсутність стратегії розвитку держави Україна впродовж 25 років незалежності;
- неефективність законодавства та корумпованість судової системи;
- відсутність дієвих механізмів антикризового управління економікою.

Так, певні стратегічні документи розвитку України (Стратегія сталого розвитку «Україна-2020»), які розроблялися тією чи іншою владою, не були комплексними та фактично носили декларативний характер.

На нашу думку, варто виділити три групи заходів у сфері вдосконалення антикризового управління банківською системою, а саме: удосконалення превентивного аналізу банківської діяльності; вдосконалення банківського нагляду; вдосконалення методів управління проблемними активами.

Що ж стосується превентивного аналізу банківської діяльності, то в цьому контексті необхідним є систематичне проведення НБУ сценарного стрес-тестування банківського сектору з використанням широкого переліку уніфікованих індикаторів і визначенням потенційних утрат від реалізації ризиків, притаманних банківській діяльності (кредитного, впливу залучених коштів (утрати ліквідності), ринкових (валютного, відсоткового, фондового), ризику недобросовісної поведінки, ризику виникнення ефекту «доміно» та використанням таких підходів до їх оцінки, як Value-at-Risk (VaR), Vector Error Correction model, мета-аналіз (об'єднання результатів різних досліджень) та імітаційне моделювання; оцінкою взаємозв'язку і взаємозумовленості макро-економічних індикаторів та індикаторів фінансової безпеки банківської системи.

Важливим аспектом під час проведення стрес-тестування є правильний вибір стрес-сценаріїв, які повинні включати сценарії кризи окремого банку та системно важливих банків, сценарії кризи банківської системи, сценарії економічної, політичної та військової кризи, сценарії економічної, політичної чи військової кризи країн-походження іноземного банківського капіталу та країн-сусідів і найбільших торгових партнерів України, а також сценарії економічного росту з метою визначення можливостей «перегріву економіки» та «кредитних бумів».

Удосконалення банківського регулювання і нагляду повинно відбуватися у сфері контролю та запровадження адекватних штрафних санкцій за здійснення банками спекулятивних операцій на валютному ринку шляхом використання коштів, наданих шляхом рефінансування. Також штрафні санкції включно з відкликанням ліцензії повинні застосовуватися й до банків, які здійснюють надмірне кредитування або фінансування (за рахунок вексельних операцій) інсайдерів.

Посиленого контролю потребують банки з іноземним капіталом, зокрема країни-агресора, у

частині валютного кредитування і кредитування взагалі. У цьому контексті, на нашу думку, необхідно на законодавчому рівні встановити вимогу щодо мінімально необхідного обсягу кредитування реального сектору економіки банками з іноземним капіталом у рамках державних програм розвитку.

На часі є й необхідність запровадження особливого наглядового режиму за системоутворюючими комерційними банками в контексті мінімізації ризиків їх банкрутства. Однак даний режим не повинен створювати привілеї для системоутворюючих банків порівняно з іншими банківськими установами, навпаки, НБУ повинен прагнути до забезпечення максимальної ефективності діяльності таких банків через високі пруденційні вимоги.

Важливим також є наближення систем управління банківськими ризиками вітчизняних комерційних банків до міжнародних стандартів із детальним висвітленням ними реального стану і вжитих заходів з убезпечення від різного роду ризиків у річних фінансових звітах.

Що ж стосується вдосконалення управління проблемними активами в умовах кризи, то, як показує світова практика, найбільш ефективним механізмом на рівні всієї банківської системи є створення компанії з управління проблемними активами комерційних банків, яка повинна на ринкових засадах викуповувати проблемні активи у комерційних банків для подальшого управління ними. Викуп проблемних активів дасть змогу знизити збитковість банківської системи України, оскільки зменшаться обсяги відрахувань до резервів за активними операціями, що надасть банкам можливість використати дані кошти на антикризову та поточну діяльність.

Іншою важливою установою банківського ринку повинен стати санаційний банк («бідж-банк»), завданням якого є управління винятково працюючими активами проблемних банків, виведених із ринку. Ефективна діяльність «бідж-банку» повинна забезпечити повернення клієнтам проблемних банків депозитів, гарантованих державою [2, с. 18]. Такий банк, на нашу думку, повинен бути державним та мати особливий статус, капіталізація такого банку також повинна здійснюватися за рахунок коштів держави.

Отже, забезпечення належного рівня фінансової безпеки банківської системи України вимагає вжиття комплексу заходів з удосконалення законодавства, банківського нагляду, стратегічного планування та антикризового управління. Прийняття законів про валютне регулювання та про кредитування, запровадження ризик-орієнтованого нагляду за діяльністю банків, стрес-тестування, створення компанії з управління активами та бідж-банку дасть змогу підвищити рівень фінансової безпеки банківської системи України, а також, очевидно, знизити рівень внутрішніх і зовнішніх. Однак варто зауважити, що вдосконалення зазначених вище сфер управління банківською справою не може бути ефективним без відповідного вдосконалення загальноекономічної політики держави, а також без налагодження взаємоузгодженості монетарної та фіскальної політики, що і має стати наступними науковими розвідками в питанні забезпечення високого рівня фінансової безпеки банківської системи України [1]

Список використаної літератури:

1. Васильчишин О.Б. Шляхи підвищення рівня фінансової безпеки банківської системи України в умовах політико-економічних дисбалансів // Гроші, фінанси і кредит, 2016. Випуск 7. С. 221-225.
2. Міщенко В.І. Санаційний банк - «бідж-банк» як механізм роботи з нежиттєздатними банками: [монографія] / В.І. Міщенко [та ін.] ; Центр наукових досліджень Національного банку України. К.: УБС НБУ, 2011.119 с.

**Горегляд Ю. А., студентка 4 курса
научный руководитель**

Филиппова Т. В., ассистент, м.э.н.

Учреждение образования

«Брестский государственный технический университет»

Роль банковской системы в развитии экономики областей Республики Беларусь

Банковская система является важным элементом финансовой системы Республики Беларусь. Ее фактическая значимость обуславливается тем, что она управляет в Республике системой платежей и расчетов, оказывает большое влияние на экономику посредством оказания комплекса финансовых услуг субъектам хозяйствования, учреждениям, предприятиям и организациям.

В нынешних условиях банк опосредует связи между промышленностью и торговлей, играет огромную роль в дальнейшем совершенствовании рыночных отношений в Республике Беларусь, обеспечивает своевременные социальные выплаты населению и является активным участником бюджетного процесса.

Областные показатели банковской активности и концентрации банковского капитала в значительной степени определяют перспективы развития экономики областей, формируя предпосылки для инвестиционной активности и повышения уровня жизни населения.

Банковская система одна из неотъемлемых структур рыночной экономики. Банки, проводя денежные расчеты, кредитуют хозяйство, выступая посредниками в перераспределении капиталов, существенно повышают общую эффективность производства, способствуют росту производительности общественного труда.

Роль банковского сектора заключается в аккумуляции и инвестировании экономических ресурсов всех секторов экономики. В соответствии с ней определяется характер взаимосвязей между банковским сектором и экономикой на областном уровне.

Характер функциональных взаимосвязей среди банковского сектора и реальной экономики на областном уровне можно сформулировать следующим:

1. Развитая банковская система управляет системой платежей. В развитых рыночных экономиках большинство коммерческих сделок производится путем перераспределения средств между различными видами ресурсов посредством безналичных или электронных расчетов.

2. Наравне с иными экономическими посредниками банковская система трансформирует сбережения в инвестиции. Эффективность осуществления процесса инвестирования средств находится в зависимости от возможности банковской системы направлять денежные фонды именно тем заемщикам, которые найдут способы их оптимального использования.

3. Банковская система регулирует количество средств, находящихся в рыночной экономике.

На областном уровне национальной экономики устойчивость формирования банковской системы связана, в первую очередь, потребностью развития реального сектора экономики. Необходимое создание благоприятных условий развития инновационных технологий, где инструментом воздействия может стать непосредственно банковская система, которая обладает большей степенью свободы и качеством располагаемых ресурсов при сравнительно низких рисках умеренно- и долговременного кредитования.

Кардинальная трансформация характера взаимосвязи банков с производством является важным обстоятельством не только оздоровления экономики, а также и укрепления самого банковского сектора. Поэтому же причиной стратегическим направлением перестройки деятельности банковской системы должно стать эффективное взаимодействие с реальным сектором экономики.

Успешная деятельность банковской системы считается залогом устойчивости экономической среды, однако в то же время стабильное состояние экономики государства находится в зависимости от степени устойчивости и эластичности банковской системы.

Литература:

1. Иванов В. В., Спиваков А. Д. Проблемы управления региональными финансовыми ресурсами // Финансы и кредит, 2013г. – 154с. – Дата доступа: 03.11.2020
2. Гаричев, М. А. Роль малого бизнеса и региональных банков в развитии депрессивного региона / М. А. Гаричев // Молодой ученый. — 2015. — № 17. — С. 438–441. – Дата доступа: 03.11.2020

Зазерская В.В., Звягинцева Е.С.
декан экономического факультета, к.э.н., доцент; студент
Учреждение образования «Брестский государственный технический университет»

ВНЕДРЕНИЕ ИКТ В БАНКОВСКУЮ СФЕРУ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Информационно-коммуникационные технологии – это неотъемлемая часть всех сфер деятельности, так как они позволяют упростить и автоматизировать все организационные процессы.

В банковской сфере ИКТ начали применяться постепенно, начали вводиться внутренние банковские системы, которые позволяли хранить информацию о счетах на банковских серверах. Затем появились банковские кредитные карты, в магазинах аппараты для приема этих банковских карт, данные через эти аппараты передавались на сервер банка. Далее банковская сфера начала внедряться в интернет, начали появляться электронные деньги. Все эти изменения в банковской сфере происходили с помощью ИКТ.

Самой распространенной формой использования ИКТ в банковской сфере деятельности является интернет-банкинг. Понятие «интернет-банкинг» известно с 1980-х годов.

Интернет-банкинг – это услуга для управления счетами и осуществления банковских операций с помощью Интернета 24 часа в сутки 7 дней в неделю [1].

Первой системой интернет-банкинга была система Home Banking, разработанная в США. Данная система позволяла владельцам счетов проверять счета подключаясь к компьютеру банка через телефон. В дальнейшем владельцы банковских счетов могли проверять их через интернет.

С развитием интернета начали появляться и первые виртуальные банки, например Security First Network Bank, Bank of America.

Виды дистанционного банковского обслуживания:

1. Системы «Клиент-Банк»: Банк-Клиент; Интернет-Клиент;
2. Системы «Телефон-Банк»
3. Обслуживание с использованием банкоматов

Система «Клиент-Банк» — это система электронного банковского обслуживания юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, которая позволяет дистанционно поддерживать связь с банком, управляя счетами и финансовыми потоками из любой точки мира, 24 часа в сутки [2].

Система «Клиент-Банк» позволяет [3]:

1. Открывать счета в банке.
2. Осуществлять платежи и денежные переводы.
3. Осуществлять управление счетами.
4. Получение выписки о состоянии текущего счета в банке.
5. Просмотр истории платежей.
6. Электронное взаимодействие с банком.
7. Получение информации об изменениях в банковской системе из новостей банка.

К подсистеме «Интернет-Клиент» относится интернет-банкинг. Преимущества интернет-банкинга:

1. Процесс проведения платежей автоматизирован.
2. Существует возможность сохранения наиболее используемых платежей.
3. При потере кредитной карты, деньги остаются на счету, а доступ к нему возможен через интернет-приложение, поэтому с легкостью можно перевести деньги на другой счет и заблокировать карту.
4. Осуществлять платежи можно 24 часа в сутки.
5. Нет очередей, оплачивать можно где угодно, и когда угодно.
6. При необходимости можно разблокировать замороженный счет, если он был заблокирован владельцем счета.
7. Переводить денежные средства можно на банковские счета, открытых в других банках.
8. Наиболее популярные платежи отображаются в соответствующем разделе, что упрощает поиск соответствующего платежа.

В личном кабинете Интернет-банкинга можно редактировать персональную информацию, изменять пароли входа и многое другое. Также в системе доступна привязка номера мобильного телефона с целью получения SMS-кода для входа в Интернет-банкинг и для разблокировки входа по SMS.

Наиболее популярными платежами, которые пользователи оплачивают в интернете являются платежи в системе ЕРИП. В данной системе через интернет-банкинг на мобильном телефоне можно оплачивать коммунальные услуги, услуги операторов мобильной сети, услуги интернет-провайдеров, штрафы, услуги в области образования и т.д.

Просмотр истории платежей создан для контроля использования денежных средств. Большинство родителей открывают денежные счета своим детям, оформленные на себя, куда отправляют им определенные суммы денежных средств в виде карманных расходов, это удобно, когда ребенок учится в образовательных

учреждениях в другом городе или в другой стране. Поэтому история платежей, которая будет доступна владельцу банковского счета, позволяет отследить куда и на что были потрачены денежные средства.

Для использования услуги интернет-банкинг необходимо открыть счет в банке, в котором в дальнейшем будут осуществляться платежи и денежные переводы, если уже имеется открытый счет в банке, то можно воспользоваться им. Следующим шагом идет регистрация пользователя в системе интернет-банка, зарегистрироваться можно на официальном сайте банка в интернете или скачав и установив официальное приложение банка. При регистрации вводится конфиденциальная персональная информация и пользователь должен придумать пароль, состоящий из арабских цифр и букв латинского алфавита, этот пароль пользователь не должен никому сообщать, так как он используется вместо PIN-кода при доступе к денежным средствам, находящимся на счету. Пароль будет запрашиваться постоянно при входе в приложение, он представляет собой защиту от иных лиц, и от самого пользователя, так как если бы пароля не было то, приложение могло бы открыться случайным образом в кармане и осуществить платеж.

Технологии в банковской системе пошли еще дальше в камеру телефона сейчас встраивают сканеры, которые могут считывать данные с карты. Например, если регистрируется пластиковая карта в официальном приложении банка, то там есть возможность воспользоваться сканером и соответствующие данные считываются и переносятся в соответствующие поля регистрации.

Некоторые банки позволяют оплачивать покупки виртуальной банковской картой. Данная карта – выполняет те же функции, что и обычная пластиковая карточка. Разница лишь в том, что она не занимает место и ее невозможно потерять, если с вами всегда находятся гаджеты с доступом в интернет или с установленным соответствующим приложением. Данная карта представляет собой виртуальный экран в приложении, содержащий данные о счете, со встроенным кодом, который может отсканировать терминал в магазине.

Виртуальные карты можно открыть в виртуальном банке в интернете, который не имеет традиционного представительства, а существует и действует только в сети интернет.

Виртуальные карты позволяют осуществлять бесконтактные мобильные платежи. К основным видам бесконтактных мобильных платежей относятся: Android Pay, Samsung Pay, Apple Pay, банковские сервисы.

Чтобы совершить бесконтактный платеж необходимо:

1. Открыть приложение, где хранится виртуальная карта.
2. Выбрать соответствующую карту для расчета.
3. Приложить карту к терминалу в магазине.
4. Дождаться одобрения от банка, к которому привязана данная карта.

Вся процедура оплаты проходит быстро, платеж совершается буквально за несколько секунд.

В большинстве банков если сумма покупки меньше 25 рублей, то возможна покупка без ввода PIN-кода. Это свойство имеет как преимущества, так и недостатки.

Преимуществом является то, что за мелкие покупки, которые чаще всего люди совершают в спешке, не надо вводить PIN-код, что значительно ускоряет процесс покупки. Так же преимуществом является то, что не надо тратить время, чтобы вспомнить PIN-код, в 21 веке у людей имеются банковские карты одновременно в нескольких банках

Недостатком является то, что злоумышленник, если завладеет картой сможет потратить денежные средства с нее, так как PIN-кода на сумму до 25 рублей нет.

В развитии интернет-банкинга и применении ИКТ в банковской сфере особое внимание уделяется вопросам управления рисками и осуществления контроля в соответствии с принципами и подходами, определенными органами государственного управления. Основными целями является внедрение перспективных технологий и услуг в области финансов и интернет-банкинга, обеспечение эффективного функционирования инновационных глобальных электронных проектов. Достижение этих целей позволит расширить взаимодействие банков, клиентов, органов государственного управления и коммерческих организаций с помощью электронных каналов коммуникаций, а процесс сделать совершения сделок сделать прозрачным и безопасным для всех участников.

Литература

1. Сущность понятия интернет-банкинг [Электронный ресурс]: информационная среда Беларусбанка. — Режим доступа: <https://belarusbank.by>. — Дата доступа 25.09.2020.
2. Сущность понятия Клиент-Банк [Электронный ресурс]: информационная среда Беларусбанка. — Режим доступа: <https://belarusbank.by>. — Дата доступа 28.09.2020.
3. Особенности системы «Клиент-Банк» [Электронный ресурс]: информационная среда Беларусбанка. — Режим доступа: <https://belarusbank.by>. — Дата доступа 30.09.2020.
4. Система облачного хранения данных [Электронный ресурс]: информационный портал. — Режим доступа: <https://1cloud.ru>. — Дата доступа 11.10.2020.

Автор: Каменец А.Г.
Научный руководитель: Зазерская В.В.
*декан эконом. факультета, к. э. н., доц. кафедры менеджмента
Брестский Государственный Технический Университет*

Необанки: преимущества и недостатки перед традиционными банками

С переходом мирового сообщества на инновационные информационные технологии и финансовые инновации создаются и новые банки, получившие название необанки или виртуальные банки. Необанк – это усовершенствованный банк, созданный и функционирующий без прикрепления к определенному месту, т.е. работающий на цифровых платформах. Он предоставляет свои услуги клиентам в онлайн-режиме с любых смартфонов, планшетов и персональных компьютеров. Необанк еще называют виртуальным или директ-банком. Идея появления такого банка возникла с целью как можно лучше удовлетворить потребности клиента и избежать проблем, которые возникают при работе с обычными кредитными организациями [1].

Необанки предоставляют практически те же услуги, что и традиционные банки: счета и операции по ним, кредиты, управление капиталом, инвестиции, депозиты и т.д. Кроме того, большинство используют и современные форматы: краудфандинговые платформы, финансовых роботов-консультантов и криптовалюты. Набор услуг и масштабы деятельности необанков в отдельных странах определяются уровнем их экономического и технологического развития, действующими законодательными нормами и степенью зрелости банковской системы. Преимущество необанков заключается в минимизации затрат, благодаря чему повышается скорость обслуживания, применяются низкие тарифы, используется персональный подход к клиентам [2].

Среди преимуществ можно выделить следующие:

- минимум затрат на строительство, ремонт главного офиса и филиалов, так как банк создается на цифровой платформе в интернете;
- минимум затрат на ведение документооборота, вся документация ведется в онлайн режиме;
- ведение и управление операциями по счету в удобное время, в удобном месте будь клиент дома, в офисе, в пробке и с любого цифрового носителя (смартфон, планшет, персональный компьютер);
- избавление клиента от ожидания в очереди в вопросах работы;
- быстроту и легкость контроля за состоянием счета в режиме онлайн, получение консультаций специалистов банка в любое удобное время, где бы вы ни находились;
- конфиденциальность;
- доступность и др.

Однако также имеются препятствия, которые сдерживают темпы развития необанков. Среди них можно выделить как проблемы со стороны банка, так и со стороны клиента, а именно:

- издержки на создание и внедрение приложений и специализированных программ, сайтов для обслуживания клиентов;
- значительные затраты на разработку и внедрение надежной защиты от кибермошенников и вирусных программ;
- недостаточность инвестиционного капитала;
- большие первоначальные вложения средств для развития необанка;
- при проблеме на сервере, работа со счетом и документами может остановиться на неопределенный период до ее устранения;
- недоверие юридических лиц, физических лиц, а также малого и среднего бизнеса к банкам в целом и необанкам в частности;
- низкий уровень финансовой грамотности населения и элементарных знаний основ банковского дела [1].

По состоянию на 2018 г., по данным исследовательского центра Burnmark, в мире насчитывалось около 80 необанков, в том числе 40 в Великобритании, 8 в Индии, 6 в США, 5 во Франции, 3 в Германии. В Европе активное развитие необанков отмечалось в последние пять лет, и этому во многом способствовало благоприятное для финансовых инноваций законодательство. Первый необанк Atom Bank появился в Великобритании в 2014 г., а вслед за ним в 2015 г. второй английский необанк Monzo1. Хотя в США первые необанки возникли раньше, чем в Европе, – Simple был создан в 2009 г., а Moven – в 2011 г., по уровню развития данного сегмента США отстают от Европы. В отличие от Европы, считают эксперты, в США до недавнего времени не было благоприятного для его развития законодательного режима. Получение соответствующей банковской лицензии и разного рода разрешений было достаточно

продолжительной и обременительной процедурой, что сдерживало создание финтех-стартапов. Однако в 2018 г. ситуация изменилась к лучшему: власти осознали необходимость изменения регулирования инициатив в области небанкинга [3].

Следует отметить, что несмотря на стремительный рост пользовательской базы небанков, устойчивость их бизнес-модели в долгосрочной перспективе вызывает опасения. Здесь стоит рассмотреть, как зарабатывают небанки.

Традиционные банки имеют два основных источника доходов: комиссии и чистый процентный доход (разница между процентами, полученными по выданным кредитам, и процентами, выплаченными по депозитам).

Что касается чистого процентного дохода, преимущество небанков в наличии гораздо более гибкой политики андеррайтинга по сравнению с традиционными банками является в то же время их недостатком. С одной стороны, благодаря более гибкой политике небанки быстрее набирают пользовательскую базу, но, с другой стороны, это значительно увеличивает риск кредитного портфеля. В связи с этим возникает вопрос, позволит ли такая модель получать прибыль в случае значительного ухудшения качества кредитного портфеля и роста просроченной задолженности и невыплат по кредитам.

Также важнейшим источником дохода для небанков являются комиссии. Даже принимая во внимание тот факт, что большинство стартапов в отрасли используют в качестве маркетингового хода для привлечения новых пользователей полное отсутствие комиссионных, это утверждение не совсем верно, так как они получают часть межбанковской комиссии (комиссия, которая взимается с каждой операции по банковским картам и делится между банком-эмитентом карты, банком, который процессит транзакцию, платежной системой и другими участниками системы).

В долгосрочной перспективе «комиссионная модель» заработка небанков, скорее всего, не сработает. Во-первых, размер межбанковской комиссии снижается под давлением регуляторов и будет продолжать движение вниз — похожие процессы происходят в США, ЕС, Канаде и других регионах. Во-вторых, небанки, не имеющие собственной банковской лицензии, вынуждены делить межбанковскую комиссию, которая в большинстве случаев не превышает 1,8-2,0% от транзакции, с банком, чьей лицензией они пользуются (хотя ряд банков получают лицензии, чтобы как раз-таки повысить размер данной комиссии). В-третьих, в абсолютном выражении одного комиссионного дохода может быть недостаточно для роста бизнеса и достижения уровня безубыточности.

Чтобы приобрести значительное преимущество над традиционными банками, небанкам пора задуматься о предложении клиентам более сложных с точки зрения имплементации на мобильных устройствах, но при этом более прибыльных продуктов как, например, ипотечные кредиты. Традиционные банки в основном сфокусированы на получении ЧПД и комиссий и менее открыты к внедрению новых продуктов и получению новых источников доходов. Небанки, напротив, могут быть более гибкими и креативными в создании партнерств с небанковскими организациями, что может повысить прибыльность и снизить зависимость от традиционных источников банковского дохода [4].

Проанализировав положительные и отрицательные стороны функционирования небанков, можно отметить, что, несмотря на большое количество плюсов, есть и значительные минусы, которые и сдерживают развитие таких банков.

В заключение можно сказать, что для перехода к небанкам необходимо не просто заменить фактические отделения традиционных банков на онлайн-платформу, но и обеспечить высокий уровень доверия клиента к таким банкам, повысить финансовую грамотность населения, наладить бесперебойную работу технологического оснащения, качественный индивидуальный подход к каждому клиенту, необходимо также разработать соответствующую нормативно-правовую базу, порядок и условия лицензирования деятельности небанков [1].

Литература:

1. Необанк как новое направление финансовых инноваций в Российской Федерации [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/neobank-kak-novoe-napravlenie-finansovyh-innovatsiy-v-rossiyskoy-federatsii> - Дата доступа: 08.11.2020
2. Небанки: мировой опыт и перспективы [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/111/27872/> - Дата доступа: 08.11.2020
3. Небанки: мировой опыт и особенности России [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/neobanki-mirovoy-opyt-i-osobennosti-rossii> - Дата доступа: 09.11.2020
4. Небанки: Будущее или тупиковая ветвь развития банковской системы [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.forbes.ru/tehnologii/344459-neobanki-budushchee-ili-tupikovaya-vetv-razvitiya-bankovskoy-sistemy> - Дата доступа: 08.11.2020

ІНТЕРНЕТ-БАНКІНГ В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

2020 рік став складним для фінансово-економічної сфери і в усьому світі загалом, і в Україні зокрема. Тривалий карантин призвів до загального зниження бізнес-активності, різкого зменшення попиту на кредити й банківські послуги. Водночас за цей період збільшилася кількість неплатежів за кредитами, що негативно позначилося на доходах банків. За даними Нацбанку, станом на 1 жовтня 2020 року із 74 платоспроможних банків 62 банки були прибутковими та отримали чистий прибуток 40,8 млрд грн, що перекрыло збитки 12 банків на загальну суму 3,2 млрд грн. За 9 місяців поточного року прибуток був сформований переважно ПриватБанком (21,3 млрд грн, або 56,6% від усього прибутку) та групою банків з іноземним капіталом, крім російського (9,2 млрд грн) [1]. Такий стан речей ще більше стимулює банки до пошуків ефективних форм взаємодії з клієнтами, де одне з чільних місць належить дистанційному обслуговуванню.

Інтернет-банкінг – це вид дистанційного банківського обслуговування, який стрімко набуває популярності серед вітчизняних користувачів. Від своєї появи кількість споживачів послуг інтернет-банкінгу корелювала з кількістю користувачів Інтернетом. Увесь час ці цифри зростали співвимірно. Поява смартфонів, які полегшили доступ до всевітньої мережі, стала своєрідним поштовхом для розвитку інтернет-банкінгу. Наразі мобільний та інтернет-банкінг все менше різняться за переліком операцій, що можна отримати з їх допомогою.

Розглянувши сучасний стан та перспективи розвитку вітчизняного інтернет-банкінгу, можна узагальнити, що переваги розрахунків, проведених у такий спосіб, стали очевидними після істотного підняття комісії за обслуговування в банках та здійснення переказів на користь юридичних осіб, зокрема комунальних платежів, подекуди до 25 грн і вище з кожної квитанції. Завдяки інтернет-банкінгу клієнт може будь-коли, через мережу Інтернет, здійснювати всі ті ж стандартні банківські операції, що й в офісі банку, за винятком операцій із готівкою. Цей вид віддаленого банкінгу значно спрощує та пришвидшує роботу клієнта зі своїми рахунками.

Найпопулярнішими онлайн-послугами серед українців є грошові перекази, оплата рахунків, зокрема комунальних, поповнення мобільного телефону. Динамічно зростає і ринок P2P платежів (миттєвий переказ грошей із картки на картку). Клієнтам зручніше сплатити невелику комісію й переказати кошти на рахунок іншої особи, маючи тільки номер картки й не обтяжуючи себе іншими банківськими реквізитами. Купувати банківські продукти в такий спосіб наразі вигідніше, ніж безпосередньо в установі. Однак експерти сходяться на тому, що зі збільшенням кількості споживачів зміниться й ситуація з нарахуванням комісій, як це є в розвинених країнах, де за додаткові зручності стягується й додаткова, вища плата.

Крім багатьох вигод для клієнтів, інтернет-банкінг також дає суттєві переваги й самим банкам: їхні витрати на транзакції в системі інтернет-банкінгу є нижчими, як порівняти із собівартістю обслуговування у звичайному відділенні; скорочуються витрати на утримання структурних підрозділів і штатних працівників, а також витрати на забезпечення й підкріплення кас готівкою та іноземною валютою; пришвидшуються розрахунки. Усе це в сукупності збільшує прибутковість банку та робить інтернет-банкінг вагомим конкурентним перевагом для тих установ, які його використовують. Тому в сучасних умовах розвиток системи інтернет-банкінгу для вітчизняних банків поступово перетворюється з додатковою послугою на нагальну потребу.

Однак є низка безпекових факторів, які стримують розвиток інтернет-банкінгу в Україні та світі, зокрема досить високий ризик використання щодо клієнтів шахрайських схем. Щоб уникнути цього гальмівного фактора, банки змушені витратити значні кошти на розробку якісного захисту банківських мереж. Позитивною стороною таких витрат стало одночасне розширення переліку послуг, які пропонуються через інтернет-банкінг.

До банківських ризиків, пов'язаних із використанням систем інтернет-банкінгу, належать: операційний, правовий, стратегічний ризики, ризик втрати ділової репутації і ризик ліквідності. Тому комерційні банки повинні надавати консультаційну допомогу клієнтам інтернет-банкінгу, доводити до їхнього відома інформацію про ці ризики, а також застосовувати увесь можливий комплекс заходів щодо захисту конфіденційної інформації.

Отже, порівнюючи традиційне обслуговування у відділеннях та інтернет-банкінг, поки що мусимо констатувати, що останній залишається в Україні на позиціях додаткового сервісу. Проте, на нашу думку, уже в недалекій перспективі він може перетворитися нову, самодостатню форму існування банків.

Література. 1. Прибутковість банків у 2020 році залишається нижчою, ніж 2019 року – результати 9 місяців. [Електронний ресурс]. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/pributkovist-bankiv-u-2020-rotsi-zalishayetsya-nijchoyu-nij-2019-roku--rezultati-9-misyatsiv> (Дата звернення: 29.10.2020).

**В.Є. Кравчук, магістрант,
II курсу, гр. ФБСМ-4, ФБСО
Науковий керівник – к.е.н., доц. Литвинчук І.В.
Державний університет «Житомирська політехніка»**

МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНЮВАННЯ КАПІТАЛІЗАЦІЇ БАНКІВ

Одним із найважливіших показників діяльності банківських установ є власний капітал, оскільки він призначений для покриття негативних наслідків різноманітних ризиків, які банки беруть на себе в процесі діяльності, а також для забезпечення захисту вкладів, фінансової стійкості і стабільності банківської системи країни. Багатофункціональна мета капіталів банків досягається насамперед за допомогою механізму його адекватності обсягу. Оскільки цілі окремих функцій капіталу суттєво відрізняються, вимоги до достатності капіталу кожної функції також відрізняються, що чітко проявляється у застосуванні декількох різних показників (нормативів) достатності капіталу в управлінській та регулятивній практиці. Зокрема, цілям фінансового (ресурсного) забезпечення інвестиційних потреб банку найбільш повно відповідає абсолютний обсяг статутного капіталу, особливо на початковому етапі його діяльності. Відповідно до Закону України «Про банки і банківську діяльність» вимоги до мінімального розміру статутного капіталу банків на момент реєстрації диференціювались залежно від територіальних масштабів його діяльності [2].

Необхідно зазначити, що Національний банк України шляхом прийняття відповідних нормативно-правових актів вживає заходи щодо підвищення рівня капіталізації банківської системи України через запровадження мінімальних вимог (нормативів) до розмірів і достатності капіталу (табл 1).

Варто відзначити, що цілям стимулюючої функції власного капіталу найбільш повно відповідає загальний обсяг регулятивного капіталу (Н1). З цілями гарантійної функції найбільш тісно пов'язаний відносний коефіцієнт регулятивного капіталу щодо сумарних активів, скоригованих на рівень їх ризиковості (Н2) [1].

Таблиця 1.

Нормативи достатності банківського капіталу [2]

Назва нормативу	Формула розрахунку	Нормативне значення
Н1 – норматив мінімального розміру регулятивного капіталу	$H1 = \text{Основний капітал} + \text{Додатковий капітал} - \text{Відвернення}$	для діючих банків Н1 повинен становити: 250 млн грн – з 11 липня 2019 р.; 300 млн грн – з 11 липня 2020 р.; 350 млн грн – з 11 липня 2021 р.; 400 млн грн – з 11 липня 2022 р.; 450 млн грн – з 11 липня 2023 р.; 500 млн грн – з 11 липня 2024 р.
Н2 – норматив достатності (адекватності) регулятивного капіталу	$H2 = \text{Регулятивний капітал} / (A_p + Л13)$, де A_p – активи зважені за ступенем кредитного ризику, Л13 – сума відкритої валютної позиції банку за всіма іноземними валютами та банківськими металами $Л13 = \text{Загальна величина відкритої валютної позиції банку за всіма іноземними валютами та банківськими металами} / \text{Регулятивний капітал}$	Не менше 10% для діючих банків, а для тих, що розпочинають банківську діяльність: протягом перших 12 місяців діяльності (з дня отримання ліцензії) – не менше 15%; протягом наступних 12 місяців – не менше 12%; надалі – не менше 10%

Встановлення нормативів ефективності цих коефіцієнтів відкриває можливість здійснювати вплив за допомогою регулятивного капіталу для мінімізації банківського ризику, виконання банками своїх зобов'язань перед вкладниками і кредиторами та на формування їх активів з метою оптимального задоволення попиту економічних суб'єктів на позиковий капітал і підтримання фінансів банку у збалансованому стані.

Отже, достатність капіталу банків – явище складне та багатогранне, що має декілька кількісно відмінних вимірників, які лише в сукупності можуть дати уявлення про відповідність обсягу капіталу потребам банку в ресурсах для створення матеріально-технічної та інтелектуальної бази, для забезпечення довіри до банку вкладників, кредиторів та інвесторів, для дотримання вимог регулятивних органів та задоволення зростаючого попиту на його послуги з боку клієнтів.

Список використаних літературних джерел:

1. Коваленко В.В. Капіталізація банків: методи оцінювання та напрямки підвищення [Текст] : монографія / В. В. Коваленко, К. Ф. Черкашина. - Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2010. - 153 с.
2. Паньків Х.П. Фінансовий механізм капіталізації банків в Україні.: дис. кан. екон. наук: 08.00.08 – гроші, фінанси і кредит / Львівський національний університет ім. І. Франка. Львів, 2015. 278 с.

УДК 336.71

**Невмержицька М.В., магістрант, 1 курс, гр. ЗФБС-19м, ФСБО
Науковий керівник – к.е.н., доц. Новак О.С.
Державний університет «Житомирська політехніка»**

УПРАВЛІННЯ ВАЛЮТНИМИ РИЗИКАМИ

За своєю суттю, валютний ризик є ймовірністю виникнення можливих збитків внаслідок несприятливих змін курсів іноземних валют. Механізм управління валютним ризиком являє собою сукупність методів ідентифікації, аналізу (оцінки), регулювання та контролю, які здійснюються за допомогою інформаційного та нормативного забезпечення згідно завдань, мети та принципів щодо управління ним.

Управління ризиком представляє своєрідну систему, яка об'єднує в собі суб'єкт та об'єкт керування, які взаємодіють між собою на основі різних зв'язків. Генератор управлінських рішень (суб'єкт) включає такі основні підрозділи банку: спостережна рада, правління банку, ризик-менеджмент (підрозділ), служба внутрішнього аудиту, бек-офіс, фронт-офіс. Об'єктом управління виступає валютний ризик. Його можна представити як сукупність основних видів валютного ризику, які в свою чергу складаються з джерела, експозиції та майбутніх наслідків в ході його реалізації.

В управлінні валютним ризиком та валютною позицією банк використовує дві головні групи методів: управління валютною структурою балансу та хеджування валютного ризику (рис. 1).

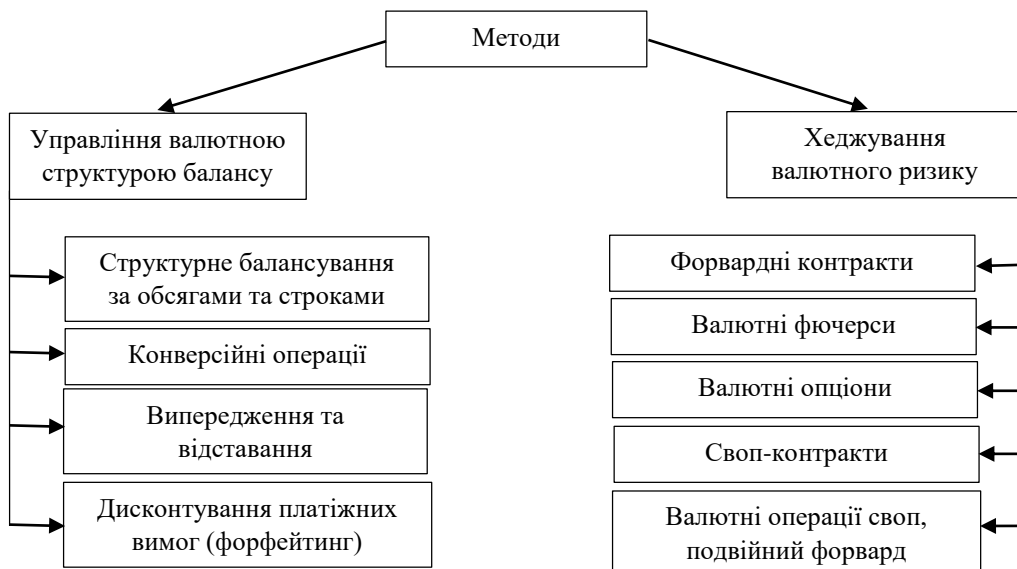


Рис. 1. Методи управління валютним ризиком

Перша група методів визначає вплив на валютну структуру балансу для обмеження наслідків переоцінки валютних інструментів. До них належать:

- проведення конверсійних операцій;
- дисконтування платіжних вимог в іноземній валюті;
- зміна строків валютних платежів (випередження та відставання);
- структурне балансування валютних потоків за сумами та строками.

Структурне балансування валютних операцій заключається в узгодженні обсягу та строку активних та пасивних операцій з усіма іноземними валютами, якими оперує банк. Ідея методу структурного балансування може використовуватись в різних балансових операціях з валютними грошовими коштами, зокрема в:

- 1) конверсійних операціях;
- 2) укладанні в іноземній валюті кредитних та депозитних угод;
- 3) узгодженні валютних надходжень та платежів;
- 4) проведенні форфейтингових операцій;
- 5) реструктуризації дебіторської та кредиторської валютної заборгованості;
- 6) купівлі-продажу цінних паперів, які номіновані в іноземній валюті.

В свою чергу терміни та обсяги проведення вищенаведених операцій відбираються так, аби це могло дати змогу закрити валютні позиції та зменшити їхню величину до прийняттого рівня.

Проведення конверсійних операцій є одним з прийомів, котрий широко застосовується банками України в ході управління валютними операціями. Наднормова позиція із різними валютами може бути

знижена обміном на іншу валюту, в якій величина позиції була нижчою від нормативу. Це дає змогу приводити валютні операції у відповідність згідно встановлених законів без здійснення позицій з базовою валютою, адже, здебільшого, банки конвертують валюту (курс якої знижується) у значно надійнішу та стабільнішу валюту.

В ході управління валютним ризиком банк може використати метод *випередження та відставання* (leads and lags – від англ. випередження та відставання), який визначає зміну строків платежу в іноземній валюті залежно від відносних коливань валютних курсів. Маніпуляції строками дозволяють закрити короткі позиції за різноманітними валютами до того моменту, коли відбудеться зростання їх ринкового курсу і, в свою чергу, довгі позиції – до зниження курсу. Найпоширенішими на практиці формами даної тактики є:

- пришвидшення репатріації (повернення в свою країну із-за кордону) прибутків, капіталу та інших грошових коштів, які очікують ревальвацію національної валюти чи сповільнення процесів репатріації перед девальвацією національної валюти;

- прискорення або сповільнення погашення загальної суми боргу в іноземній валюті та виплати відсотків в залежності від зміни валютного курсу;

- дострокова оплата товарів та послуг (основних засобів, товарно-матеріальних цінностей) в тому разі, коли підвищується курс валюти платежу чи затримується платежі в очікуванні зниження курсу;

- прискорення або сповільнення зарахування та виплати дивідендів та надходження коштів в іноземній валюті до статутного фонду банку;

- конверсія в національну валюту регульованих одержувачем інвалютних коштів.

Використання прийому випередження та відставання ґрунтуються насамперед законодавчим регулюванням країни, а також умовами фінансових контрактів. У більшості угод, за якими проводяться платежі, передбачається як види та розмір штрафних санкцій (пені, неустойки тощо) за несвоєчасне виконання переказів валютних грошових коштів, так і можливість дострокової оплати. В першому випадку затримка платежу, яка виникла через зниження курсу буде в свою чергу виправдана лише в тому випадку, коли зниження витрат на придбання валюти за новим курсом перекриє суму нарахованих штрафів та санкцій.

Різновидом обліку векселів являється прийом *дисконтування платіжних вимог в іноземній валюті* і він полягає в переуступанні банку права вимоги заборгованості в інвалюті в обмін на термінову виплату банком власнику векселя визначеної суми коштів у національній або іншій іноземній валюті. Дисконтування в свою чергу відбувається в багатьох випадках через проведення форфейтингових операцій. В цьому разі банк купує векселі на загальну суму і на повний строк без права їх обороту на минулого власника. Відмінність цієї операції від традиційного обліку векселів полягає в тому, що форфейтингові операції здійснюються із великими обсягами платежів в іноземній валюті (не менше ніж 1 млн дол. США), а також із тривалою розстрочкою (від півроку до п'яти – семи років). Загальна виконуюча практика розкривається в наявності гарантії третьої особи, а також здійсненні значних регулярних платежів, котрі оформлені простими векселями. Форфейтинг може в свою чергу розглядатись як експортний факторинг, який і являється по своїй суті кредитуванням експортера.

Друга група методів визначає хеджування валютного ризику. Вона характеризує створення захисту від валютних ризиків укладанням додаткових строків угод за іноземною валютою, які в свою чергу можуть компенсувати ймовірні майбутні фінансові втрати за балансовими статтями в процесі зміни валютного курсу. Хеджування здебільшого здійснюють за допомогою операцій з валютними ф'ючерсами та опціонами, форвардними валютними контрактами, свопціонами, валютними своп-контрактами, а також різноманітних їх комбінацій типу подвійний форвард, валютний своп.

Великий спектр похідних фінансових інструментів на міжнародних ринках дозволяє банкам знаходити ефективні засоби проведення операцій з іноземною валютою, а також застосовувати досконаліші методи управління валютною позицією, для того аби знизити валютний ризик.

Вибір методу має бути аргументований обраною стратегією банку щодо управління валютним ризиком. Нижче наведено класифікацію стратегій банку в процесі управління валютним ризиком. В такому разі можна виділити три основні стратегії:

1. стратегія максимального прибутку (отримання прибутку в процесі зміни курсів валют);
2. стратегія валютного метчингу прибутку (вирівнювання валютної структури балансу);
3. стратегія комбінування прибутковості та ризикованості (банк отримує прибуток від зміни валютних курсів, але в свою чергу вживає значних заходів, щодо забезпечення себе від ризику втрати коштів).

Операції з іноземною валютою є невід'ємною частиною діяльності банківського сектору, тому створення механізмів покращання управління валютними ризиками являються основними перевагами, які потрібно застосовувати. За допомогою розроблених методів банки матимуть змогу значно ефективніше управляти ризиками, знижувати загрозу при їх виникненні, або взагалі знищити їх, що в свою чергу допоможе покращити фінансову стійкість банку.

**Новицкая В.Ф., студентка 4 курса,
Филиппова Т.В., ассистент кафедры менеджмента, м.э.н**
Учреждение образования Брестский государственный технический университет

БАНКОВСКАЯ СИСТЕМА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Банковская система подразумевает под собой функционирование банков и кредитных учреждений как единого денежно кредитного механизма. На ее развитие влияет законодательство, политика государства и межбанковская конкуренция. Сдерживающие факторы – значительный налоговый пресс на прибыль банков, нехватка ресурсов для успешного обслуживания операций, недостаток квалифицированных кадров.

Банковская система Беларуси двухуровневая:

- Центральный банк (Национальный банк Республики Беларусь);
- [Коммерческие банки](#) второго уровня.

Вне этой структуры инвестиционные, страховые, трастовые, пенсионные фонды и компании, а также ломбарды.

[Национальный банк Республики Беларусь \(НБ РБ\)](#) находится в собственности государства и действует в его интересах, поддерживая официальную экономическую политику Правительства. Каждые 3 месяца отчитывается перед государством.

Только НБ РБ вправе эмитировать денежные знаки и ценные бумаги. Именно эта функция стала отправной точкой для выстраивания двухуровневой системы. Требовалось выбрать субъект, который выпускал бы денежные знаки, законные на всей территории страны. Им стал центральный банк (в каждой стране свой). Он мог образоваться путем слияния крупных коммерческих банков (эволюционный путь) либо по указанию властей (революционный путь).

НБ РБ лицензирует банковскую деятельность, определяет требования к [банкам](#) (например, минимальный размер уставного фонда и капитала), ведет надзор за их деятельностью. Также обеспечивает нормальное проведение межбанковских расчетов, выполняет [инкассацию](#), доставляет в банки наличные денежные средства.

Еще одна функция – создание и выпуск памятных монет.

Круг обязанностей НБ РБ составляют:

- регулирование отношений в области кредитования;
- порядок денежных расчетов;
- эмиссия (выпуск) денег, их передача банкам и другим организациям;
- формирование и контроль [золотовалютных резервов](#);
- выдача банковским и небанковским организациям разрешений на занятие финансовой деятельностью;
- выдача кредитов иным банкам;
- решение проблем банковской системы РБ;
- другие вопросы функционирования, контроля и перспективного развития финансовой сферы.

Коммерческие банки второго уровня имеют целью получение прибыли. Ее они получают в виде процентов от сделок. Например, зарабатывают на разнице в курсах продажи и покупки валют, аккумулируют свободные сбережения, а потом предоставляют их во временное пользование нуждающимся.

Деятельность банков второго уровня это:

- прием денег на депозиты;
- выдача кредитов;
- [расчетно-кассовое обслуживание юридических и физических лиц](#);
- денежные переводы;
- гарантии и сопровождение сделок;
- эмиссия и обслуживание [банковских карт](#) и др.

Банки взимают деньги за хранение ценностей в ячейках депозитария, за ведения счетов юридических лиц. Еще один источник дохода появился вместе с пластиковыми картами: банки получают финансовые средства от клиентов за выпуск некоторых видов платежных карт и их обслуживание, за интернет- и мобильный банкинг, SMS-оповещения об операциях, выписки по картам, с нерезидентов – за пользование банкоматом.

Банки второго уровня обменивают валюту; ведут кассовое обслуживание; выполняют операции с ценными бумагами (в том числе выпускают и продают облигации); покупают, продают и обменивают драгоценные металлы, камни.

Секция 6. Развитие банковской системы в современных условиях хозяйствования

По состоянию на 1 января 2020 года действовало 27 банков и небанковских кредитно-финансовых организаций. Некоторые из них предлагают юридическим и физическим лицам полный спектр банковских операций, некоторые имеют конкретную специализацию, (пример - «Белинкасгруп», предприятие, предлагающее кассово-инкассаторские услуги).

Общую тенденцию изменений в банковской сфере Республики Беларусь за 2018-19 годы можно охарактеризовать как сдержанное развитие.

В течение 2017-19 годов Национальный банк Беларуси вел довольно жесткую эмиссионную политику, не допускал появления в экономике лишних денег, четко контролировал деятельность государственных и частных банков. Это позволило:

- удерживать на приемлемом уровне объем денежной массы и, соответственно, инфляцию;
- уменьшить суммарную величину «плохих» (невыгодных, рискованных) кредитов;
- уменьшить зависимость экономики от доллара и др. валют (такая зависимость обычно соответствует инфляционным ожиданиям);
- поддержать «здоровую» деловую активность, когда кредитные ресурсы идут в экономически обоснованные проекты.

Коммерческие банки Республики также продемонстрировали положительную динамику. Большая часть из них увеличила абсолютную и относительную прибыль в сравнении с прошлыми периодами.

Первая пятерка белорусских банков на 01.07.2020 по абсолютной прибыли выглядит так:

- [ОАО «АСБ Беларусбанк»](#) - 954 681 тыс. руб.;
- [ОАО «БПС-Сбербанк»](#) - 545 771 тыс. руб.;
- [ОАО «Приорбанк»](#) - 408 450 тыс. руб.;
- [ОАО «Банк Бел ВЭБ»](#) - 388 621 тыс. руб.;
- [ОАО «Белагропромбанк»](#) - 370 125 тыс. руб.

Все это крупные банки с полным спектром услуг, работающие со всеми категориями клиентов.

Показатель эффективного использования собственного капитала (ROE), т.е. его отношение к прибыли в %, формирует другой рейтинг:

- [ЗАО «МТБанк»](#) - 29,88 %;
- [ОАО «Приорбанк»](#) - 18,61 %;
- [ОАО «Банк Москва-Минск»](#) - 15,55 %;
- [ЗАО «Банк ВТБ \(Беларусь\)»](#) - 15,40 %;
- [ОАО «БПС-Сбербанк»](#) - 13,08 %.

В качестве общих тенденций следует упомянуть, что особое значение для экономики Беларуси имеют крупные государственные банки: ОАО «АСБ Беларусбанк» и ОАО «Белагропромбанк», а наибольшую скорость развития демонстрируют средние и небольшие банки, такие как ОАО «Приорбанк», ЗАО «МТБанк» и др.

С уверенностью прогнозировать дальнейшее развитие банковской системы Беларуси сложно. Сама по себе эта сфера демонстрирует рост эффективности, однако отечественные банки не «создают» деньги, как это происходит на мировых фондовых биржах, но обслуживают реальный сектор экономики, где существует немалое количество проблем.

Взгляд государства на стратегию развития банковской системы до 2020 года отражен в Постановлении Совета Министров и Национального банка № 229/6 от 29 марта 2017 года. Результатом запланированного развития должно стать:

- формирование банковской системы удовлетворяющей запросы клиентов без господдержки, на основе рыночного подхода;
 - построение сбалансированного финансового рынка, снижение рисков для всех его участников;
 - создание условия для выгодного сбережения средств преимущественно в национальной валюте.
- Все это должно стимулировать развитие национальной экономики и рост благосостояния.

Список используемых источников

1. Википедия – свободная энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Банковская> система. – Дата доступа: 03.11.2020.
2. Официальный сайт «myfin.by» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://myfin.by/wiki/term/bankovskaya-sistema-respubliki-belarus>. – Дата доступа: 03.11.2020.
3. Банковская система Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.nbrb.by. – Дата доступа: 03.11.2020.

ПРОБЛЕМНІ КРЕДИТИ БАНКУ: СУТНІСТЬ І ФАКТОРИ ВИНИКНЕННЯ

На сучасному етапі розвитку банківської системи, забезпечення якості кредитного портфеля банків набуває особливого значення в умовах, коли наслідки економічної кризи призвели до суттєвого погіршення кредитоспроможності позичальників. Недосконале управління кредитними коштами у банках і суттєве погіршення якості кредитних портфелів не тільки ускладнює подальшу кредитну діяльність банку, а й негативно впливає на фінансову стійкість банку, їх конкурентоспроможність та довіру до банківської системи країни.

Встановлено, що проблемна заборгованість банків не виникає несподівано, цьому передують визначені ознаки, сама ж категорія «проблемного кредиту» вимагає проведення комплексу заходів організаційного та адміністративно-правового характеру щодо повернення кредитних коштів з метою усунення можливих економічних збитків банку. Виникнення проблемної заборгованості сьогодні, зазвичай, зумовлено негативним впливом світової фінансової кризи і помилками в кредитній політиці банків та відсутністю бажання позичальників здійснювати платежі за кредитами. В такій ситуації, банки повинні власними силами вирішувати питання поверненості кредитів.

Проблемна заборгованість може виникати з різних причин. Ці причини (фактори) пропонуємо умовно поділити на декілька груп:

- зовнішні щодо банку та контрагентів фактори;
- внутрішньобанківські фактори;
- фактори, що пов'язані з діяльністю позичальника.

Фактори виникнення проблемної заборгованості в банківських установах перекликаються з факторами кредитних ризиків. І це не дивно, тому що проблемна заборгованість є основною причиною реалізації кредитного ризику. Управляти зовнішніми факторами практично неможливо, але завдяки професіональним діям керівників банку, можливо максимально знизити негативний вплив на діяльність банку. На відміну від зовнішніх, некерованих факторів, внутрішні цілком і повністю залежать від ведення кредитної діяльності та відображають ефективність кредитної політики банку.

Внутрішні фактори – це фактори, що відображають кредитну політику банку в цілому, а також недостатньо правильний аналіз, структурування кредитів і документацію за кредитами. До основних внутрішніх факторів, що впливає на величину і появу проблемних кредитів з боку банку, віднесемо:

- фактори, пов'язані з організацією та контролем за наданими кредитами (частота використання «експертних» оцінок, суб'єктивних суджень при прийнятті рішень за кредитами, надання завищених повноважень працівникам при прийнятті рішень, технологічна складність та обсяги моніторингу на одного співробітника);
- фактори, пов'язані з персоналом (відсутність, недостатність або неповнота наявних затверджених посадових інструкцій співробітників, низька кваліфікація або некомпетентність персоналу тощо);
- системно-технологічні фактори (низька ефективність систем, що забезпечують оцінку фінансового стану позичальника, недостатнє програмне забезпечення).

Крім того, слід зазначити групу зовнішніх факторів по відношенню як до банку, так і позичальника, які можуть викликати появу проблемних кредитів або сприяти погіршенню ситуації (зростання частки проблемних кредитів у портфелі банківських активів):

- діюча нормативно-правова база (наприклад, зміни в законодавстві, мають вплив на бізнес позичальника);
- економічна ситуація в країні (негативний вплив світової фінансової кризи);
- політична стабільність;
- природні катаклізми, стихійні лиха (фізичне знищення бізнесу позичальника, або неможливість здійснювати його в колишньому стані).

Також, на нашу думку, необхідно виділити причини неповернення кредитів саме фізичними особами, оскільки, в деяких випадках, вони можуть різнитися від загально прийнятих факторів. До них слід віднести:

- забування погасити кредит;
- невміння планувати власний бюджет, що спричинює затримки у погашенні позички;
- непередбачені обставини, які підвищують ризик зниження кредитоспроможності позичальника.

Можливість управління зовнішніми факторами знаходиться на мінімальному рівні, але завдяки своєчасним заходам банк може пом'якшити їх вплив та уникнути значних збитків.

Внутрішні фактори, пов'язані з діяльністю позичальника, які виявляють безпосередньо співробітники банку включають в себе: банкрутство позичальника в минулому; позичальник дуже квапиться отримати кредит; невідповідність інформації, що надається позичальником; зняття великих коштів з рахунку; позичальник чинить тиск на працівників кредитного відділу; фінансування поділено на надто малі суми; підозрілість позичальника; розмір кредиту більше, ніж надходження та активи позичальника; позичальник має слабкі місця у своїй діяльності чи знаходиться в залежності від певних факторів, які у разі порушення можуть негативно вплинути на діяльність.

Секція 6. Розвиток банківської системи в сучасних умовах господарювання

До внутрішніх факторів, пов'язаних з якістю продукту, що надається відноситься: надання кредиту, що не відповідає можливостям позичальника (наприклад, поступове збільшення ліміту на кредитній картці позичальника, який, скоріше за все, скориставшись такою сумою не зможе її погасити) та надання кредиту, що не відповідає можливостям та спеціалізації банку.

Фактори якості продукту можуть стати причиною того, що почнуться проблеми з позичальником і у банку виникне проблемний кредит.

До внутрішніх факторів, пов'язаних з помилками керівництва банку відносяться:

- переслідування (контроль) тактичних або стратегічних інтересів;
- керівництво банку не спроможне вживати негайних, необхідних заходів щодо управління кредитним портфелем з метою уникнення надто ризикової кредитної політики;
- кредитна політика банку є недостатньо розробленою і продуманою.

Внутрішні фактори пов'язані з помилками персоналу банку включають:

- неправильну оцінку ризиків, пов'язаних з позичальником;
- неякісну оцінку кредитоспроможності позичальника;
- помилки в оцінці забезпечення кредиту;
- неякісне структурування кредиту;
- необґрунтовано ліберальне ставлення до позичальника при розгляді кредитної заявки;
- надмірне самокредитування та кредитування інсайдерів;
- перевищення своїх повноважень і фінансові зловживання спеціалістами кредитного відділу банку;
- надання кредиту на спекулятивні цілі;
- відсутність перевірки гарантів та поручителів;
- надання кредитів без забезпечення;
- надання значних сум одному позичальнику або в одній галузі.

Серед методологічних чинників, що впливають на появу проблемних кредитів найвагомішими є: недосконалість внутрішніх методик банку по роботі з проблемними активами; низька якість розроблення етапів та процедур роботи банків з проблемними активами; недостатня автоматизація роботи менеджерів банків; некоректна або недостовірна оцінка стану активів банків; відсутність показників ефективності діяльності та нормативів щодо мотивації фахівців банків по роботі з проблемною заборгованістю; неточність якісних характеристик процесів управління ризиками та оцінки кількісних параметрів та ними.

Організаційні чинники, що впливають на появу проблемних кредитів:

- низький рівень пристосування організаційної структури та внутрішньобанківських процесів до роботи з проблемними активами;
- неоптимальна організаційна структура банківських відділів та служб зі стягнення проблемної заборгованості та відсутність у менеджерів знань і фахових навиків такої роботи;
- неефективний розподіл обов'язків та слабка взаємодія підрозділів;
- низький рівень організації роботи з управління проблемними активами.

Проблемні кредити зазвичай не виникають раптово. Про можливість виникнення проблем з погашенням наданого кредиту позичальником свідчить ряд ознак, які кваліфікований працівник банку може вчасно виявити та вжити заходи, що спрямовані на мінімізацію втрат від неповернення або невчасного повернення наданого кредиту. Чим раніше будуть виявлені факти погіршення фінансового стану позичальника чи інших ознак проблемності кредиту, тим простішим буде шлях виходу із небажаної для всіх ситуації.

Про можливість виникнення проблемного кредиту говорить і рівень ризику кредиту. Процедура визначення показника ризику за кредитом наведена в Постанові Правління Національного Банку України «Про затвердження Положення про порядок формування та використання банками України резервів для відшкодування можливих втрат за активними банківськими операціями» № 23 від 25.01.2012 р.

Відповідно до цієї Постанови визначення показника ризику за кредитом складається з таких етапів:

Банк здійснює оцінку фінансового стану боржника (для юридичної особи це відбувається шляхом розрахунку інтегрального показника фінансового стану).

Банк визначає клас боржника. Для юридичної особи – залежно від значення інтегрального показника (таких класів існує дев'ять), для фізичної особи – на підставі результатів оцінки його фінансового стану (клас А – фінансовий стан добрий, Б – задовільний, В – незадовільний, Г – критичний).

Банк здійснює оцінку стану обслуговування боргу боржником – юридичною чи фізичною особою на підставі кількості календарних днів прострочення погашення боргу

Отже, фактори, що мають зовнішній характер, пов'язані з можливістю виникнення проблемних кредитів через події, які не залежать від діяльності та заходів банку. Проте, фактори, які мають внутрішній характер, пов'язані саме з помилками персоналу, організацією кредитної діяльності банку, методами оцінки ризику в банку та ефективністю кредитної політики, тому від управління внутрішніми факторами залежить успішна діяльність банку при наданні кредитів.

**Петрук А.О., аспірант кафедри фінансів та кредиту
Науковий керівник – д.е.н., проф. Петрук О.М.
Державний університет «Житомирська політехніка»**

НЕОБХІДНІСТЬ ТА ПРАКТИКА ЗАПРОВАДЖЕННЯ ВАЛЮТНИХ ТА ПРОЦЕНТНИХ СВОПІВ В УКРАЇНІ

Економічна криза в Україні, яка почалася в 2014 році стала поштовхом до швидкого знецінення національної валюти України. Внаслідок девальвації української гривні інфляція в країні досягла 43,3 % у 2015 р., що в свою чергу сприяло збільшенню заборгованості (в іноземній валюті) приватних підприємств. Через ці події кількість непрацюючих кредитів в банківській системі істотно зросла, що призвело до збитковості. З метою стабілізації української гривні та збільшення контролю центрального банку над міжбанківським валютним ринком, було розроблено «Стратегію монетарної політики на 2016–2020 рр.», затверджену Постановою Правління НБУ №541 «Про основні засади грошово-кредитної політики на 2016–2020 роки» від 18.08.2015. НБУ ввів ряд адміністративних обмежень та застосував нові інструменти стабілізації обмінного курсу української гривні, одним з яких стали валютні інтервенції.

В «Основних засадах грошово-кредитної політики на 2016–2020 роки», які передбачали перехід на режим плаваючого обмінного курсу, було зазначено, що у разі потреби НБУ здійснюватиме інтервенції на валютному ринку з метою поповнення міжнародних резервів або для запобігання надмірним коливанням валютного курсу. Таким чином, цей механізм став дієвим інструментом НБУ, що безпосередньо впливає на ліквідність міжбанківського валютного ринку та динаміку вартості національної грошової одиниці.

3 7 лютого 2019 року Національний банк України оголосив про наміри проводити валютні інтервенції на умовах «своп», тобто з зобов'язанням зворотного продажу валют. До нововведень операції «своп» використовувалися лише з метою регулювання ліквідності банківської системи — такі операції проводилися тільки шляхом купівлі Нацбанком валюти у банків.

Валютні інтервенції на умовах «своп» проводяться у форматах:

- гривня/іноземна валюта;
- іноземна валюта/іноземна валюта.

Основними формами проведення валютних інтервенцій на умовах «своп» є:

- для формату «гривня/іноземна валюта» – проводяться у формі валютного аукціону, за єдиним курсом або за найкращим курсом.
- водночас для формату «іноземна валюта/іноземна валюта» – можуть проводитися лише у формі за єдиним курсом.

Валютні інтервенції на умовах «своп» покликані виконувати наступні завдання:

- сприяти згладжуванню коливань на валютному ринку, які можуть бути наслідком тимчасових диспропорцій у структурі валютної ліквідності банків;
- допомогти ефективно впливати на загальний попит та пропозицію грошей в Україні і, відповідно, сприяти виконанню головного завдання Нацбанку – забезпечувати цінову стабільність.

НБУ за потреби використовуватиме цей інструмент для згладжування як актуальних, так і потенційних коливань на валютному ринку. Крім того, валютні інтервенції на умовах «своп» допоможуть забезпечити цінову стабільність, зокрема, шляхом досягнення середньострокової цілі зі зниження інфляції до 5 % +/- 1 в. п. у середньостроковій перспективі. Валютні інтервенції на умовах «своп» можуть здійснюватися як з долларом США, так і з іншими валютами, в яких формуються міжнародні резерви. Утім, з огляду на стан валютного ринку та структуру валютної ліквідності в банківській системі найбільш затребуваними можуть бути інтервенції з використанням долару США та євро.

Національний банк також затвердив єдиний принцип ціноутворення за такими операціями. Передбачається, що показник, який відображає різницю між процентними ставками під час купівлі валюти Національним банком у банків на умовах «своп», не може бути меншим за різницю облікової ставки +2 в. п. і ставки Libor -1 в. п. Натомість під час продажу валюти Національним банком цей показник не може бути більшим за різницю облікової ставки -2 в. п. і ставки Libor +1 в. п. Для цих розрахунків береться ставка Libor за відповідною іноземною валютою, встановлена того робочого дня, що передує дню укладання угоди. Якщо угода «своп» укладається на строк до 7 днів включно, то для розрахунку беруться ставки Libor на 7 днів. Якщо угода «своп» укладається на більший строк, то для розрахунку беруться ставки Libor на 1 місяць. У сучасних макроекономічних українських реаліях валютні інтервенції на умовах «своп» є відносно новим важливим інструментом НБУ, що безпосередньо впливає на ліквідність міжбанківського валютного ринку та динаміку вартості національної грошової одиниці.

Національний банк України сприяє розвитку фінансових ринків для поглиблення механізму монетарної трансмісії та здійснює підтримку процесів економічного розвитку через розвиток ринку похідних фінансових

інструментів (деривативів). Постановою від 28.05.2020 № 67 було затверджено Положення про проведення Національним банком України на міжбанківському ринку операцій своп процентної ставки.

Своп процентної ставки (IRS) – це новий інструмент, який дає можливість банкам хеджувати, тобто зменшувати, їхні процентні ризики. Своп процентної ставки дозволяє банкам застрахуватися від змін вартості ресурсів шляхом фіксації ставки за кредитами на тривалий період на одному рівні. Таким чином, це сприятиме розгортанню довгострокового кредитування у гривні. На сьогоднішній день в Україні склалась така ситуація, що довгострокові кредити є важко доступними з огляду на кредитні ризики та занадто дорогими з огляду на вартість ресурсів. Банки як правило залучають депозити на короткі строки до одного року порівняно з необхідними довгостроковими кредитами на 3, 5 і навіть 10 років. Тому у банків завжди є ризик зміни вартості залучених ресурсів. Ставки за депозитами постійно змінюється, проте кредити видаються на більш тривалий період з фіксованою ставкою. Операції своп дають можливість уникнути цих ризиків.

Для цього Національний банк розширив периметр завдань, визначених Положенням про основи процентної політики Національного банку. Відтепер завдання процентної політики буде полягати не лише в утриманні на певному рівні короткострокових ставок міжбанківського ринку (що є першою ланкою процентного каналу монетарного трансмісійного механізму), а й посилення дієвості тих ланок трансмісійного механізму, які забезпечують вплив короткострокових ставок на вартість довгострокових фінансових інструментів.

Мета здійснення операцій IRS НБУ з банками:

- посилення монетарної трансмісії через забезпечення більш тісного зв'язку між ставками за короткостроковими фінансовими інструментами;
- сприяння довгостроковому кредитуванню через зниження процентного ризику.

Основним завданням, яке намагається вирішити НБУ при здійсненні операцій своп процентної ставки з банками є запуск ринку IRS. Під запуском ринку мається на увазі ситуація, коли залишок угод IRS між банками (без угод з НБУ) $\geq 5\%$ від портфелю кредитів банків в гривні, наданих юридичним та фізичним особам.

Запровадження нового інструменту спрямоване на отримання позитивного ефекту одразу в декількох напрямках. По-перше, використання процентного свопу з банками посилить дієвість монетарної політики Національного банку. Важливою складовою механізму ціноутворення за цим інструментом є рівень короткострокових ставок міжбанківського ринку, які корелюють з обліковою ставкою Національного банку. Тож банки, які укладатимуть процентні свопи, матимуть додатковий стимул корегувати власні процентні політики відповідно до динаміки облікової ставки. По-друге, поштовх для запуску ринку процентних свопів, яким може стати участь Національного банку у таких операціях, дасть змогу банкам знижувати власні процентні ризики.

Нацбанк проводить операції своп процентної ставки з банками шляхом оголошення аукціонів за допомогою власного програмно-технологічного забезпечення або з використанням електронних торговельних систем. Також визначає періодичність, строк, мінімальний/максимальний рівень граничної ставки, обсяги проведення операцій своп процентної ставки та додаткові умови щодо проведення операцій своп процентної ставки після розгляду зазначеного питання Комітетом з монетарної політики, Правлінням Нацбанку. Для проведення операцій своп процентної ставки від банку вимагається укладення із Нацбанком Генерального договору про проведення таких операцій, а також сформований банком гарантійний фонд, який має забезпечувати всі операції своп процентної ставки, включаючи всі надані заявки.

Національний банк надав можливість перевірити комерційним банкам операції своп. Починаючи з липня 2012 року він провів декілька аукціонів строком від двох до трьох років, де загальний обсяг операцій склав близько 8,5 мільярдів гривень. Проте, ще після завершення перших аукціонів дієвість нового інструменту поживлення довгострокового кредитування піддалася критиці. Деякі науковці вважають, що зважаючи на реальні, банки з більшою ймовірністю спрямують отримані кошти в державні облігації, ніж у кредити, а шляхи поживлення кредитування реального сектору Національному банку варто шукати не в деривативах, а у пом'якшенні власних вимог до оцінки банками розміру кредитного ризику за активними операціями – зокрема, через зниження коефіцієнтів ймовірності дефолту боржника.

Тим не менш, використання деривативів з метою хеджування ризиків залишається раціональним рішенням і виправдовує існування таких інструментів. За останні роки регулятором було введено нові для України підвиди похідних фінансових інструментів, а саме валютні та процентні свопи. Таким чином, НБУ очікує, що валютні інтервенції на умовах «своп» сприятимуть згладжуванню коливань на валютному ринку, та допоможуть забезпечити цінову стабільність, а запровадження процентного свопу сприятиме розгортанню кредитних програм для розвитку бізнесу населення, а також сприятиме збалансуванню процентних ставок в економіці.

**Prystupa L. Candidate of Science (Economics),
Associate Professor, Department of Finance, Banking and Insurance
Khmelnitskyi National University**

Conceptual framework of financial security management of domestic banks in the current economic conditions

Ensuring the financial security of domestic banks is an important task of the current stage of development of the banking system of Ukraine and a necessary condition for its further strengthening as a strategic component of the national economy. It is the level of development of the banking system, its resource potential, reliability and the appropriate level of solvency that determines the provision of financial resources for all sectors of the economy. Financial instability and a dynamic operating environment necessitate a systematic approach to managing the bank's financial security, the need to use new concepts and methodological approaches to valuation and collateral conditions.

Analytical generalization of scientists' views on the nature of the concept of "bank security" indicates a general basic concept, ie the security of the bank, as well as any other security entity (person, business entity, region, state), is assessed by a certain indicator, level, which reflects the stable, safe state of this subject, which is not threatened. Thus, the security of the bank is a state of protection from threats, and the stability of the bank, which ensures the achievement of the main objectives of its activities, and such conditions of the bank, under which any threats are prevented, rejected and can't arise. At the same time, the security of the bank as a phenomenon cannot be a system of measures, as ensuring the stability of the bank involves the development of measures to strengthen the security of the bank. Thus, the "security of banks" should be understood as a state of life of the bank, which ensures its stability and competitiveness, prevention of possible risks and protection from existing internal and external threats, the achievement of key objectives.

An important component of the bank's economic security, which determines its key positions, is financial security, which reflects the performance of all other components and is responsible for increasing the financial capacity of the bank and its efficiency, as well as early detection of threats and development of measures to eliminate them. Based on the analysis of the content of interpretations of the essence of "financial security of the bank", we can identify the dominants of financial security of the banking institution, which are related to the key characteristics of the bank and its activities: ensuring financial balance (financial condition of the bank); promoting the efficiency of the bank (competitiveness of the bank); providing opportunities in the early stages of identifying problem areas (financial stability of the bank); crisis neutralization and bankruptcy prevention (financial stability of the bank). The main formative factors of the bank's financial security, which require constant management influence are the security of activities, which is formed in accordance with the quality and effectiveness of various banking operations and resource security, which includes material, human, financial and information resources.

Given the current state and planned tasks and priorities, the key areas of managerial influence on the financial security of the bank are: financial management; personnel Management; risk management; information management; banking marketing; crisis management.

The system of financial security should be unique in each bank, as it depends on the direction of the bank's activities, sales of relevant banking products and services to individual consumers. Only the complexity of the coherence of the bank's financial security system can ensure the reliability of its security. The formation of the management system in the field of financial security of the bank is carried out on the basis of the goal. Scientists formulate the purpose of managing the financial security of the bank in different ways: first, it is to achieve maximum stability, as well as creating a basis and prospects for growth, regardless of objective and subjective threatening factors; secondly, it is the elimination of the possibility of harm to the bank or loss of profits, ensuring its sustainable and most effective operation at the moment and the accumulation of sufficient potential for development and growth in the future, quality implementation of operations and agreements; third, continuous and sustained maintenance of a state characterized by balance and resilience to external and internal threats. Therefore, an effective financial security management policy of the bank should aim at an action plan to ensure stable indicators of the financial condition of the bank in both current and future periods, and eliminate the possibility of external and internal threats to its security.

The bank's financial security management mechanism is not a static entity, but is constantly evolving. Therefore, it is necessary to take into account the specific economic conditions in which the bank operates and, in accordance with changes in the economic environment, to make adjustments, to carry out the necessary adaptation measures. The effectiveness of the functioning of this mechanism as a system also depends on the degree of ordering of its elements, their interaction and focus on achieving the main goal.

For banking institutions in Ukraine, the issue of finding new means of ensuring financial security is relevant, in particular through the development and implementation of financial innovations, which takes place in the context of financial engineering. Financial engineering is the process of developing and applying innovative mechanisms, tools, technologies and solutions in the field of finance to solve problems in the financial management system in order to achieve specific financial goals, including ensuring its financial security.

In the organizational aspect, the management of financial security of the bank is closely related to the risk management system in the current banking operations. The risk aspect of financial security is related to the fact that security and risk are interrelated categories. The higher the level of financial security, the more simplified the model of risk management, and vice versa, procrastination of financial security issues increases the likelihood of negative consequences associated with excessive risks. Minimizing losses through effective risk management is associated with a more global task of maintaining ownership control and increasing the capital base, which in turn is associated with specific activities to protect the interests of shareholders of the banking institution - financial security in this aspect is the corporate security of the bank. Protecting the interests of shareholders from the illegal takeover of the bank, the withdrawal of its assets, fictitious bankruptcy, non-market competition and other criminal threats is an important task of corporate governance aimed at business growth. Significant damage to capitalization is caused by an inefficient management system, abuse of office by the top management of the banking institution. Opposition to these internal and external threats to the sustainable development of the banking institution and the growth of its value is an important condition for corporate security, which is a key component of the overall financial security of the bank.

In general, the financial security management system should be integrated into the overall management system of the bank, which will allow constant control over the risk environment of the bank and make timely and sound decisions to ensure stable, crisis-free and efficient operation of the bank.

The components of the implementation of financial security management of the bank are financial management tools, namely management functions, the implementation of which creates the preconditions for the formation and use of the bank's resource base (economic component) by security entities (organizational component) so that the level of financial security is high. Based on the research, we consider it appropriate to divide the functions of financial security management of the bank into two groups: functions that will ensure the development of measures to ensure financial security (analysis (diagnosis), planning (forecasting), organization), and functions aimed at implementing measures regarding its provision (motivation (stimulation) of regulation, control and controlling).

Banks are characterized by a high degree of dependence on trends in the domestic and world economic space. Such features of activity determine the presence of permanent factors of the crisis, while the reasons that cause the aggravation of contradictions have a time frame. The crisis is an exacerbation of internal contradictions in the bank (or banking system), which leads to a deterioration in the performance of important functions by banking institutions, threatening their stability and reliability. Awareness of the factors and causes of crises, understanding the mechanisms of their development create real opportunities for the implementation of state anti-crisis regulation and anti-crisis management in relation to a particular bank. Therefore, today for Ukraine prevention and overcoming at various stages of the crisis in the economy is a priority. The consequences of the current financial and economic crisis in Ukraine have affected the level of security of the banking system due to the following financial threats: insufficient level of bank capitalization, instability of the deposit base, inability of banks to meet their current obligations and deteriorating loan portfolio. The inability to neutralize risks, as well as the lack of resource base is the main reason for the decrease in the number of banks in the domestic banking system

Ensuring the security of banks in Ukraine should be carried out at two levels: at the level of an individual bank based on the implementation of banking management measures and at the level of the banking system based on the implementation of state measures to protect the interests of the bank (banking system as a whole) from internal and external threats. Among the measures for the average level of financial security of banks should be mentioned: strengthening state regulation of the banking sector, improving the methodological framework for assessing the level of financial security of the bank; strengthening the position of state-owned banks in implementing the country's economic development strategy; bringing the activities of domestic banks closer to international standards, improving the efficiency and financial stability of banks by improving the quality of corporate governance.

В.Ю. Приходько, магістрант кафедри фінансів і кредиту
Науковий керівник – к.е.н., доц. Литвинчук І.В.
Державний університет «Житомирська політехніка»

ТЕНДЕНЦІЇ ФОРМУВАННЯ КАПІТАЛУ У БАНКІВСЬКОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ

Банківський сектор є невід’ємним елементом економічної системи держави, при цьому його стабільне функціонування створює необхідні передумови для забезпечення соціально-економічного прогресу будь-якого суспільства. Розвиток вітчизняного банківського сектору характеризується посилення інтеграційних процесів та активним впровадженням нових інформаційних технологій, в той же час подальший його поступ обмежено нерозвиненістю фінансового ринку в цілому, нарощенням дисбалансів у сфері міжнародних та публічних фінансів та погіршенням епідеміологічної ситуації в світі. Наслідком цього є посилення фінансових ризиків та нестабільності як у банківській сфері, так і в економіці в цілому. З огляду на виникає необхідність переосмислення основ функціонування та регулювання банківського сектору для забезпечення економічного зростання.

Криза, що розгортається від середини березня 2020 р., зачепила всі країни світу та їхні фінансові сфери. Пандемія матиме довгостроковий ефект на кредитний портфель банків та їх бізнес-моделі через погіршення платоспроможності позичальників. В той же час ця криза є іспитом на ефективність нової моделі банківського регулювання, яка впроваджувалася на міжнародному рівні після 2009 року, а в Україні – після 2016 року. За кілька років дії центрального баку із впровадження міжнародно визнаних вимог до капіталу та ліквідності, регулярного стрес-тестування, ризикоорієнтованого наглядового підходу та спонукання банків до формування запасу міцності у сприятливі часи дали свої позитивні результати.

Відповідно до офіційних даних Національного банку України динаміка капіталу та зобов’язань банків була наступна: капітали банків на 01.01.2020 р. порівняно з 01.01.2018 р. зросли на 38813 млн грн., тобто на 24,09 %, при цьому статутні капітали знизились на 24665 млн грн., тобто на 4,98 % (тобто зростання власних джерел відбувалось за рахунок нерозподіленого прибутку або додаткового капіталу); зобов’язання банків на 01.01.2020 р. порівняно з 01.01.2018 р. зросли на 120654 млн грн., тобто на 10,29 %. При цьому частка капіталу у пасивах на 01.01.2020 р. порівняно з 01.01.2018 р. зросла з 12,08% до 13,39% на 1,31 п.с., а частка зобов’язань знизилась з 87,92% до 86,61% на 1,31 п.с., що свідчить про зростання ролі власних джерел формування фінансових ресурсів у банківській системі.

Результати статистичного аналізу власного капіталу банківського сектору у 2017-2019 рр. представлені в таблиці 1. свідчать про зростання середнього та медіанного значень власного капіталу банків.

Таблиця 1.

Статистичний аналіз власного капіталу банківського сектору у 2017-2019 рр., тис. грн.

Показник	01.01.2018	01.01.2019	01.01.2020
Середнє значення	1 873 375	2 085 466	2 665 608
Медіана	340 978	424 600	426 971
Стандартне відхилення	4 778 302	4 546 917	6 969 517
Мінімум	-3 959 527	72 102	159 008
Максимум	31 419 186	31 462 233	54 528 931

Джерело: дані Національного банку України

Слід звернути увагу і на рівень концентрації власного капіталу у банківському секторі. Так станом 01.01.2020 р. на 3 найбільших банки (АТ КБ «ПриватБанк», АТ «Ощадбанк» та АТ «Райффайзен Банк Аваль») припадало 43,57 % всіх власних фінансових ресурсів сектору. ТОП5, що окрім перерахованих банків включають також АТ «ПУМБ» та АТ «Укрексімбанк», контролюють 52,56 % всього власного капіталу, а перша десятка, що також включає АТ «АЛЬФА-БАНК», АТ «СБЕРБАНК», АБ «УКРГАЗБАНК», АТ «ОТП БАНК» та АТ «УКРСИББАНК», забезпечує майже три чверті всього власного капіталу.

При цьому слід звернути увагу є виконання банківськими установами нормативу достатності (адекватності) регулятивного капіталу, що відображає здатність банків своєчасно та в повному обсязі розрахуватися за своїми зобов’язаннями, що впливають із торговельних, кредитних або інших операцій грошового характеру. Зростання значення даного нормативу свідчить про те збільшення частки ризиків, що їх беруть на себе власники банку. При цьому фактичні значення перевищували нормативний поріг у 10 %.

Соловей Д.Э, студентка 4 курса
научный руководитель Филиппова Т.В
ассистент кафедры менеджмента, м.э.н

Учреждение образования Брестский государственный технический университет

РАЗВИТИЕ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

Банковская система Республики Беларусь – составная часть финансово-кредитной системы Республики Беларусь.

В Республике Беларусь действует двухуровневая банковская система.

Основными направлениями развития банковской системы, согласно Постановления Совета Министров РБ и Национального Банка РБ являются:

✓ расширение спектра банковских услуг и повышение их качества, внедрение современных стратегий продаж банковских услуг на розничном и корпоративном сегментах банковского рынка, в том числе развитие инвестиционного банкинга;

✓ привлечение ресурсов в банковскую систему из различных источников с учетом необходимости обеспечения сбалансированности активов и пассивов по срокам, в первую очередь за счет привлечения вкладов (депозитов) юридических и физических лиц на долгосрочной основе, а также за счет привлечения банками средств нерезидентов;

✓ расширение спектра банковских услуг, предоставляемых малому и среднему бизнесу, как в части финансирования, так и в части предоставления информационно-консультационных услуг;

✓ сохранение универсальных банков как институциональной основы банковской системы;

✓ совершенствование институциональной структуры банковской системы за счет снижения концентрации капитала, привлечения частных инвесторов, оптимизации филиальной сети банков, развития банковской инфраструктуры;

✓ снижение доли государства в уставных фондах банков вплоть до полного выхода из состава акционеров (участников) отдельных банков путем продажи стратегическим инвесторам акций (долей в уставных фондах);

✓ формирование и поддержание в банковской системе полноценной конкурентной среды за счет ликвидации преференций, обеспечения равных условий деятельности банков независимо от доли собственности государства в их уставных фондах, участия иностранных инвесторов или государства в капитале банков, сокращения директивного кредитования, ввода института платежных агрегатов;

✓ улучшение качества разработки и реализации банковских бизнес-процессов, позволяющих быстро и эффективно создавать и адаптировать новые финансовые продукты и технологии предоставления услуг потребителям;

✓ изменение бизнес-моделей банков и повышение качества корпоративного управления до уровня, соответствующего международным стандартам;

✓ исключение конфликта интересов в деятельности наблюдательных советов государственных банков;

✓ планомерное сокращение участия банков в директивном кредитовании и замещение этой деятельности доступными продуктами и услугами, основанными на рыночных механизмах и ориентированными на удовлетворение потребностей экономики и населения;

✓ участие банков в реализации инвестиционных проектов на принципах государственно-частного партнерства, разработка механизмов эффективного распределения рисков и ответственности между всеми участниками (бизнес, государство, банки);

✓ совершенствование систем внутреннего контроля и управления рисками, адекватных характеру совершаемых банками операций;

✓ улучшение качественных параметров деятельности банков, обеспечивающих способность противостоять внутреннему и внешнему дестабилизирующему воздействию и адекватно выполнять свои функции в экономике, в том числе улучшение качества собственного капитала банков, оптимизация их активов и обязательств;

✓ оптимизация капитальных и текущих затрат банков;

✓ совершенствование пруденциальных требований и надзорных процедур на всех уровнях надзорного процесса за счет внедрения международных стандартов, развития методов надзора, ориентированного на оценку и ограничение рисков, а также методов надзора за банковской деятельностью на консолидированной основе, повышение требований к допуску на рынок банковских услуг;

✓ минимизация влияния регулятивного воздействия на ценовую конкуренцию в банковской системе.

Литература

1. Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://pravo.by/upload/docs/op/C21700229_1491512400.pdf. – Дата доступа: 05.11.2020

Фісюк Е. В., група ФМД-20-1
Науковий керівник:
Коваленко Ю. М.,
д.е.н., професор кафедри фінансових ринків
Університет державної фіскальної служби України

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ В УКРАЇНІ

Надійна банківська система є важливою умовою забезпечення фінансової стабільності держави, сталого економічного розвитку та загального добробуту, оскільки вона забезпечує рух фінансових ресурсів, без яких функціонування ринкового господарства неможливе. Виступаючи посередниками у перерозподілі капіталів шляхом трансформації тимчасово вільних коштів у інвестиції, банки істотно підвищують загальну ефективність виробництва. Фінанси банківських установ повинні сприяти мобілізації достатнього обсягу фінансових ресурсів, отриманню доходів, здійсненню обґрунтованих витрат, що є необхідною умовою стабільної діяльності банку.

Дослідження різних аспектів діяльності банківської системи привертають увагу багатьох вітчизняних і зарубіжних науковців та практиків, що пояснюється розширенням спектру, оновленням і модернізацією банківської діяльності. Теоретичним та методологічним проблемам вивчення місця і ролі ринку банківських послуг у фінансовій системі присвячено праці провідних учених в галузі економічної теорії, банківської справи, фінансового менеджменту, маркетингу. Вітчизняними авторами цих досліджень є такі науковці: А. Андреев, М. Алексеєнко, О. Васюренко, В. Вітлінський, Д. Гладких, У. Гулієв, О. Дзюблук, О. Євтух, Ю. Заруба, О. Кириченко, А. Мороз, О. Олійник, Л. Примостка, М. Реверчук, М. Савлук, Н. Швець, О. Шевцова та інші. Однак, зазначені науковці досліджували окремі аспекти функціонування ринку банківських послуг, що не давало повного уявлення про проблеми та перспективи його розвитку.

Метою дослідження є визначення особливостей банківської системи України та тенденцій її подальшого розвитку.

Сучасний етап розвитку України характеризується гострою необхідністю створення цілісної програми соціально-економічного розвитку суспільства, а також забезпечення необхідних умов реальних перетворень фінансової, кредитної та грошової систем, адаптації їх до специфіки ринкових відносин. При цьому у сфері фінансового забезпечення економічної реформи подальшого вдосконалення потребує і банківська діяльність.

Банківська система є однією із важливих та невід'ємних складових сучасної ринкової економіки. Тому на сьогодні зростає інтерес до різних аспектів діяльності банків та методів управління ними. Банківські послуги активно впливають на розвиток економіки України як на макро-, так і на мікрорівні [1, С.19].

По-перше, банківська послуга є одним із дійових факторів інтенсифікації відтворюваного процесу в цілому і такої його складової, як обмін, зокрема. По-друге, банківські послуги відіграють значну роль у задоволенні потреб населення, підвищенні його життєвого рівня шляхом надання споживчих кредитів і впливу на розвиток малого бізнесу.

Розглянемо динаміку зміни кількості банків України за 2015-2019 роки.



Рис.1 – Динаміка зміни кількості банків України за 2015-2019 роки

Побудовано автором на основі джерел [2].

Згідно наведених даних можемо зробити такі висновки:

- протягом проаналізованого періоду, а саме протягом 2015-2019 років, було виявлено тенденцію до зменшення кількості діючих банків України. Наприклад, у 2019 році кількість діючих банків становила 75, в той час коли у 2015 році їхня кількість була 117;
- щодо кількості банків з іноземним капіталом, спостерігаємо поступове зменшення за останні 5 років, адже у 2019 році їхня кількість становила на 6 менше ніж у 2015 році;
- кількість банків із 100% іноземним капіталом за 2015-2019 роки збільшилась на 6 у 2019 році порівняно з 2015 роком;

Таким чином, до зменшення кількості банків в Україні призвела програма реформ оздоровлення банківської системи України, запропонована Національним банком України.

Проаналізуємо рейтинг 10 найнадійніших банків України за 2019 рік складеного на базі офіційної статистики наданої Національним банком України:

1. Райффайзен Банк Аваль;
2. Укрсиббанк;
3. Креді Агріколь Банк;
4. ОТП Банк;
5. Прокредит Банк;
6. Кредобанк;
7. Приватбанк;
8. ПУМБ;
9. Укргазбанк;
10. Ощадбанк.

При складанні рейтингу найбільших українських банків враховувалася здатність банку без затримки повернути депозити, якщо у нього з'являться фінансові проблеми або проблеми з погашення кредитів і зростанні заборгованості клієнтів, а також рівень підтримки акціонерів і держави [3].

Таким чином, великі іноземні банківські групи поки що зарекомендували себе найкращим чином на українському ринку.

Дослідження сучасного стану функціонування банківської системи України показало, що вона протягом останніх років перебуває у стані затяжної кризи, ступінь впливу якої визначається системою факторів, основними серед яких є: військово-політична нестабільність, загальноекономічна дестабілізація, невисокий рівень капіталізації банків, зниження банківської ліквідності, слабка диференціація банківських послуг, загрозливий вплив тіньової економіки, значна економічна та географічна концентрація, зниження довіри населення до банківського сектору та продуктів, що пропонують його суб'єкти, суттєві частки проблемних активів на балансі банків, низький рівень ризик менеджменту банків, недосконала система захисту депозитних вкладів тощо.

Отже, на основі вищесказаного можна зробити висновок, що задля мінімізації кризових ситуацій в банківській сфері необхідно прийняти низку заходів впливу, які б забезпечили достатній рівень ліквідності банківської системи та допомогли уникнути дисбалансів банківського сектору. Важливими мають стати заходи із внесення законодавчих змін щодо зміцнення банківської системи України. «Наразі назріває необхідність повороту від архаїчного зміцнення держави як верховного суб'єкта, що протистоїть ринку капіталу як об'єкту управління, до виконання нею, передусім, координуючих і соціальних функцій. Решта функцій держави у процесі ринкової трансформації має переходити до інших виразників національних інтересів у фінансовому секторі, тобто до структур, які самоорганізуються і працюють у діалоговому режимі як по горизонталі, так і по вертикалі, як усередині країни, так і за її межами» [4, С. 119]. Важлив є також розширення інвестиційних процесів в Україні, спрямованих на подальший розвиток банківської системи [5], а також зниження ризиків банківської діяльності [6].

Список використаних джерел:

1. Шірінян, А. С., Шірінян Л. В. Конкурентоспроможність ринку банківських послуг України: фактор суперництва, тенденції та результати. *Економіка України*. 2019. № 6 (691). С. 18–38.
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Офіційний сайт Національного банку України. URL: <https://bank.gov.ua>
4. Коваленко Ю. М. Підвищення конкурентоспроможності банків в Україні: чинники інституційного впливу. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія "Економічні науки"*. 2017. № 2(80). С. 112 – 121.
5. Пересада А. А. Інвестиційний аналіз: підручник / А. А. Пересада, Т. В. Майорова, С. В. Онікієнко, Ю. М. Коваленко, С. В. Урванцева. К.: ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана. 2-ге вид перероб. Та доповн. К., 2008. 544 с.
6. Kvasnytska R., Matviichuk L., Dotsenko I., Kovalenko, Yu. Indicative Express-Estimation of Financial Security of Banking Activity. *Advances in Economics, Business and Management Research*. Vol. 95 P. 308–313.

О.Ю. Фурман, магістрант,
II курсу, гр. ЗФБС-19-1м, ФБСО
Науковий керівник – к.е.н., доц. Литвинчук І.В.
Державний університет «Житомирська політехніка»

НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ БАНКІВ В УКРАЇНІ

Особливістю діяльності банків є високий ступінь ризикованості, тому будь-яка управлінська помилка загрожує втратою ліквідності, платоспроможності і в кінцевому рахунку – банкрутством. Банківський ризик – це ймовірність того, що події, очікувані або неочікувані, можуть мати негативний вплив на капітал та/або надходження банку. Ефективність управління ризиками є фундаментальною для будь-якого суб'єкта господарювання, але особливо важливою для банку. Вдосконалення управління ризиками сприяє підвищенню фінансової стійкості та безпеки банку. Управління ризиками – це процес, за допомогою якого банк виявляє (ідентифікує) ризики, проводить оцінку їх величини, здійснює їх моніторинг і контролює свої ризикові позиції, а також враховує взаємозв'язки між різними категоріями (видами) ризиків [2].

Вдосконалення управління ризиками банку – це використання сукупності методів, прийомів і заходів направлених на своєчасне прогнозування ризиків, визначення їхніх ймовірних розмірів і наслідків з метою запобігання чи мінімізації пов'язаних з ними втрат. На державному (макрорівні) вдосконалення управління ризиками банківської системи відбувається шляхом створення відповідної законодавчої та нормативної бази. На рівні банку (мікрорівні) вдосконалення управління ризиками спрямоване на підвищення ефективності діяльності банку і на запобігання або зниження ризику втрат. Сукупність взаємопов'язаних і взаємозалежних елементів, що беруть участь в управлінні ризиками, утворюють систему управління ризиками банку. Основними елементами такої системи є: суб'єкти управління, об'єкти управління, принципи, функції, методи, управлінські рішення (рис. 1) [1].



Рис. 1. Системи управління банківськими ризиками [1]

Отже, можемо зробити висновок, що напрямки вдосконалення нагляду за вітчизняними системами управління операційно-технологічним ризиком банків України ми пропонуємо запроваджувати в банках самоаналіз за спеціально розробленими анкетами, що дозволить комплексно оцінити ефективність існуючої в банку системи управління та виявити суттєві недоліки в ній з тим, щоб виробити дієві пропозиції нагляду в напрямку поліпшення існуючої в банку системи управління операційно-технологічним ризиком.

Список використаних літературних джерел:

1. Кльоба Л.Г. Напрями вдосконалення управління банківськими ризиками. Економіка та держава №6. 2017. С. 80-85
2. Скачко О.І. Удосконалення системи управління ризиками в банках України. БізнесІнформ №1, 2014. С. 274-279

УДК 368.1

**Бут-Гусаим И.П., студент 4 курса,
Научный руководитель Филиппова Т.В., ассистент, м.э.н.**
Учреждение образования *Брестский государственный технический университет*

Формирование приоритетов развития страховых организаций РБ

Рынок страховых услуг является важной частью финансовой системы и выполняет функцию финансового стабилизатора, призванного обеспечить устойчивое развитие экономики страны. Страхование, с одной стороны, позволяет без использования государственных ресурсов обеспечить возможность компенсации убытков, возникающих в результате различных происшествий, с другой стороны, аккумулируя средства граждан и организаций, выступает одним из важнейших источников внутренних инвестиций.

На 1 июля 2020 г. на страховом рынке Республики Беларусь страховую деятельность осуществляют 16 страховых организаций, из них 8 государственных и с долей государства в их уставных фондах, 6 с участием иностранного капитала. 2 страховые организации осуществляют добровольное страхование жизни и дополнительной пенсии, 1 осуществляет деятельность исключительно по перестрахованию.

За 1-е полугодие 2020 года страховые взносы по прямому страхованию и сострахованию составили 737,7 млн рублей. По сравнению с аналогичным периодом 2019 года темп роста составил 106,9 процента (в текущих ценах).

Страховые взносы по добровольным видам страхования за 1-е полугодие 2020 года составили 472,8 млн рублей (темп роста по сравнению с аналогичным периодом 2019 года составил 109,3 процента).

Страховые взносы по обязательным видам страхования за 1-е полугодие 2020 года составили 264,9 млн рублей, что на 7,7 млн рублей больше, чем за аналогичный период 2019 года.

За 1-е полугодие 2020 года выплаты страхового возмещения и страхового обеспечения в целом по республике составили 383,1 млн рублей, что на 14,8 процента больше, чем за аналогичный период 2019 года[1].

Уровень страховых выплат в общей сумме страховых взносов за 1-е полугодие 2020 года увеличился по сравнению с аналогичным периодом 2019 года на 3,5 процентного пункта и составил 51,9 процента.

Страховой рынок Республики Беларусь характеризуется следующими основными чертами:

- низким уровнем развития страхового сектора;
- неравными условиями хозяйствования для государственных и частных страховых организаций: у частных страховых организаций по-прежнему нет права осуществлять страхование по обязательным видам, а также страхование имущественных интересов государственных предприятий по видам добровольного страхования, не относящимся к страхованию жизни;
- высокой долей обязательных видов страхования;
- низкими показателями распространения страховых услуг среди домохозяйств и предприятий[2].

При определении приоритетов развития страховых организаций необходимо исходить из того, что существенное влияние на результаты деятельности могут оказывать факторы внешней среды такие, как: изменение законодательства Республики Беларусь, регулирующего страховую деятельность; экономические факторы (уровень инфляции, платежеспособности физических и юридических лиц); усиление концентрации страхового рынка Республики Беларусь; усиление аффилированности страховых компаний, банков и лизинговых компаний Республики Беларусь.

Выделены следующие основные приоритеты развития страхового рынка Республики Беларусь:

- повышение уровня функционирования белорусского страхового рынка посредством максимального удовлетворения потребностей в страховой защите населения, организаций и государства;
- рост эффективности деятельности и устойчивости страховых организаций;
- повышение уровня автоматизации предоставляемых страховых услуг и бизнес-процессов страховых организаций.

Список литературы

1. Основные показатели деятельности страховых организаций Республики Беларусь, 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://www.belaruschina.by/ru/business/belarus/economics/services/insurance.html> - Дата доступа: 07.11.2020
2. Республиканская программа развития страховой деятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://www.government.by/upload/docs/filed82d61bf349c0a5e.PDF> - Дата доступа 07.11.2020

А.І.Доманчук
асп. Державний університет «Житомирська політехніка»
викл. Житомирський торговельно-економічний фаховий коледж КНТЕУ

ВПЛИВ ЗМІНИ РЕГУЛЯТОРА СТРАХОВОГО РИНКУ НА УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ ТА ЇЇ ОЦІНКА

Одна з основних сфер фінансової системи – страхування. Реалії українського фінансового сектору свідчать, що вітчизняний страховий ринок не може зайняти належне місце у фінансовій системі, через низку проблем зі стійкістю, прозорістю та конкуренцією між страховими компаніями. Головні недоліки на страховому ринку мають вирішуватися на найвищому рівні: законодавства та регулювання. На сьогодні важливо, що страховий ринок України зазнав великих змін, адже отримав новий регулятивний орган. Згідно з указом Президента від 30.06.2020 № 259/2020, регулятор небанківських фінансових послуг, Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг на сьогодні перебуває в стадії припинення, шляхом ліквідації. правонаступником регулювання страхового сектору, відповідно до проекту «спліт», з 1.07.2020 року став Національний банк України.

НБУ, отримавши повноваження, анонсував створення моделі регулювання, яка передбачає, що на страховому ринку відбудеться вдосконалення ліцензійних вимог до страховиків, зазнає змін оцінка платоспроможності та ліквідності компаній, а також систем управління ризиками та корпоративного управління. Нововведенням стане застосування ризик-орієнтованого пруденційного нагляду, адже НБУ, як правонаступник, виявив основну проблему страхового сектору, що полягає у невиконанні значною кількістю компаній вимог із забезпечення платоспроможності. Встановлені вимоги були запроваджені Нацкомфінпослуг, проте повноцінно вони запрацювали лише за зміни регулятора, тобто з липня місяця поточного року. На офіційному сайті НБУ опублікував інформацію про компанії, які не виконують в повному обсязі вимоги до платоспроможності та достатності капіталу, маючи низьку якість активів. Також проблема полягає в тому, що вагому частку в активах певних страхових компаній займає неліквідне нерухоме майно, вартість якого може бути несправедливо завищеною. За вимогою НБУ, страхові компанії, які мають несумісності, повинні привести структуру активів у відповідність до законодавчих норм, докапіталізувавшись для виконання вимог до платоспроможності.

Суттєвим нововведенням НБУ у регулюванні ринку є створення двох нових департаментів: методології регулювання діяльності небанківських фінансових установ та нагляду за страховими ринком. Департамент нагляду за страховим ринком був створений для здійснення пруденційного нагляду за страховими компаніями, спеціалізованими перестраховиками та страховими посередниками, а Департамент методології регулювання діяльності небанківських фінансових установ – розробки і супроводження нормативно-правових та розпорядчих актів з питань регулювання небанківського фінансового ринку. Варто зазначити, що новий регулятор, залучивши міжнародних експертів та провідних учасників страхового ринку розробляє пропозиції до нового законопроекту «Про страхування». Можна зробити висновок, що на страховому ринку найближчим часом відбудеться переломний етап у функціонуванні, тому що буде оновлено головний закон, від якого залежить вся робота страхової системи. В законодавстві заплановані кардинальні зміни, які стосуватимуться, зокрема, реорганізації, ліквідації та санації страховиків, буде здійснено істотне скорочення видів страхування (обов'язкове) та ін. НБУ на даному етапі регулювання та управління оновив підходи до звітності та вимоги до прозорості учасників ринку, здійснив посилення вимог до прийнятності активів їх оцінки та якості, оцінки резервів, структури капіталу та рівня його достатності. Проте з дати отримання повноважень регулятора, тобто з 1.07.2020 та до закінчення поточного року Національний банк дотримуватиметься нормативно-правових актів та положень щодо форм та обсягів звітності, затверджених Нацкомфінпослуг. За встановлений період буде розроблений нормативно-правовий акт, який визначить правила подання звітності компаніями. НБУ також запроваджує нагляд за поведінкою на страховому ринку та здійснює розробку відповідних інструментів, покликаних забезпечувати права споживачів страхових послуг.

Відповідно зміни, що будуть запроваджені новим регулятором страхового ринку матимуть вплив на всіх страховиків України, тому управління фінансами страхових компаній трансформуватиметься у напрямку окресленому НБУ. Необхідне створення адаптивних моделей та інструментів впливу на фінансову складову страхових компаній в межах реалізації анонсованих масштабних нововведень у законодавстві. Зміни, які вводить НБУ, вплинуть на апарат управління та призведуть до структурних перетворень у всій страховій системі. Тому, на сьогодні, страховим компаніям буде доцільно зробити системний аналіз управління фінансами, щоб побачити сильні та слабкі сторони, перспективи та загрози, які чекають на компанію за встановлених змін.

Кондратюк А.Э, студентка 4 курса
Филиппова Т.В, ассистент кафедры менеджмента, м.э.н
Учреждение образования Брестский государственный технический университет

СИСТЕМА СТРАХОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Система страхования в Республике Беларусь, как и в ряде других стран, потерпела значительные изменения за последние 20 лет. В первую очередь это связано с отношением населения к самому понятию страхования. Несмотря на то, что первые страховые компании на территории Республики появились порядка 170 лет назад, поворотным моментом в развитии страхового дела можно считать 1988 год, знаменующийся принятием закона «О кооперации», который позволял кооперативам создавать свои страховые организации. Массовый характер страхования приобрело лишь в 2000-х годах. Однако даже в то время такое понятие, как «страховой полис» имело скорее обязательный характер и приводило к их вынужденному приобретению.

Сегодня же ни одно путешествие за границу или покупка автомобиля не обходится без приобретения страхового полиса, а **при оформлении кредита страховка кредитополучателя на сумму кредита может быть требованием банка.**

Под страхованием понимают отношения (между страхователем и страховщиком) по защите имущественных интересов физических и юридических лиц (страхователей) при наступлении определённых событий (страховых случаев) за счёт денежных фондов (страховых фондов), формируемых из уплачиваемых ими страховых взносов (страховой премии) [1].

В Республике Беларусь существует 3 вида страхования:

- страхование юридических лиц;
- страхование физических лиц;
- обязательное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний.

К страхованию юридических лиц относятся услуги перестрахования, страхование персонала, гражданской ответственности, транспорта, имущества и продукции.

Страхование физических лиц – это услуги по страхованию велосипедов, портативных устройств, транспорта, недвижимости, животных, здоровья.

Обязательное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний – одна из самых крупномасштабных страховых программ, реализованных в Республике Беларусь. Введена с 1 января 2004 г. Декретом Президента Республики Беларусь от 30 июля 2003 г. № 18 «Об обязательном страховании от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний». [2]

На сегодняшний день крупнейшими в Республике Беларусь страховыми организациями с действующей лицензией являются:

- ЗАО «Страховая компания «ЭРГО»,
- Унитарное страховое предприятие «БелВЭБ Страхование»,
- Белорусское республиканское унитарное страховое предприятие «Белгосстрах»,
- ЗСАО «Ингосстрах»,
- ЗАО «Страховая компания «Белросстрах» и другие.

Всего насчитывается порядка 16 организаций, оказывающих услуги по различным видам страхования.

Самым весомым игроком на белорусском рынке является Белорусское республиканское унитарное страховое предприятие «Белгосстрах». На сегодняшний день его рыночная доля достигает порядка 47%, а деятельность характеризуется следующими данными: общие страховые взносы – 580 580 561 млн. бел. руб, страховые выплаты – 293 959 901 млн. бел. руб, прибыль – 46 476 877 млн. бел. руб, чистая прибыль – 28 381 049 млн. бел. руб.

Вторую строчку занимает Закрытое акционерное страховое общество «Промтрансинвест» со следующими показателями: рыночная доля – 7,96%, общие страховые взносы – 97 426 277 млн. бел. руб, страховые выплаты – 45 151 318 млн. бел. руб, прибыль – 7 751 929 млн. бел. руб, чистая прибыль – 28 381 049 млн. бел. руб.

На третьем месте – Республиканское дочернее унитарное страховое предприятие «Стравита», являющиеся дочерним предприятием БРУСП «Белгосстрах». Его хозяйственная деятельность характеризуется следующими показателями: рыночная доля – 7,55%, общие страховые взносы – 92 397 730 млн. бел. руб, страховые выплаты – 38 312 250 млн. бел. руб, прибыль – 504 833 млн. бел. руб, чистая прибыль – 504 833 млн. бел. руб. [3]

В связи с наступлением сложной эпидемиологической ситуации во всем мире, вызванной распространением коронавирусной инфекции COVID-19, особый интерес для туристов, решивших

Секция 7. Приоритеты развития страховых организаций

посетить другую страну, являются условия заключения договора страхования и те страховые гарантии, которые граждане страны получают при наступлении страхового случая.

Проанализировав варианты страхования, предлагаемые белорусскими страховыми предприятиями, можно сделать следующие выводы:

1. Все 16 белорусских страховых предприятий предоставляют услуги по страхованию граждан от наступления несчастных случаев и болезни на время поездки за границу (в том числе COVID-19)
2. Страховые предприятия гарантируют:
 - проведение тестирования застрахованному лицу по медицинским показаниям на предмет заболевания коронавирусной инфекцией COVID-19;
 - оплату лечения коронавирусной инфекции COVID-19 в рамках оплаты расходов по оказанию скорой и неотложной медицинской помощи в пределах страховой суммы, установленной в отношении застрахованного лица.
3. Не возмещаются расходы:
 - по пребыванию в карантине (обсервации) и связанные с этим расходы;
 - в связи с отменой поездки по причине изоляции застрахованного лица - контакта первого уровня, если диагноз коронавирусная инфекция COVID-19 не будет подтвержден либо будет подтвержден после окончания действия договора страхования по риску «отмена поездки»;
 - связанные с задержкой по причине пребывания в карантине (по ожиданию рейса, приобретению билетов), если диагноз коронавирусная инфекция COVID-19 не будет подтвержден либо будет подтвержден после окончания действия договора страхования. [3]

Например, «Белгосстрах» в марте 2020 года добавил выплаты по страховкам, которые связаны с заболеванием коронавирусной инфекцией, в 5 программ страхования: договор добровольного страхования от несчастных случаев и болезней на время поездки за границу и договор добровольного страхования туристов (комплексное) (оплачиваются и тесты на COVID-19, и лечение), договор добровольного страхования расходов граждан, выезжающих за границу, по риску «отмена поездки» (возмещаются расходы, вызванные отменой поездки по причине пандемии или изоляцией заболевшего; если заболел ребенок, то оплата производится в отношении всех членов семьи), договор добровольного страхования расходов граждан, выезжающих за границу, по риску «досрочное возвращение» и договор добровольного страхования туристов (комплексное) (программа класса не ниже «Путешествие/Стандарт»).

ЗАСО «Промтрансинвест» с 23 марта 2020 года включил защиту от коронавируса во все договоры страхования, заключаемые на условиях добровольного страхования от несчастных случаев (в том числе и для выезжающих за границу). Здесь достаточно заключить договор на стандартную страховку от несчастных случаев.

Стоимость страховки в двух крупнейших страховых компаниях страны при этом различается.

В БРУСП «Белгосстрах» стоимость страховки зависит от возраста страхуемого лица и некоторых других характеристик. Ориентировочная стоимость для договора по программе «Добровольное страхование расходов граждан, выезжающих за границу» при страховой сумме в 1000 евро будет: 9-11 евро на срок до 150 дней по «Отмене поездки» (невыезд); 1-2 евро на срок 10-14 дней для «Досрочного возвращения», а стоимость в ЗАСО «Промтрансинвест»: от 4,50 рублей в год при страховой сумме 1 000 рублей. В этой же страховой организации при страховой сумме в 6000 рублей для человека 17-65 лет такая страховка обойдется в 27 рублей.

При заболевании коронавирусной инфекцией страховая выплата зависит от срока лечения и составит 5%, 8% или 10% от полной страховой суммы по договору. [4]

Таким образом, можно сделать вывод, что стоимость страховки у ЗАСО «Промтрансинвест» и условия ее получения проще, так как заболевание коронавирусной инфекцией попадает под все виды страхования от несчастных случаев.

Список используемых источников

1. Википедия – свободная энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Страхование>. – Дата доступа: 03.11.2020.
2. Официальный сайт «Белгосстрах» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bgs.by/insurance/17/>. – Дата доступа: 03.11.2020.
3. Финансовый портал Myfin.by [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://myfin.by/insurance/rating>. – Дата доступа: 03.11.2020.
4. Официальный сайт МТБанк [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mtblog.mtbank.by/mc-strahuemysya-ot-koronavirusa-skolko-stoit-spokojstvie/>. – Дата доступа: 03.11.2020.

РОЗВИТОК МЕТОДИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО ОПЕРАТИВНОГО АНАЛІЗУ СТРАХОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Страхова галузь функціонує в складному мінливому середовищі. Цифровізація економіки, інтенсифікація конкуренції на страхових ринках, посилення регуляторних вимог до страхової діяльності, нестабільність споживчої поведінки, зростання обсягів страхових виплат через збільшення катастроф і катаклізмів спричиняють суттєві трансформації страхової індустрії [1]. Сучасні ринкові умови важко піддаються прогнозуванню, а багатоваріантні непередбачувані зміни вимагають від страховиків оперативної адаптації й невідкладного коригування тактики та стратегії, зокрема в частині асортименту й умов страхових продуктів, технологій бізнес-процесів, заходів з ризик-менеджменту. Це актуалізує потребу застосування страховими компаніями безперервного оперативного аналізу страхової діяльності з метою своєчасного виявлення нових можливостей і загроз під час ведення страхового бізнесу.

В наукових публікаціях з аналізу страхової діяльності [2–8] використовується широкий спектр показників і різні методичні підходи. Ретроспективний (діагностичний [7] або дослідницький [8]) аналіз призначений для виявлення тенденцій, слабких місць у діяльності страховика та пояснення їх причин. Метою перспективного (прогнозного) аналізу є аналітичне передбачення й оцінювання майбутнього фінансового стану та ризиків. В існуючих наукових роботах не акцентується увага на специфіці оперативного аналізу. За своїми характеристиками оперативний аналіз є ретроспективним, тобто таким, що базується на фактичних даних минулого. Найчастіше ретроспективний аналіз проводиться на основі фінансової звітності та не враховує рух договорів страхування. Саме тому в оцінюванні може існувати проблема неадекватності значень показників. Крім того оперативний аналіз вимагає більш частого проведення, ніж складання фінансової звітності. Зважаючи на це, виявлення змін у страховій діяльності краще здійснювати через розрахунок показників страхових портфелів.

Тематика вивчення страхового портфеля широко представлена в наукових публікаціях, починаючи з дослідження його сутності [9; 10], теоретичних аспектів його формування [11; 12], питань аналізу й оцінки якості [13 – 15], і закінчуючи управлінням страховими портфелями, вирішенню завдань їх збалансованості та оптимізації [15 – 20]. Проте, розглядаючи наукові дослідження, варто відзначити існування протиріч у розумінні науковцями сутності страхового портфеля, що унеможливує подальший адекватний оперативний аналіз його характеристик.

Для цілей аналізу й управління страховий портфель слід розглядати як сукупність договорів страхування [8]. Автор вважає, що визначення страхового портфеля як обсягу чи вартості прийнятих страхових зобов'язань [12], вартісної оцінки страхових ризиків за договорами страхування [9], обсягу страхових премій [14], кількості договорів або застрахованих об'єктів [19] є невірним, тому що вартість зобов'язань, сума премій, кількість застрахованих об'єктів фактично є показниками страхового портфеля.

Неправильним, на погляд автора, є трактування страхового портфеля як структури страхових послуг [19]. Оптимізацію структури страхового портфеля [18; 20] також некоректно проводити. Оптимізації може підлягати інвестиційний портфель, коли кількість інвестиційного активу визначається управлінським рішенням менеджерів. Параметри страхового портфеля залежать не лише від умов страхування й маркетингових заходів, але й споживчого попиту та дій конкурентів. Проте у страховому портфелі можна проводити оптимізацію рівня страхового (технічного) ризику діяльності страховика, тобто регулювати ймовірну недостатність страхових премій, резервів і перестрахового захисту для покриття страхових виплат і витрат на ведення справи [7]. Саме тому показники технічного ризику та рентабельності портфеля є важливими для оперативного аналізу.

Окреме зауваження доцільно зробити до публікацій науковців, які визначають страховий портфель як загальну сукупність договорів за всіма видами страхування [5; 18; 20]. З метою подальшого управління оперативний аналіз сукупного страхового портфеля буде мало інформативним. У зв'язку з тим, що кожний страховий продукт призначений для певного цільового сегменту споживачів, має свій набір страхових ризиків, свої технології укладання договорів, процедури андеррайтингу та врегулювання збитків, для оперативного аналізу доцільно виокремлювати договори страхування за лініями бізнесу. В цьому разі аналіз рентабельності, рівня технічного ризику та інших параметрів сукупності договорів лінії бізнесу дозволить своєчасно ідентифікувати проблеми, характерні саме для цього сегменту страхової діяльності.

Розуміння сутності страхового портфеля потребує врахування факту, що сукупність діючих договорів страхування з часом змінюється: укладаються нові договори та припиняють дію інші. Тобто параметри страхового портфеля і його характеристики на кожен дату страхової діяльності будуть унікальними. Якщо розглядати страховий портфель на кожен дату страхової діяльності як сукупність діючих договорів страхування за окремою лінією бізнесу страховика, таке формулювання дозволить удосконалити методичний

підхід до економічного аналізу страхової діяльності шляхом розрахунку показників унікального страхового портфелю на кожен день. При цьому у кожний день оцінювання параметрів страхових портфелів можна розрахувати показники страхового портфеля на поточну дату та всі минулі дати страхової діяльності, що дозволить проаналізувати тенденції змін.

Систему аналітичних показників страхова компанія має можливість самостійно будувати залежно від специфіки діяльності та цільових завдань. Для оперативного аналізу на базі страхових портфелів доцільно використовувати показники страхової статистики, зокрема ті, що необхідні для проведення актуарних розрахунків, показники, що оцінюють рівень ризиків, прибутковість страхування, ефективність перестраховування, тенденції укладання та дострокового припинення договорів, настання страхових випадків і проведення страхових виплат.

Підсумовуючи слід визначити, що оперативний аналіз страхової діяльності на базі показників страхових портфелів дозволяє відстежувати тенденції змін у страховому бізнесі, враховуючи рух договорів страхування. Розуміння поточної ситуації на базі оперативно отриманих аналітичних показників дозволить менеджменту страхової компанії швидко реагувати та змінювати підходи до ведення бізнесу.

Література

1. Корват О. В. Економічна трансформація страхової індустрії. Перспективи розвитку обліку, контролю та фінансів в умовах інтеграційних і глобалізаційних процесів : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., присвяч. 20-річчю з дня заснування кафедри обліку та аудиту ХНТУСГ : у 2 ч. Харків : «Стильна типографія», 2019. Ч. 2. С. 180-183.
2. Kaufmann R., Gadmer A., Klett R. Introduction to Dynamic Financial Analysis. *Astin Bulletin*, Vol. 31, No. 1, 2001, pp. 213-249. URL : <https://www.casact.org/library/astin/vol31no1/213.pdf>.
3. Wiesner E. R., Emma C. C., A Dynamic Financial Analysis Application Lined to Corporate Strategy. The Summer 2000 Edition of the Casualty Actuarial Society Forum "Including the Dynamic Financial Analysis Call Papers". New York, 2000. URL : <https://www.casact.org/pubs/forum/00sforum/00sf079.pdf>.
4. Blum P., Dacorogna M., Dynamic Financial Analysis. *Encyclopedia of Actuarial Science*, 2006. DOI: <https://doi.org/10.1002/9780470012505.tad036>.
5. Нагайчук Н.Г., Третяк Н.М. Аналіз стану страхового портфеля та оцінка ефективності страхування ризиків юридичних осіб в Україні. *Вісник Університету банківської справи*. 2015. № 3. С. 70–79.
6. Никулина, Н.Н. Березина С.В., Эриашвили Н.Д. Инвестиционная политика в страховых организациях. *Теория и практика : учеб. пособ.* Москва : Юнити, 2013. 511 с.
7. Розвиток системи управління ризиками ринку фінансових послуг : монографія / наук. ред. та кер. кол. авт. Н. М. Внукова. Харків : Ексклюзив, 2014. 191 с.
8. Loss Data Analytics, 2020. URL : <https://openacttexts.github.io/Loss-Data-Analytics/index.html>.
9. Кондратенко Д. В. Теоретический анализ сущности понятия «страховой портфель» страховщика. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2014. Вип. 47. С. 179-184.
10. Ткаченко Н.В., Водолазська О. А. Дискусійні питання теорії страхового портфеля. *Фінансовий простір*. 2015. № 3. С. 146-157.
11. Водолазська О. А. До питання збалансованості страхового портфеля. *Науковий вісник Хенсонського державного університету. Серія Економіка*. 2015. Вип. 13. Ч. 2. С. 114 - 118.
12. Шишпанова Н. О., Сердечна Ю. С. Теоретичні основи формування страхового портфеля. *Наукові праці ЧДУ імені Петра Могили*. 2017. Вип. 290. Т. 302. С. 67-71.
13. Данилків Х. П., Горбова Х. В. Дослідження якості страхового портфеля АСК «ІНГО УКРАЇНА». *Науковий вісник НЛТУ України*. 2019. Т. 29, № 4. С. 42-46.
14. Жигас М. Г., Рязанцев Р. А. Теоретические и практические аспекты сбалансированности страхового портфеля. *Известия УрГЭСУ*. 2009. № 1. С. 105–108.
15. Чалдаева Л. А., Шибалкин А. А. Страховой портфель, его качественные и количественные характеристики. *Финансы и кредит*. 2011. № 12. С. 2-6.
16. Бойко А. О. Оптимізація портфеля страхової компанії на основі застосування операцій перестраховування. *Актуальні проблеми економіки*. 2011. № 1. С. 160-170.
17. Кисільова І. Ю., Нагорний Ю. І. Проблеми формування та управління страховим портфелем. *Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки*. 2015. № 1. С. 145-155.
18. Oliynyk V., Kozmenko O., Balatskiy Y. Peculiarities of optimization of insurance portfolio of companies in the countries with transition economies. *Insurance Markets and Companies: Analyses and Actuarial Computations*. Vol. 6. Issue 2. 2015. P. 26-36.
19. Письменна Т. Управління збалансованістю страхового портфеля: дискурс в теорію та погляд на сучасну практику. *Вісник Тернопільського національного економічного університету*. 2016. Вип. 2. С. 90-101.
20. Пономарьова О. Б., Тихонова В. В., Билименко К. А. Диверсифікація страхового портфеля в умовах змінного внутрішнього середовища. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. №14. С. 842-845.

**О.О. Коломієць, магістрант кафедри фінансів і кредиту
Науковий керівник – к.е.н., доц. Литвинчук І.В.
Державний університет «Житомирська політехніка»**

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД УПРАВЛІННЯ СТРАХОВИМИ РЕЗЕРВАМИ

Європейський ринок страхових послуг - це складна система взаємодії національних і регіональних ринків страхування, яким притамані: 1) новелізація традиційних форм і видів страхових послуг з метою розробки нових страхових полісів, які покриватимуть зростаючі ризики (політичні (тероризм), військові, катастрофічні, інформаційні тощо); 2) модернізація страхової діяльності й упровадження ІТ-технологій у роботу страховиків і страхових посередників: автоматизоване управління бізнес-процесами, застосування технологій аутсорсингу для скорочення операційних витрат, диверсифікація системи продажів страхових полісів; 3) підвищення культури споживання страхових послуг, що обумовлює зростаючі вимоги і запити споживачів до страхових продуктів та сприяє поліпшенню їх якості; 4) зміна пріоритетів населення й підвищення інтересу до накопичувальних продуктів страхування життя; 5) стандартизація й уніфікація діяльності страхових компаній на основі принципів International Association of Insurance Supervisors, рекомендаційних вимог Solvency II та положень Міжнародних стандартів фінансової звітності [1].

Що стосується України, то євроінтеграційний курс вимагає від неї електронної ідентифікації й автентифікації, що обумовлює приєднання до проекту ЄС Secure idenTity acROss boRders linKed 2.0 (Stork 2.0), яким передбачено забезпечення розбудови єдиного середовища електронної ідентифікації та автентифікації в ЄС. Проект фокусується на виробленні стандартів, форматів, ідентифікаторів тощо для запровадження інтероперабельних засобів електронної ідентифікації, у т. ч. у сферах е-медицини, електронних публічних послугах, е-банкінгу, та повинен сприяти розвитку EU Digital Single Market, запровадженню транскордонної взаємодії, підвищенню мобільності громадян та бізнесу ЄС. Приєднання до цих проектів сприятиме розвитку е-ідентифікації відповідно до вимог ЄС та євроінтеграції України [2]. Це також сприятиме інтеграції країни у світову спільноту та активній участі у процесах глобалізації. Водночас, без забезпечення належного рівня цифрової економіки, країні буде вкрай важко досягти поставлених цілей. Крім того, необхідно апробувати принципи Solvency II з метою уніфікації страхової діяльності з європейськими нормами і правилами.

Таким чином, загальноекономічна ситуація у світі визначає основні аспекти та тенденції розвитку світового й регіональних ринків страхових послуг.

По-перше, більш інтенсивно еволюція ринку страхових послуг відбувається саме в тих регіонах і країнах, які розвиваються, через наявність попиту на страхові послуги, економічне зростання, підвищення страхової культури та зростання потреби у страховому захисті.

По-друге, зменшення питомої ваги комерційного страхування через скорочення обсягів міжнародної торгівлі, що чинить вплив на морське й кредитне страхування; зниження відсоткових ставок за інвестиційними інструментами, що позначається на рентабельності й скороченні страхових резервів; підвищення ролі кібер-страхування через посилення кібератак не лише на державні інститути й організації, а і на приватний сектор. Виникнення страхування роботів у частині страхування відповідальності власника за якість продукції; формування екосистеми страхових послуг різних форм.

По-третє, для європейського ринку страхових послуг характерними є оновлення традиційних форм і видів страхових послуг; модернізація страхової діяльності й упровадження ІТ-технологій у роботу страховиків і страхових посередників; підвищення культури споживання страхових послуг, що обумовлює зростаючі вимоги і запити споживачів до страхових продуктів та сприяє поліпшенню їх якості; зміна пріоритетів населення в бік підвищення інтересу до накопичувальних продуктів страхування життя; стандартизація й уніфікація діяльності страхових компаній.

Що стосується України, то без забезпечення належного рівня цифрової економіки й апробації принципів Solvency II з метою уніфікації страхової діяльності з європейськими нормами і правилами буде доволі складно досягти поставлених цілей у поступі страхового ринку.

Отже, перспективним напрямком подальших досліджень є оцінка готовності вітчизняного ринку страхових послуг до інтеграції у міжнародне страхове середовище.

Список використаної літератури:

1. Аналіз розвитку Європейського ринку страхових послуг / С.В. Бунін // Ефективна економіка. 2017. № 4..
2. Мілошевич Н.В., Пашкова А.В. Сучасні реалії та тенденції розвитку страхових компаній в Україні // Гроші, фінанси і кредит, 2019. Випуск 38. С. 360-366.

Ніколайчук Т.О.

магістр правознавства, аспірант

Науковий керівник: д.е.н.,с.н.с.,Хумарова Н.І.

Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАНУ

«Заповідне страхування», як інструмент еколого-економічних перетворень в галузі природно-заповідного фонду України

Усі сфери життєдіяльності людини супроводжуються певними ризиками, особливо це стосується трудових відносин, оскільки чимало видів трудової діяльності носить небезпечний для здоров'я та життя людини характер. На сьогоднішній день страхування є одним з найефективніших методів захист інтересів та прав співробітників у разі настання несприятливих для їхнього здоров'я або, навіть життя, наслідків. Існує чимало категорій працівників, обов'язкове страхування яких передбачено чинним законодавством, а механізм запровадження обов'язкових видів страхування, порядок та правила його проведення, форми типового договору та розрахунків установлює законодавець. Роль держави в страхових відносин полягає в забезпеченні належного та оптимального механізму їхнього регулювання для конкретної сфери народного господарства.

На сьогоднішній день, існує низка проблем пов'язаних з системою страхування з боку держави, загальнообов'язкове соціальне страхування не виконує свою функцію належним чином, листки непрацездатності та гарне медичне обслуговування стали розкішшю для багатьох працівників нашої держави незалежно від сфери національної економіки. Крім того чимало професій несуть безпосередні ризики для життя та здоров'я людей, тому потребують зовсім іншого рівня страхових інститутів. Для повноцінного розвитку соціально-трудова інститутів в умовах ринкових перетворень, саме добровільне особисте страхування є найважливішою складовою соціального пакета для найманих працівників. Однак, однією з важливих проблем є оцінка ймовірних несприятливих наслідків тих чи інших рішень для економічної, політичної, соціальної, екологічної стійкості [1].

Вітчизняні науковці Б.Буркинський, В.Степанов зазначають, що з розвитком науково-технічного прогресу та ростом соціально-економічного добробуту населення виникають нові передумови для підвищення рівня безпеки [2, с. 131].

Зокрема, на посадових осіб служби державної охорони природно-заповідного фонду (далі- ПЗФ) покладено обов'язки охорони та збереження особливо цінних природних комплексів, об'єктів та територій. Відповідні посадовці несуть підвищену відповідальність перед державою та суспільством, і тому, повинні мати додаткові соціально-побутові та психологічні заходи забезпечення роботи, а також механізми попередження ризиків та відшкодування шкоди, як наприклад, особисте страхування.

Законом України "Про природно-заповідний фонд України" передбачено, що посадові особи служби державної охорони природно-заповідного фонду України підлягають обов'язковому державному особистому страхуванню в порядку, встановленому законодавством [3].

Одним з реальних механізмів залучення досвідчених та кваліфікованих осіб до роботи в службі державної охорони природно-заповідного фонду є розроблення дієвого механізму страхування відповідної категорії працівників, який буде передбачено цілою низкою нормативно-правових актів.

По-перше, Законом України "Про природно-заповідний фонд України" доцільно передбачити, що обов'язкове державне страхування посадових осіб служби державної охорони природно-заповідного фонду буде здійснюватись повністю або частково за рахунок коштів Державного бюджету України або адміністрації установ природно-заповідного фонду, за рахунок власних коштів, або спільно персоналу та адміністрацій установ ПЗФ [4, с.39].

Також необхідно звернути увагу на джерела фінансування страхування посадових осіб служби державної охорони ПЗФ, оскільки цей механізм може бути втілений в життя не тільки за рахунок коштів Державного бюджету України. Законодавець визначає, що фінансування матеріально-технічного забезпечення служб держохорони здійснюється в межах кошторису, передбаченого на їх утримання, із залученням інших джерел, не заборонених законодавством [5].

Також, нормативно-правовими актами України передбачено, що кошти (в тому числі в іноземній валюті), одержані установами природно-заповідного фонду від наукової, природоохоронної, туристсько-екскурсійної, рекламно-видавничої та іншої діяльності в межах заповідних територій та об'єктів, що не суперечать їх цільовому призначенню, є їх власними коштами. Ці кошти не підлягають вилученню і використовуються для здійснення заходів щодо охорони відповідних територій та об'єктів природно-заповідного фонду [6]. Оскільки посадові особи державної охорони

Секція 7. Пріоритети розвитку страхових організацій

дійснюють збереження, охорону цих територій, виділення коштів для страхування посадовців є цільовим використанням коштів.

В той же час страхування, як персоналу установ ПЗФ, так і ризиків, пов'язаних з господарською діяльністю, що здійснюється на заповідних територіях, можуть здійснювати приватні страхові агентства. Станом на сьогоднішній день, основним інструментом підтримки розвитку підприємницької діяльності є кредитування та страхування бізнесу, суб'єктами якого є фінансові установи. Законодавець передбачив діяльність фінансових установ у формі кредитних спілок, ломбардів, лізингових компаній, довірчих товариств, страхових компаній, установ накопичувального пенсійного забезпечення, інвестиційних фондів та компаній, інших юридичних осіб (виключним видом діяльності яких є надання фінансових послуг) [7].

Нами пропонується впровадження «заповідного страхування», як окремої економіко-нормативної дефініції. «Заповідне страхування» - як вид еколого-економічної діяльності фінансових (страхових) установ, пов'язаний з перерозподілом ризику завдання шкоди екологічним, еколого-економічним, еколого-майновим, еко-інтелектуальним (авторським) інтересам учасників страхування і здійснюваний спеціалізованими організаціями (страховими установами), що забезпечують акумуляцію страхових внесків, і здійснення страхових виплат при нанесенні шкоди застрахованим інтересам. Система «заповідного страхування» має стати не тільки власне угодою, але й еколого-економічним підґрунтям для суб'єктів, які планують вести свою господарську діяльність в екологоорієнтованому форматі та інструментом співпраці з фінансовими (страховими) установами. Також нами пропонується визначити чіткий та вичерпний перелік посад професій, які підлягають обов'язковому особистому страхуванню, наприклад Положенням про службу державної охорони природно-заповідного фонду України. Законодавець має чітко окреслити вид особистого страхування, який є обов'язковим, а саме: страхування життя, страхування від нещасних випадків, медичне страхування (безперервне страхування здоров'я), страхування здоров'я на випадок хвороби. Також доцільно внести зміни до Закону України "Про страхування"[8], в частині включення до переліку видів обов'язкового страхування, яке здійснюється в Україні – страхування посадових осіб служби державної охорони природно-заповідного фонду.

Загалом, стимулювання розвитку страхування екологоорієнтованої господарської діяльності потребує комплексного підходу до вирішення цього питання з урахуванням еколого-економічних, нормативно-організаційних та еколого-соціальних чинників. Інструмент страхування у сфері заповідної справи повинен враховувати характер співпраці фінансових установ та об'єктів ПЗФ України, бути спрямований на різні вектори діяльності, як власне адміністрації об'єктів ПЗФ, так і представників приватного сектору економіки, що здійснюють екологоорієнтовану господарську діяльність.

Список використаних джерел:

1. Особисте страхування працівників підприємства. //Вісник. Офіційно про податки. Офіційне видання державної фіскальної служби України. -2013.- №29.- [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://www.visnuk.com.ua/ua/pubs/id/57671>.
 2. Б.В. Буркинський, В.Н. Степанов, С.К. Харичков. Природопользование: основы экономико-экологической теории.- Одесса: ИПРЭИ Украины, 1999.-350с.
 3. Закон України "Про природно-заповідний фонд України" від 16.06.1992р., № 34// Відомості Верховної Ради України .- 1992.-№ 34.- Ст. 503.- [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2456-12>.
 4. Т.Ніколайчук. Страхування посадових осіб служби державної охорони природно-заповідного фонду України, як новий рівень менеджменту// Науково – практичний журнал «Інвестиції: практика та досвід».-2018.- № 17.- С.38-45.
 5. Указ Президента України від 21 .11. 2017 № 381/2017 «Про додаткові заходи щодо розвитку лісового господарства, раціонального природокористування та збереження об'єктів природно-заповідного фонду» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://законодавство.com/prezidenta-ukrajini-ukazi/ukaz-prezidenta-ukrajini-pro-dodatkovi-zahodi324615.html>
 6. Постанова Кабінету Міністрів України від 28 грудня 2000 р. N 1913 «Про затвердження переліку платних послуг, які можуть надаватися бюджетними установами природно-заповідного фонду. - [Електронний ресурс].- Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/КР001913.html
 7. Закон України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» від 12.07.2001 № 2664-III.- [Електронний ресурс].- Режим доступу:http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T012664.htmlhttp://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T012664.html
- Закон України "Про страхування" від 07.03.1996 р., № 85/96-ВР// Відомості Верховної Ради України.- 1996.- № 18.- Ст. 78.- [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/85/96-%D0%B2%D1%80>

В.В. Ярош, магістрант кафедри фінансів і кредиту
Науковий керівник – к.е.н., доц. Литвинчук І.В.
Державний університет «Житомирська політехніка»

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СТРАХУВАННЯ ТУРИСТІВ В УКРАЇНІ

Пандемія коронавірусу COVID-19 – це найбільше випробування, з яким зіткнувся світ із часів Другої світової війни. З'явившись в Азії наприкінці минулого року, вірус поширився на кожен континент окрім Антарктики. Криза матиме серйозні наслідки в глобальній економіці, при цьому згідно зі звітом МВФ, прогнозоване падіння ВВП з квітня 2020 року в Україні сягне позначки 7,7 %. Існують доволі різні оцінки щодо подальшого відновлення глобальної економіки – від V-подібного сценарію, що передбачає відновлення економіки рівня 2019 року вже у 2021 році, до більш тривалого відновлення та навіть довгострокової рецесії.

Туризм є одним із тих секторів всесвітньої економіки, що постраждав найбільше у зв'язку з обмеженнями на пересування, а особливо складна ситуація склалася в авіаційній галузі.

Станом на 20 квітня 2020 року через пандемію 100 % усіх міжнародних напрямків ввели обмеження на в'їзд. Уряди країн моментально відреагували на необхідність мінімізувати економічні наслідки пандемії COVID-19, узявши за основу два загальних підходи з опанування ситуації: перший підхід направлений на забезпечення доступних кредитних ліній для бізнесу, а другий – на відтермінування сплати боргових і податкових зобов'язань.

В Україні сьогодні спостерігається значне відставання у темпах впровадження заходів на підтримку туристичного сектора, що ставить під серйозну загрозу конкурентоспроможність галузі на глобальному ринку протягом прогнозованого періоду відновлення впродовж 2021 року.

Ключові представники галузі, зокрема міжнародні готельні мережі, вводять ряд зовнішніх і внутрішніх заходів для мінімізації наслідків пандемії COVID-19, серед яких гарантії забезпечення ринку (перенесення заброньованих номерів на пізніший термін або відшкодування їх вартості, оптимізовані програми лояльності, підтримка спільнот), впровадження обов'язкових заходів із захисту здоров'я та безпеки та внутрішня реорганізація (скорочення, відпустки без збереження заробітної плати, скорочення/відмова від капітальних вкладень).

Що стосується наслідків пандемії COVID-19 у сфері туризму, то Україна перебуває у відносно кращій ситуації, ніж більшість країн, оскільки тут частка внутрішнього та виїзного туризму значно перевищує показники вхідного потоку.

Український туризм не отримав швидкого системного реагування з боку уряду у вигляді впровадження можливих заходів на підтримку туристичної галузі, якщо порівнювати із середнім реагуванням і типами заходів, запроваджених урядами сусідніх країн і країн-членів ЄС. Це ще більше ускладнює положення малого та середнього бізнесу (МСБ), який працює у сфері гостинності, туризму та відпочинку.

Наприкінці 2019 року за ініціативою ЄБРР і за участі зовнішніх партнерів було підготовлено документ «Дорожня карта конкурентоспроможного розвитку сфери туризму в Україні», що став результатом інтенсивної роботи всіх головних зацікавлених сторін туристичної сфери в Україні.

Враховуючи нові обставини, необхідно внести відповідні зміни до запропонованого в Дорожній карті плану дій на 2020 і 2021 роки та включити до них негайні заходи з реагування на кризу COVID-19 і максимізації економіки туризму України. У поточній ситуації пріоритетними є наступні напрямки:

- підтримка внутрішнього повітряного та залізничного транспортного сполучення та цін на квитки з можливими субвенціями;
- підтримка внутрішнього туризму шляхом впровадження туристичних ваучерів і кредитних ліній для цього виду туризму;
- подальше відтермінування податкових зобов'язань для об'єктів розміщення та кейтерингу з оплати ПДВ та додатку на прибуток;
- безперервна оптимізація й оновлення робочих інструкцій для туристичного сектора на період пандемії.

При цьому першочергове значення має створення офіційного та надійного інформаційного порталу, де будуть розмішуватися всі необхідні дані [2].

Туристична галузь України першою відчула на собі наслідки активної фази карантину. Більшість готелів до середини травня залишались зачиненими, не мали можливість офіційно приймати відвідувачів. Також обмеження торкнулися масових заходів – фестивалів, концертів, спортивних змагань, які зазвичай приваблюють гостей з різних міст та країн. У результаті одними із найбільш постраждалих внаслідок карантинних обмежень стали туристичні, курортно-

Секція 7. Пріоритети розвитку страхових організацій

рекреаційні та оздоровчі об'єкти (турбази, санаторії, пансіонати, оздоровчі комплекси), які практично повністю припинили свою діяльність.

За різними сценаріями, у 2020 році очікується падіння обсягу міжнародних туристичних прибутків на рівні 58-78 % порівняно з минулим роком. За оцінками експертів, відновлення попиту до рівня 2019 року займе не менше двох років, водночас авіакомпанії будуть змушені підвищити вартість в середньому на 43-54 %, що зменшить попит на подорожі [1].

В цілому, втрати туристичної галузі в Україні оцінюються у понад 1,5 млрд. дол.

В Україні виділяється група регіонів із яскраво вираженою туристичною специфікою, проте низка невирішених проблем гальмує розвиток внутрішнього туризму. В середньому в Україні частка валової доданої вартості (ВДВ) за видом діяльності «тимчасове розміщення й організація харчування» у загальному обсязі ВДВ складає 0,8%, в той час, як для Закарпатської області цей показник складає 1,7 %, Одеської - 1,6 %, Львівської - 1,5 %, Чернівецької, Івано-Франківської областей та м. Київ - 1,1 % [1]. Проте за наявності необхідного потенціалу (сприятливі кліматичні умови, рекреаційний потенціал, розвинена транспортна мережа, вагома історико-культурна та архітектурна спадщина тощо), існують чинники, які стримують розвиток туристичної галузі:

- незадовільний стан доріг та під'їзних шляхів до об'єктів туристичного призначення, недостатній рівень розвиненості та висока вартість авіаційного сполучення;
- недостатня облаштованість рекреаційних територій та низький рівень
- туристичного сервісу, інтенсивна забудова прибережної смуги, що створює додаткове навантаження на комунальну інфраструктуру та веде до забруднення узбережжя та моря;
- низький рівень інформаційного супроводження туристичної діяльності, недостатній рівень управління галуззю;
- незадовільний стан туристичних об'єктів, зокрема, архітектурної спадщини;
- відсутність системної державної підтримки розвитку туристичної галузі;
- значний рівень тінізації сфери, що утруднюватиме протиепідемічний контроль, проте може спрацювати як певний компенсатор обтяжливості офіційних умов прийняття туристів у зареєстрованих суб'єктів діяльності;
- нецільове використання коштів від туристичного збору на місцях. У 2019 році завдяки зміні підходів до визначення ставок туристичного збору, надійшло до місцевих бюджетів 196,2 млн грн, що на 216,3% більше ніж у попередньому році, проте, ці кошти «розчиняються» в загальному фонді місцевих бюджетів [1].

Наявні тимчасові позитивні тенденції не в змозі повноцінно компенсувати втрати від «простою» бізнесу. Адаптивний карантин не став панацеєю для туристичної сфери – часто в регіонах просто недотримуються жодних карантинних обмежень, тож готелі перетворюються на осередки розповсюдження коронавірусу. Очікувана економічна рецесія в Україні, падіння рівня добробуту населення, що матиме наслідком неможливість витратити гроші на відпочинок, ще більш деструктивно вплине на галузь.

Отже, станом на сьогодні Україна значно відстає у впровадженні заходів підтримки туристичного сектора, що ставить під серйозну загрозу конкурентоспроможність галузі на глобальному ринку протягом прогнозованого відновлення у 2021 році. Попереду світ усе ще чекають серйозні проблеми, починаючи з невизначеної тривалості періоду пандемії та завершуючи обмеженнями на пересування, і все це в контексті глобальної економічної рецесії. Країни в усьому світі впроваджують широкий ряд заходів для мінімізації наслідків пандемії COVID-19 і стимулювання відновлення туристичного сектора.

Список використаної літератури:

1. Вплив COVID-19 та карантинних обмежень на економіку України, липень 2020 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.kas.de/documents/270026/8703904/>.
2. Пандемія COVID-19 та її наслідки у сфері туризму в Україні. Оновлення до документу «Дорожня карта конкурентоспроможного розвитку сфери туризму в Україні» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ntoukraine.org/assets/files/EBRD-COVID19-Report-UKR.pdf>

Соціально-економічні ризики трансформації зайнятості в умовах цифрової економіки

Сучасним етапом трансформації світогосподарської системи під впливом подальшого розгортання явищ глобалізації та інформатизації є цифровізація економіки, яка характеризується багатовекторністю впливу на всі сфери життєдіяльності суспільства. Під впливом технологічних та структурних змін в економіці відбувається й трансформація ринку праці, що супроводжується змінами галузевої структури зайнятості та поширенням нестандартних її форм.

Таким чином, цифровізація з безпрецедентною швидкістю та масштабами трансформує систему економічних і суспільних відносин, створюючи нові можливості та формуючи нові виклики для соціально-економічного розвитку як країни, так і окремих господарюючих суб'єктів і окремо взятої людини.

Безумовно, розвиток цифровізації суспільства викликає появу робочих місць та зайнятості нових типів, змінюючи при цьому характер, умови праці, кваліфікаційні вимоги для працівників. З розвитком цифрової трансформації ринку праці кардинальних змін зазнає й існуюча система соціально-трудова відносин:

- з одного боку, цифрова трансформація відкриває можливості появи нових професій та робочих місць, дистанційного навчання та роботи у віддаленому режимі;
- з іншого боку, є ризик зростання рівня безробіття в країні.

Таким чином, розвиток цифрової економіки є багатогранним процесом, який здійснює як позитивний, так і негативний вплив на зайнятість.

Міжнародні дослідження дозволяють визначити прогностичні наслідки впливу цифрових технологій на світовий ринок праці:

- не менш 30% функцій у рамках професій можуть бути автоматизовані на поточному рівні розвитку технологій;
- на 9 трлн. дол. у 2030 р. може вирости світовий валовий внутрішній продукт (ВВП) завдяки автоматизації робочих місць за допомогою технологій;
- 375 млн. працівників (близько 14% світової робочої сили) змушені будуть змінити професію 2030 р.;
- 98% – ймовірність автоматизації таких професій, як банківський операціоніст, аудитор, кредитний фахівець.

При оцінюванні майбутніх наслідків розвитку цифрових технологій у сфері зайнятості необхідно здійснювати моніторинг соціально-економічних ризиків та розробляти систему заходів протидії їх реалізації. При цьому під ризиками трансформації зайнятості в умовах цифровізації економіки, на нашу думку, слід розуміти ймовірність настання негативних наслідків реалізованих якісних та кількісних змін у розвитку світового, національного ринків праці, суб'єктів господарювання через запровадження цифрових технологій на робочих місцях та в управлінні бізнес-процесами.

У межах даного дослідження розглянуто соціально-економічні ризики, що супроводжують здійснення структурних зрушень на ринку праці України в умовах розвитку цифрової економіки (digital-економіки):

1. Ризики трансформації зайнятості, пов'язані зі старінням населення, погіршенням його вікової структури та скороченням загальної чисельності. Впродовж останніх 20 років ми маємо одні з найвищих темпів старіння населення серед країн Європи, що позначається на якості людського капіталу. Водночас на вітчизняних підприємствах зберігається ризик цифрового розриву у навичках працівників старшого та молодшого віку, що може обмежувати можливості використання сучасних цифрових комп'ютерних технологій на робочих місцях.

2. Ризик збереження вагомої частки неефективних робочих місць. Повільні темпи структурної перебудови економіки в Україні, обмежені інвестиційні можливості та слабка мотивація роботодавців до створення нових робочих місць негативно позначаються на процесах формування попиту на робочу силу та збереженні непродуктивної зайнятості.

3. Ризик зростання рівня безробіття населення за рахунок автоматизації бізнес-процесів та скорочення попиту на робочу силу певних професій і спеціальностей. Новітні технології заміщують стандартні трудові операції, посилюючи конкуренцію за робочі місця, в той же час підвищуючи попит на фахівців, які мають актуальні цифрові навички. Мінімізація цього ризику наразі можлива на основі забезпечення випереджаючого розвитку системи освіти та підготовки робочої сили відповідно до потреб економіки, модернізації системи соціального захисту населення.

Секція 8. Проблеми міжнародних економічних відносин на засадах сталого розвитку та в умовах викликів цифровізації економіки

4. Ризики, пов'язані з трансформацією просторових і часових меж зайнятості, поширенням нестандартних форм зайнятості. З одного боку, нестандартна зайнятість відкриває ширші можливості для самореалізації людини, дозволяє поєднувати роботу з вирішенням інших життєвих завдань або змістовним відпочинком. Проте з іншого боку, гнучка зайнятість у вигляді телероботи (роботи поза офісом, вдома) або смартроботи (поза офісом, у будь-якому місці) часто призводить не до зменшення, а до збільшення навантаження на працівника.

Працівники відомих ІТ-компаній у світі (Amazon, Apple, Facebook, Google та ін.) зазначають про наступне:

- надмірну інтенсивність праці;
- ознаки втоми;
- психологічне вигорання.

Крім того, нестандартно зайняті відчувають свою відірваність від трудового колективу, певну ізоляцію від колег.

5. Ризики роботи через цифрові платформи, пов'язані з гарантіями оплати праці, відсутністю соціального захисту, низьким рівнем охорони праці, неформальною зайнятістю тощо. Згідно з різними джерелами, в 2013–2017 роках Україна посіла перше місце в Європі та четверте місце у світі з зайнятості на цифрових платформах, що вимірюється за сумою фінансових потоків та кількістю завдань, виконаних на таких платформах.

Україна також посідає перше місце у світі в «ІТ-фрилансі». Такі дані наведені у звіті Київського міжнародного інституту соціології (КМІС) за проектом «Зайнятість через цифрові платформи в Україні. Проблеми та стратегічні перспективи». Підраховано, що принаймні 3% української робочої сили задіяні на онлайн-роботі. 17% відсотків українських офісних працівників уже пробували цифрову роботу і хотіли б повністю перейти на неї; один із двох розглядає це як додаткове джерело доходу. Ризики роботи через цифрові платформи посилюються через відсутність ефективного регулювання цифрового сегменту в Україні.

6. Ризики невідповідності кадрового забезпечення потребам цифровізації економіки. Оскільки цифрова економіка вимагає розробки та впровадження складних процесів і технологій, побудови цифрової інфраструктури, для їх обслуговування потрібні фахівці, які повинні мати відповідні цифрові навички, «цифровий» тип мислення. Такі фахівці можуть бути відсутні, наприклад, в сільській місцевості, що посилює цифрову нерівність за територіальним критерієм. В умовах цифрової економіки забезпечення доступу до інформаційних технологій громадянами різної статі, віку та територій проживання є вагомим чинником забезпечення рівності у доступі до соціальних, економічних, освітніх, культурних можливостей.

7. Ризик встановлення «цифрової диктатури», тобто можливого запровадження загального контролю над громадянами за допомогою цифрових технологій. Інформацію про громадян збирають:

- Інтернет-провайдери;
- стільникові оператори;
- власники сайтів;
- роботодавці;
- університети.

Зокрема, в умовах підприємства можливим є використання мобільних додатків (наприклад, Google Drive, Google Calendar, GoToMyPC і JoinMe, Slack) або побудова єдиної платформи щодо збору даних про різні аспекти діяльності працівника на основі Big Data. В цих умовах зростає необхідність забезпечення безпеки та конфіденційності особистих даних громадян та протидії кіберзлочинності.

8. Ризик повільного розвитку цифрової інфраструктури. Цифрова економіка вимагає потужної інфраструктури, високоефективного Інтернету, потужних мобільних мереж та телекомунікацій. Формування цих компонентів цифровізації економіки є трудомістким та інвестиційно затратним процесом.

Важливість технологічних змін, під впливом яких відбувається трансформація зайнятості в країні, та ризики, що супроводжують цей процес, вимагають розробки системи заходів їх уникнення, мінімізації та ліквідації. Соціально-економічні ризики впливу цифровізації економіки на сферу зайнятості вимагають залученості до процесу управління ними всіх суб'єктів:

- держави;
- господарюючих суб'єктів;
- громадян.

Також вони потребують використання новітніх технологій, інноваційних підходів у цьому процесі.

Отже, структурні зрушення на ринку праці України в умовах розвитку цифрової економіки супроводжують соціально-економічні ризики. Вирішення цих ризиків вимагає залученості до процесу управління ними всіх можливих суб'єктів. Тільки спільно держава, господарюючі суб'єкти і громадяни можуть розробити ефективні системи заходів уникнення, мінімізації та ліквідації ризиків.

Годованюк А.В., викладач кафедри фінансів, економіки та економічної кібернетики,
Герасимова Т.І., викладач кафедри обліку і оподаткування
Подільський спеціальний навчально-реабілітаційний соціально-економічний коледж, м. Кам'янець-Подільський

Цифровий маркетинг: тренди та переваги

Цифрові технології безперервно зазнають змін та активно розвиваються, тому професіонали з маркетингу повинні враховувати дані тенденції у практичній діяльності.

Цифровий маркетинг є частиною маркетингу, тобто, організаційної функції та сукупності процесів для створення, комунікації, доставки цінностей для клієнтів та для управління відносинами з клієнтами в інтересах організації та її зацікавлених сторін.

Інтернет-маркетинг (веб-маркетинг) – досягнення маркетингових цілей за допомогою застосування цифрових технологій, а цифровий маркетинг (digital-маркетинг) – досягнення маркетингових цілей за допомогою електронних комунікаційних технологій. Ця відмінність цілком прийнятна, але важко визначити, чим відрізняються цифрові технології та технології електронних комунікацій, особливо з конвергенцією таких технологій, як мобільні пристрої.

Маркетинговий план, у будь-якому випадку, є головним кроком, що зосереджується на індивідуальному плані цифрового маркетингу, який відповідає абревіатурі AOSTC, де:

- 1) А – аудит – аудит внутрішніх сильних та слабких сторін, зовнішніх можливостей та загроз;
- 2) О – цілі – цифрові маркетингові цілі SMART;
- 3) S – стратегія – цифрові маркетингові стратегії;
- 4) Т – тактика – це цифровий маркетинговий набір;
- 5) С – контроль – вимірювання ефективності нашого цифрового маркетингового плану.

Тому, цифровий маркетинг за своїм характером є одним із аспектів організаційної функції та безлічі процесів створення, комунікації та доставки цінностей для клієнтів та управління відносинами з клієнтами, таким чином, що вигідно для організації та його зацікавлених сторін. Як такий аспект – цифровий маркетинг має свої власні підходи та інструменти, які сприяють досягненню маркетингових цілей і завдань. Це також допомагає диференціювати цифровий маркетинг та електронну комерцію, оскільки електронна комерція просто купує та продає через Інтернет.

Отже, план цифрового маркетингу – аналіз ситуації, що повинен описувати контекст, в якому відбувається цифровий маркетинг. Він повинен включати аналіз внутрішнього та зовнішнього середовищ бізнесу.

Внутрішнє середовище бізнесу може бути представлене клієнтами, ринком і будь-якими тенденціями на ньому, поточною онлайн-пропозицією і конкурентами. В свою чергу, зовнішнє бізнес-середовище містить такі компоненти:

- 1) соціальну – як зміна споживчих настроїв може вплинути на підхід;
- 2) законну – тобто дотримання правил цифрового маркетингу, таких як захист даних;
- 3) навколишнє середовище (довкілля) – переконання в етичному та стійкому підході;
- 4) політичну – як місцевий чи національний уряд може вплинути на план;
- 5) технологічну – як досягнення в технології можуть вплинути на ринок.

У мережі Інтернет є цілий ряд інструментів, щоб полегшити роботу маркетологу. Серед таких інструментів доцільно назвати наступні:

1. Компанія може використовувати Інтернет як спосіб побудови та підтримки відносин із клієнтами. Частина транзакції для збору грошей може здійснюватися в інтернеті.

2. Потенційні клієнти можуть генеруватися за рахунок залучення потенційних клієнтів до реєстрації на короткий проміжок часу, перш ніж зареєструватися на довгостроковій основі.

3. Інтернет може бути використаний для реклами, що є найпоширенішим видом інтернет-комунікації.

4. Нарешті, цифрове середовище можна використовувати як спосіб збирання прямих відповідей, наприклад як частина системи голосування.

Маркетингова діяльність «в цифрі» починається з комплексного дослідження інтернет-ринку, внаслідок чого оцінюються ринкові можливості, за допомогою сегментації ринку ведеться пошук можливих інтернет-споживачів, після чого здійснюється позиціонування товару.

Отже, професіонали з маркетингу повинні враховувати дані тенденції у практичній діяльності. Розвиток цифрових технологій привносить багато змін у класичний маркетинг, перетворюючи його на цифровий маркетинг. Цифровий маркетинг має свої власні підходи та інструменти, які сприяють досягненню маркетингових цілей і завдань.

Динамика привлечения иностранных инвестиций в экономику страны на период 2014–2018 г.г. и её перспективы

В нынешних условиях, в сравнении отношений рыночной экономики, Республика Таджикистан находится в настойчивой пути экономической реформы. В данном пути наша республика столкнётся с барьерами и сложностями. Для предотвращения этих барьер в первую очередь надо создать комфортные условия для иностранных инвесторов. Мировая практика показывает, что много государств с помощью иностранных инвестиций сумели выбраться из социального и экономического кризиса.

Основоположник мира и национального единства, Лидер нации, Президент Республики Таджикистан Э. Рахмон в своём обращении 26 декабря 2019 года сказал: «Защита экономических и социальных польз Таджикистана, привлечение иностранных инвестиций для реализации больших инфраструктурных проектов, создание лучших внешних условий для крепкого развития страны и обеспечения их безопасности является главным. В 2019 году развитие сферы национальной экономики, в т.ч. промышленность – 21,5%, сельское хозяйство – 7,2%, инвестирование к прямым инвестициям более – 6%, розничная торговля – 6,6% и платные услуги – 1,8% обеспечены, а инфляция составляет 6,3%» (рис. 1).

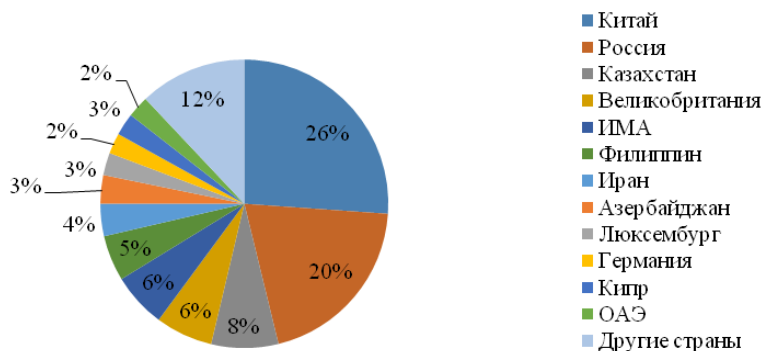


Рис. 1. Лидеры инвестиции в РТ

По мнению зарубежных экспертов, привлекательность развивающихся стран в качестве объектов инвестиций определяют 8 главных факторов:

- темпы экономического роста (прирост ВВП);
- политическая стабильность (опасность переворотов, уровень преступности, гражданские конфликты);
- размеры рынка, зависимость от иностранной помощи и способность к самостоятельному развитию внешний долг (в % ВВП);
- конвертируемость валюты и возможность вывоза прибылей;
- темп инфляции и стабильность валюты;
- уровень внутренних накоплений (в % к ВВП);
- развитие инфраструктуры (транспорт, связь, информация);
- правовая защита (процедура аренды и приобретения имущества, регистрации и страхования бизнеса стабильность налогов, ограничения на изменение цен, вывод устаревших мощностей и т.д.).

Таджикистан обладает рядом объективных предпосылок для привлечения прямых иностранных инвестиций. Богатые запасы природных ресурсов, высококвалифицированная рабочая сила, значительный интеллектуальный потенциал могут сыграть положительную роль в привлечении иностранных инвестиций в национальную экономику.

Однако реализация имеющихся перспектив требует разработки эффективной и последовательной политики в области привлечения иностранных инвестиций, принятия необходимых мер, направленных на совершенствование инвестиционного климата в стране, а также разработки государственной инвестиционной политики, характеризующейся четким формулированием целей и задач социально-экономического развития, решаемых с помощью привлечения иностранных инвестиций.

Необходимость привлечения иностранных инвестиций в экономику Республики Таджикистан объясняется прежде всего тем, что деятельность иностранных фирм оказывает воздействие на производства, улучшению качества выпускаемой продукции и внедрению новых методов управления. Деятельность иностранного капитала способствует также снижению остроты такой важной проблемы, как безработица и влияет на уровень заработной платы в стране, являясь источником дополнительного

Секція 8. Проблеми міжнародних економічних відносин на засадах сталого розвитку та в умовах викликів цифровізації економіки

спроса на местную рабочую силу.

По данным Агентства по статистике при Президенте Республики Таджикистан за 2018 год приток иностранных инвестиций в экономику Республики Таджикистан составил 644,5 млн. дол. США, из которых 326,2 млн. дол. США были прямые инвестиции и 317,7 млн. дол. США – прочие инвестиции (рис. 2).

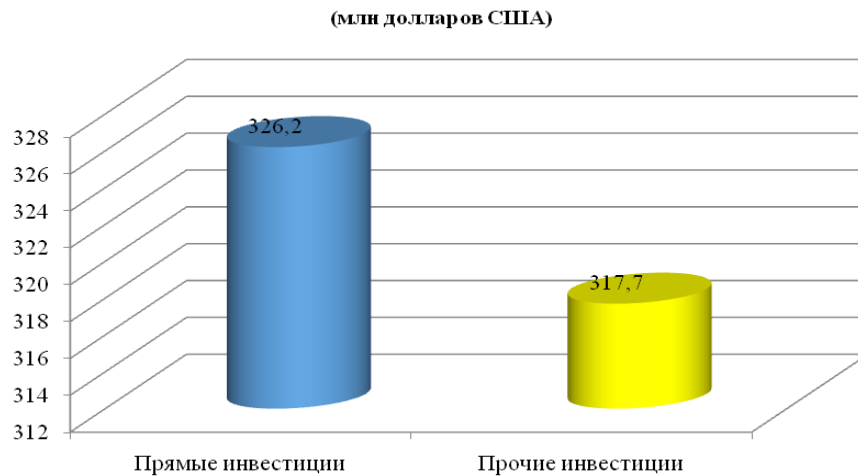


Рис. 2. Инвестиции в экономику Республики Таджикистан в 2018 г.

Необходимо отметить, что приток прямых иностранных инвестиций сократился на 27,7 млн. дол. США по сравнению с аналогичным периодом 2017 года. Прямые иностранные инвестиции в основном были направлены на такие сектора, как (рис. 3): перерабатываемая промышленность – 83,0 млн. дол. США (25,4%), добыча ископаемых – 167,7 млн. дол. США (51,3%), финансовая деятельность и прочие коммерческие услуги – 6,4 млн. дол. США (2,0%), транспорт и связь – 5,2 млн. дол. США (1,6 млн. долларов США), сельское хозяйство – 17,9 млн. дол. США (5,5%), образование – 0,3 млн. дол. США (0,1%), строительства – 26,0 млн. дол. США (8,0%) и другие – 3,3 млн. дол. США (1,0%).

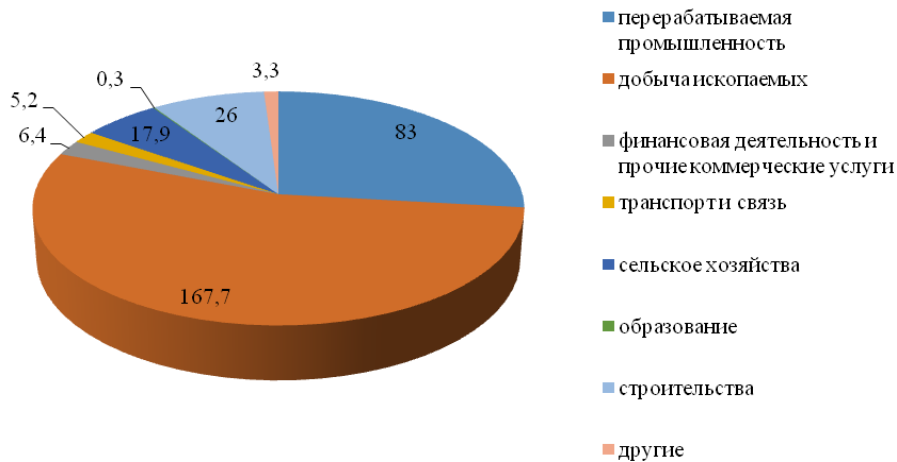


Рис. 3. Прямые иностранные инвестиции по секторам (млн. дол. США)

В 2018 году в экономику Республики Таджикистан было привлечено инвестиции из следующих стран: Китай – 330,5 млн. дол. США (51,3% – финансовые услуги, промышленность, транспорт, связь, геологическая разведка и добыча, строительства, сельское хозяйства и т.д.), Великобритания – 61,4 млн. дол. США (9,5% – финансовые услуги, промышленность, геологическая разведка и добыча и т.д.), Россия – 21,5 млн. дол. США (3,3% – финансовые услуги, связь, строительства, добыча нефти и газа и т.д.), США – 8,7 млн. дол. США (1,3% – образование, финансовые услуги и т.д.), Саудовская Аравия – 19,6 млн. дол. США (3,0% – транспорт), ОАЭ – 9,9 млн. дол. США (1,5% – финансовый, строительства, промышленность и т.д.), Бельгия – 12,2 млн. дол. США (1,9% – финансовый), Филиппины – 38,0 млн. дол. США (5,9% – финансовый), Франция – 14,3 млн. дол. США (2,2% – финансовый, торговля, добыча нефти и газа и т.д.), Нидерланды – 5,3 млн. дол. США (0,8% – финансовый), Австрия – 3,0 млн. дол. США (0,5% – финансовый) другие страны – 102,2 млн. долларов США (15,9%).

Следует отметить, что с 2007 до 2018 года приток иностранных инвестиций в экономику Республики Таджикистан составил 9 млрд. 258,6 млн. дол. США, из которых 4 млрд. дол. США составляют прямые иностранные инвестиции, 4 млрд. 756,7 млн. дол. США прочие инвестиции и 501,9 млн. дол. США портфельные инвестиции (табл. 1).

Статистика привлечения инвестиций в экономику Республики Таджикистан

Годы	Привлечение инвестиций			Всего млн. дол. США
	прямые	прочие	портфельные	
2007	388,4	472,2	–	860,6
2008	425,7	463,6	–	989,3
2009	89,4	293,8	–	383,2
2010	238,9	228,2	–	467,1
2011	161,4	164,0	0,1	325,5
2012	391,3	355,0	0,1	746,4
2013	341,1	670,6	0,2	1011,9
2014	377,4	530,4	1,4	909,2
2015	470,9	506,9	0,0	977,8
2016	434,2	408,4	0,1	842,7
2017	354,5	245,9	500,0	1100,4
2018	326,8	317,7		644,5
Всего	4000,0	4756,7	501,9	9258,6

Прямые иностранные инвестиции в период 2007–2018 годов охватывали в основном такие сектора как энергетика – 596,8 млн. дол. США, связь – 407,8 млн. дол. США, строительство – 358,8 млн. дол. США, финансовые услуги – 411,2 млн. дол. США, горнорудной промышленности – 960,2 млн. дол. США, пищевая промышленность – 34,2 млн. дол. США, здравоохранения – 5 млн. дол. США, сельское хозяйство – 101,3 млн. дол. США, туризм – 17,2 млн. дол. США, образования – 46,3 млн. дол. США, транспорт – 83,4 млн. дол. США, строительства 146,5 млн. дол. США, и другие отрасли 89,5 млн. дол. США.

Основным и главным инструментом любого государства для привлечения иностранного капитала является правовая база. Совершенная, но при этом простая она представляет законодательное закрепление отношений между государством и инвестором, что в свою очередь снижает риски для инвестирования и увеличивает интерес инвесторов. Поэтому государству выгоднее выбрать и придерживаться определенной политики для привлечения иностранного капитала, следуя последовательно и по плану.

Настойчивое развитие любой экономики будь то национальная или мировая могут обеспечить три точки опоры. Первая точка – потребительский рынок или рынок товаров, который является стимулом развития экономики. Второй точкой является рынок капитала. Данный рынок позволяет обеспечить производящие отрасли полноценными и долгосрочными инвестициями. Финансовый рынок – третья точка опоры. Он позволяет бизнесу развиваться путем его рефинансирования для роста конкурентоспособности, доходности и капитализации.

Дешевые долгосрочные инвестиции можно получить на рынках развитых стран, у которых единая финансовая система включает в себя устойчивые инвестиционные фонды, организаторов инвесторов, саморегулируемые менеджерские, консалтинговые и юридические сферы, специализирующиеся на иностранных инвестициях. Слабая инфраструктура финансовой сферы в Таджикистане приводит к высоким рискам, то есть займы не могут конкурировать с внешними рынками капитала.

Выделяют следующие инструменты и технологии привлечения иностранного капитала: легализация залога на международном уровне; международные займы для синдикатов заемщиков; реоформление систем электронной коммерции в налоги и активы на бирже; утверждение банковских гарантий для кредиторов и заемщиков на международном уровне; методы оценки рыночной стоимости собственности, которая переводятся в материальные активы учреждений; реоформление долговых платежей в ценные бумаги; подготовка и реоформление активов в налоговое покрытие рисков перед продажей.

Можно сделать вывод, что в настоящее время отмечается увеличение интереса со сторон зарубежных инвесторов. В перспективах для зарубежных инвесторов по-прежнему остаются промышленные и энергетические отрасли Таджикистана, сельское хозяйство, а также проекты в области инноваций.

Для привлечения иностранных инвестиций должны работать над: создание предприятий по выработке сырых продуктов; развитие производства и зарубежного туризма; развитие научно-технической сферы. Таким образом, для благополучия экономики предлагаю следующие пункты: увеличить количество СЭЗ; улучшить условия предпринимательство в СЭЗ; дать налоговые и таможенные льготы; улучшить инвестиционный климат; укрепить политическую безопасность.

На данный момент инвестиционная политика улучшается со стороны Государственного комитета по инвестициям и управлению государственным имуществом Республики Таджикистан и разрабатывается нормативно-юридические законы. Государство тоже не сторонник инвестиционных отношений и постоянно взаимодействует инвестиционным отношениям.

Аналіз профілю двосторонньої торгівлі як основа для зовнішньоекономічної політики

Сьогодення диктує Україні складний порядок денний питань захисту національних меншин, історичних аспектів та зумовлених ними виборів векторів міжнародних відносин. Тож наразі значення економічних відносин набуває все більш важливого значення і, навіть, іншого виміру.

Необхідним є визначення потенціалу співпраці в економічній, соціальній та інших сферах міждержавної взаємодії, що у результаті міжнародної інтеграції сформує спільний базис для просування національних інтересів. Це дозволить зміцнити регіональну безпеку, забезпечити підтримку з боку країн сусідства, східноєвропейських чи чорноморських країн. Взагалі забезпечення прав національних меншин стає важливим фактором миру та стабільності.

Задля виявлення вузьких місць та недовикористаних можливостей в економічних відносинах із країнами-сусідами важливо провести ґрунтовний аналіз профілів двосторонніх торговельних відносин, включаючи визначення трендів торгівлі товарами. Для оцінки змін у відносинах України з країнами сусідства, було обрано Словаччину і Румунії, оскільки саме з даними країнами відбулись найбільш чутливі зміни за останні роки.

Між Україною і Словаччиною широко розвиваються відносини у соціальній та торгово-економічній сферах. Одним з ключових питань є захист етнічних груп, оскільки в Україні проживає більше 6,4 тис. словаків, які відкрили низку організацій та товариств, що діють з метою захисту історичних та культурних інтересів.

Щодо економічної складової, то з початком дії глибокої та всеохоплюючої зони вільної торгівлі, обсяги товарообігу між Україною та Словаччиною зазнали позитивних змін. Важливо відзначити, що зростання товарообігу не є результатом забезпечення умов для розвитку двосторонніх торгово-економічних відносин між двома країнами, а є наслідком загальної лібералізації умов торгівлі з Європейським Союзом.

Незважаючи на те, що у 2019 році обсяги експорту з України до Словаччини зросли майже на 50%, найбільшу його частку – 68,8% складає сировина або ресурсномісткі промислові виробництва, до яких відносяться: експорт руди, шлаків та золи, металів та деревини і м'яса чи субпродуктів. Що стосується Словаччини, то вона постачає в Україну продукцію середньотехнологічних виробництв, а також сировинні групи, що обумовлений реверсними поставками газу.

До середньотехнологічного виробництва відносяться такі групи товарів, як:

- засоби наземного транспортування;
- пластмаси;
- полімерні матеріали та вироби;
- реактори ядерні;
- котли;
- обладнання та інші електричні машини.

Зважаючи на те, що в товарообміні між Україною та Словаччиною спостерігається істотна відмінність у технологічній структурі на користь останньої, то можна зробити висновок, що необхідна реструктуризація вітчизняного виробництва шляхом налагодження вертикальної виробничої кооперації зі словацькими партнерами (рис. 1).

Наразі внутрішньогалузева співпраця між Україною й Словаччиною у сфері виробництва моторних транспортних засобів, електронної та електричної продукції майже відсутня.

Відносини між Україною та Румунією займають досить важливе значення у зовнішньополітичній діяльності обох країн, що пов'язане з наступними чинниками:

- наявність національних меншин;
- існування значних резервів та потенціалу у торгово-економічних відносинах;
- конкуренція за впливовість у регіоні;
- спільний кордон, що наразі став досить вагомим фактором через воєнні дії на сході української держави.

В останні роки спостерігається позитивна динаміка румуно-української торгівлі, та все ж залишаються далекими її якісні складові, що потребують корекції на основі стратегічних і національних інтересів кожної з країн.

З 2015 по 2019 роки обсяг товарообігу зріс майже вдвічі, а обсяги експорту з України до Румунії більше ніж в півтора рази переважають обсяги імпорту.

Секція 8. Проблеми міжнародних економічних відносин на засадах сталого розвитку та в умовах викликів цифровізації економіки

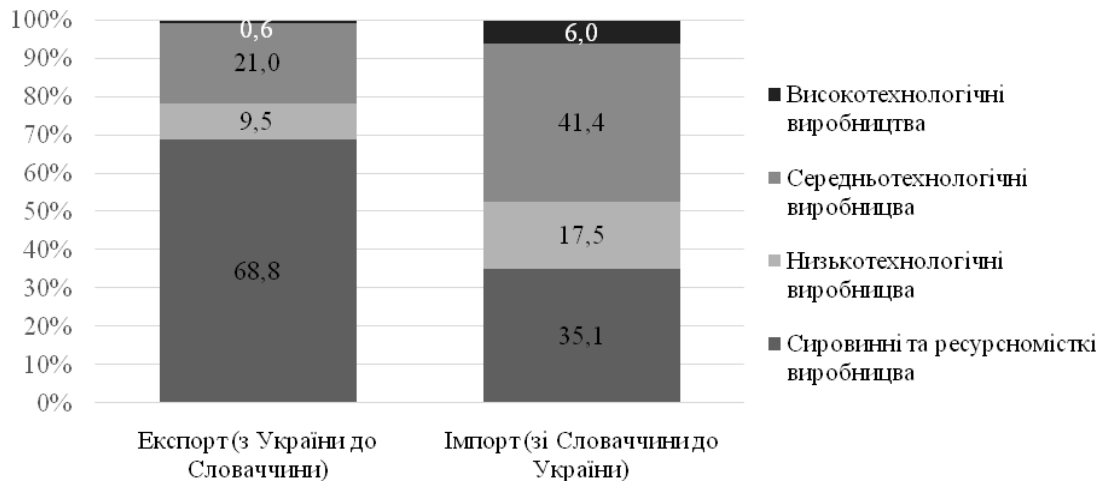


Рис. 1. Технологічний зріз структури торгівлі товарами між Україною та Словаччиною, 2019 р.

Аналогічно зі Словаччиною, обсяги товарообігу між країни зросли за рахунок глибокої та всеохоплюючої зони вільної торгівлі, а не через поглиблення політико-економічних зв'язків, оскільки характер співпраці не є постійним. Структура товарообігу також майже не зазнала змін, експорт з України до Румунії складається на 75% із сировини, ресурсномісткого промислового виробництва та низькотехнологічного виробництва, що містить експорт чорних металів, електричних проводів, руди, шлаків, золи та іншої сировини (рис. 2).

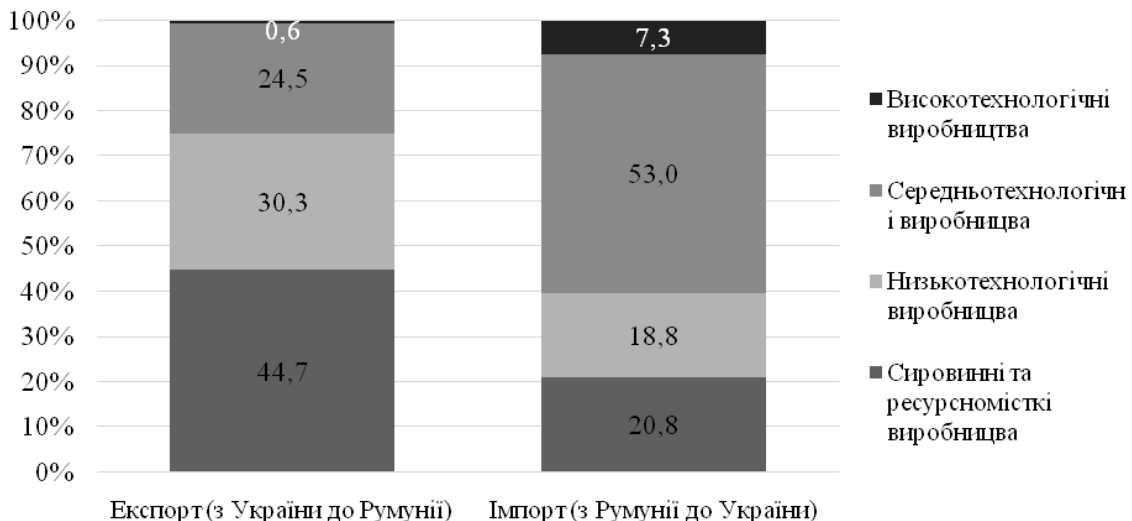


Рис. 2. Технологічний зріз структури торгівлі товарами між Україною та Румунією, 2019 р.

Натомість імпорт – на 60,3% складається з середньо- і високотехнологічного виробництва, включаючи засоби наземного транспорту, електричні машини, обладнання та їх частини, котли та інше устаткування. Також, навіть, зі зростанням кількості спільних підприємств (згідно з даними Міністерства економіки, енергетики та бізнес середовища Румунії, у 2019 році кількість спільних українсько-румунських підприємств становила 915 од., у 2018 році – 804 од.), наявні урядові домовленості щодо зростання обсягів торгово-економічних операцій з поставок промислових товарів з високим ступенем переробки є абстрактними і не визначають конкретних положень щодо поглиблення кооперації між Україною та Румунією.

Отже, проведений аналіз профілів двосторонньої торгівлі може бути використаний в якості підґрунтя для обговорень потенційних напрямів співпраці у ході засідань міжурядових комісій з економічних питань між Україною та Словаччиною, Україною та Румунією. Особливої уваги потребують ті галузі, де рівень внутрішньогалузевої торгівлі перебуває на нульовій позначці. Це свідчить про недостатньо активну та ефективну комунікацію як на інституційному рівні, так і на рівні бізнес-суб'єктів (суб'єктів господарювання).

Важливим є забезпечення участі представників відповідних сфер бізнесу до двостороннього міжурядового діалогу для виявлення необхідних напрямів державної підтримки потенційної міжнародної кооперації.

Узгодження структурного реформування внутрішнього ринку України з досягненням цілей сталого розвитку

Необхідність запровадження структурних змін та інституційних реформ на внутрішньому ринку України зумовлює до пошуку інструментів їх узгодження із орієнтирами досягнення Україною Цілей Сталого Розвитку (ЦСР), затверджених на Саміті Організації Об'єднаних Націй (ООН) зі сталого розвитку у 2015 році. Національна система ЦСР включає 86 завдань національного розвитку та містить 172 моніторингові показники, побудована за принципом всеосяжного залучення підсистем ринку для забезпечення підґрунтя розвитку вітчизняної економічної системи. На сьогодні до вітчизняних умов розвитку вважаються адаптованими 17 глобальних ЦСР, встановлено бенчмаркінгові орієнтири до 2030 року, за допомогою сценарних підходів визначено напрями ринкового розвитку на довгострокову перспективу.

Впровадження інструментів реформування внутрішнього ринку потребує чіткого окреслення суспільно прийнятних пріоритетів досягнення цілей розвитку. Узгодження структурних змін із завданнями ЦСР стратегічно орієнтують розвиток України в напрямі сталого економічного зростання та розбудови стійкості, вимагаючи переорієнтування економіки у бік інноваційного розвитку та зміни структури експорту від сировинної моделі до продуктів з високою доданою вартістю. Цілі та індикатори структурних змін внутрішнього ринку України наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Цілі та індикатори структурних змін внутрішнього ринку України

Цілі структурних змін	Індикатори, узгоджені із завданнями ЦСР	Цільові значення індикаторів		
		2020	2025	2030
Зростання ВВП на основі модернізації внутрішнього ринку, розвитку інновацій, експортної переорієнтації на продукцію з високою доданою вартістю	1.1. Середньорічний індекс фізичного обсягу валового внутрішнього продукту (ВВП), %	104	106	107
	1.2. Частка основного капіталу у ВВП, %	23	28	22
	1.3. Частка високотехнологічних товарів в обсязі експорту, %	25	28	30
	1.4. Позиції України у рейтингу Global Innovation Index	50	45	40
Переорієнтація ринків на засадах сталого розвитку та високотехнологічного виробництва	2.1. Коефіцієнт віддачі основних засобів	0,26	0,35	0,45
	2.2. Продуктивність праці, %	104	103,6	105
	2.3. Матеріалоємність ВВП	0,87	0,82	0,77
Інституційне реформування з метою реалізації ринкового потенціалу	3.1. Позиції України у рейтингу легкості ведення бізнесу Doing Business	30	25	20
Прискорений розвиток високотехнологічних секторів: – переробної промисловості; – інформаційних технологій; – високотехнологічного машинобудування; – нових матеріалів; – фармацевтичного; – біоінженерного.	4.1. Частка працівників, задіяних у високотехнологічних секторах внутрішнього ринку до загальної кількості зайнятих в економіці, %	26	28	29
	4.2. Частка витрат на виконання наукових і науково-технічних робіт у ВВП, %	1,5	2	3
	4.3. Частка реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової, %	5	10	15

Розвиток внутрішнього ринку України зазнає впливу деструктивних чинників:

- довготривалої деіндустріалізації;
- переважання сировинного виробництва;

Секція 8. Проблеми міжнародних економічних відносин на засадах сталого розвитку та в умовах викликів цифровізації економіки

- зниження наукового потенціалу;
- кадрових втрат;
- морального та фізичного зносу основних засобів.

Експортний потенціал забезпечується здебільшого продукцією з низькою доданою вартістю, у технологічній структурі експорту України частка високотехнологічних товарів у 2019 р. становила 6,2%, тоді як у світі цей показник сягає 20%.

Низька інвестиційна привабливість внутрішнього ринку України, обмеженість доступу великої частки ринкових суб'єктів до фінансових ресурсів, зумовлює стабільно низький ступінь нагромадження валового капіталу в структурі ВВП. Практично не відбувається приросту активів внутрішнього ринку України, гальмується модернізація економіки, знижується інноваційний потенціал. У поєднанні з високою матеріалоемністю ВВП (0,881 проти середньоєвропейського значення 0,44), і низькою продуктивністю праці (17,2 тис. дол. проти середньоєвропейського значення 30,5 тис. дол.) це призводить до критичного зниження конкурентоздатності внутрішнього ринку України і не сприяє сталому зростанню вітчизняної економіки.

Зважаючи на те, що інклюзивний стійкий розвиток внутрішнього ринку є основним джерелом стабільної індустріалізації національної економіки, структурні змін та інституційні реформи мають концентруватись на досягненні цілей реалізації ринкового потенціалу та інноваційності економіки. Структурні зміни внутрішнього ринку України передбачають створення ринкових стимулів і мотивацій для стійкого зростання економіки.

Цифрові технології визначають критичні точки стимулювання ринку щодо виробництва високотехнологічної продукції, їх запровадження має інтегруватись як із цілями ЦУР для розвитку промисловості, інновацій та інфраструктури, так і з інституційними механізмом сприяння інноваційним технологіям. Цифровізація здатна стати драйвером зростання економіки, адже її активне запровадження прямо корелює із зростанням ВВП на душу населення і зниженням рівня безробіття, ініціюючи інноваційно-інвестиційну активність бізнес-середовища.

Орієнтація України на системне досягнення ЦСР вимагає, щоб основні зусилля спрямовувались на виконання таких завдань сприяння всеохоплюючому та сталому економічному зростанню:

- економічний прорив та активізація інвестиційної активності;
- трансформація існуючих сегментів внутрішнього ринку в конкурентоспроможні та високоефективні;
- технологічна і креативна модернізація промислових суб'єктів внутрішнього ринку;
- розвиток людських ресурсів, їх інноваційного потенціалу і компетенцій.

Разом із тим, інтерпретація Міністерством економічного розвитку і торгівлі України окремих ЦСР викликає сумніви в ефективності застосування інструментів інституційних реформ на внутрішньому ринку в означеному ракурсі. Зокрема, одна з економічних субцілей в загальній інтерпретації ООН спрямована на підвищення продуктивності економіки шляхом диверсифікації, технічної модернізації та інноваційної діяльності, з прицільною увагою до секторів з високою доданою вартістю і наукомістким виробництвом.

Натомість національне визначення оперує категоріями стійкого зростання ВВП на основі модернізації виробництва та розвитку інновацій, а також зростання експортного потенціалу внутрішнього ринку через його структурну зміну у бік продукції з високою часткою доданої вартості. Як бачимо, границі субцілі значно звужено, що дезорганізовує розроблення інституційних важелів здійснення високотехнологічного прориву в неекспортно-орієнтованих секторах ринку. Для досягнення цієї цілі необхідно розробити стратегію модернізації промислового комплексу з врахуванням національних та глобальних викликів:

- ресурсних;
- інституційних;
- соціально-економічних тощо.

Таким чином, інституційне реформування і трансформація внутрішнього ринку України, усталених моделей бізнесу, виробничих ланцюгів та операційних процесів вимагають і зумовлюють виникнення концептуально нових товарів і послуг, спричиняють до появи інноваційних бізнес-платформ і секторів ринку, що прямо кореспондується з досягненням цілей ЦСР прискореного розвитку високотехнологічних секторів ринку. Стрімка зміна бізнес-середовища зумовлює необхідність розробки нових інструментів інституційного реформування внутрішнього ринку та їх узгодження із адаптованими для України Цілями сталого розвитку.

Важливо ефективно задіяти наявний потенціал інформаційно-комунікаційних (ІКТ) і цифрових технологій, забезпечити активний розвиток і доступність інформаційної інфраструктури, системну інтеграцію високотехнологічних секторів внутрішнього ринку в світову (глобальну) економіку. Інституційне реформування ринку має інтегрувати принципи ділової досконалості та управління якістю на макро-, мезо- та мікро- рівнях для підвищення конкурентоспроможності національної економіки.

**Клименко К.В., старший науковий співробітник
відділу міжнародних фінансів та фінансової безпеки, к.е.н.
НДФІ ДННУ «Академія фінансового управління», м. Київ**
**Савостьяненко М.В., старший науковий співробітник
відділу міжнародних фінансів та фінансової безпеки
НДФІ ДННУ «Академія фінансового управління», м. Київ**

Актуальні питання співробітництва України зі Світовим банком в умовах економічної рецесії та пандемії COVID-19

Характерними рисами сучасного етапу розвитку міжнародних економічних відносин є глобалізація, поглиблення інтеграції економік різних держав у світове господарство. Внаслідок об'єктивних економічних процесів і світових кризових явищ для багатьох країн пріоритетне значення має співробітництво з міжнародними фінансовими організаціями (МФО), особливо з Групою Світового банку, яке уможливорює ефективне використання оптимальних комбінацій кредитно-фінансових інструментів.

Група Світового банку, ресурси якої є одним із найбільших джерел зовнішнього фінансування і досвіду для країн, що розвиваються, вживає широкомасштабні, оперативні дії для підтримки економіки цих країн, а саме зміцнення їхніх можливостей для реагування на пандемію.

На сьогодні загальні обсяги фінансування Світовим банком в рамках понад 80 проектів та програм в Україні склали близько 14 млрд. дол. США. В оприлюдненому макроекономічному прогнозі Світового банку був збережений прогноз щодо розвитку економіки України, який Світовий банк зробив ще в квітні 2020 р. Тоді він зменшив прогноз на 7,2 в. п. порівняно із січневим прогнозом. Економіка України під час пандемії COVID-19 скоротиться на 3,5%. Це оптимістичніше, ніж прогноз уряду України (-4,8%) чи МВФ (-7,7%).

Річна оцінка Світового банку спирається на дані падіння валового внутрішнього продукту в I кварталі 2020 року на 1,5%. Валовий внутрішній продукт України, як очікується, зросте на 3% в 2021 році (на 1,2 в. п. менше, ніж очікувалося в січні). Більш широке розповсюдження інфекції по всьому регіону та пов'язані із цим обмежувальні заходи означатимуть ще більш жорстке скорочення споживання та інвестиції.

26 червня 2020 р. Рада виконавчих директорів Світового банку ухвалила рішення про надання Україні 350 млн. дол. в рамках Першої позики на політику розвитку в сфері економічного відновлення (ППР) на підтримку реформ, які є критично важливими для економічного відновлення. Ця позика також допоможе пом'якшити наслідки пандемії COVID-19.

Основні реформи, які підтримуються в рамках ППР, включають:

- зміцнення земельного та кредитного ринків шляхом створення ефективного ринку сільськогосподарських земель та врегулювання проблемних кредитів у державних банках;
- підтримку демонополізації та антикорупційних інституцій, а також реструктуризацію газового сектору;
- посилення системи соціального захисту для підтримки людей похилого віку, які є особливо вразливими до COVID-19.

В рамках цієї позики на політику розвитку надається 350 млн. дол. США на підтримку державного бюджету у скрутні часи. Світовий банк вітає зобов'язання уряду щодо реформ, спрямованих на підготовки економіки до відновлення зокрема, суттєві кроки, зроблені для зняття мораторію на продаж сільськогосподарських земель, та збільшення виплат вразливим групам населення похилого віку. Реструктуризація газового сектору шляхом створення незалежного оператора газотранспортної системи вже зараз забезпечує Україні отримання доходів від транзиту газу.

Зміцнення антикорупційних інститутів націлене на запровадження однакових умов у приватному секторі та посилення довіри інвесторів. Врегулювання проблемних кредитів у держбанках допоможе підвищити ефективність та доступність кредитування українських компаній.

Ця ППР є однією із двох запланованих позик. Друга ППР буде спрямована на надання підтримки у розробці додаткового важливого законодавства в сфері земельної реформи та подальше підсилення пенсійних виплат вразливому населенню похилого віку. ППР є частиною посиленої підтримки, яка надається Світовим банком Україні для запровадження заходів щодо подолання наслідків COVID-19 та доповнює додаткове фінансування 135 млн. дол. США на проект «Поліпшення охорони здоров'я на службі у людей» та 150 млн. дол. на проект «Модернізація системи соціальної підтримки населення України», яке було нещодавно схвалене Світовим банком.

Так, 3 квітня, 2020 р. було опубліковано звіт з оцінки системи державних видатків та фінансової підзвітності в Україні (ДВФП) за 2019 р. Оцінка була виконана Світовим банком у рамках Програми

Секція 8. Проблеми міжнародних економічних відносин на засадах сталого розвитку та в умовах викликів цифровізації економіки

Європейського Союзу щодо реформування системи державного управління та управління державними фінансами (EURoPAF) та в тісній координації з Міністерством фінансів. Партнери з розвитку з Міністерства фінансів США та Швеції були в складі групи з виконання оцінки. Звіт представляє діагностику ефективності управління державними фінансами на національному рівні та відзначає зміни, що відбулися в ньому після попередньої оцінки державних видатків та фінансової підзвітності у 2015 р.

В Україні відбулася четверта оцінка державних видатків та фінансової підзвітності на національному рівні. Попередні оцінки державних видатків та фінансової підзвітності проводились у 2006, 2011 та 2015 рр.: результати попередньої оцінки лягли в основу стратегії реформування системи управління державними фінансами країни на 2017–2020 рр. Результати ж поточної оцінки закладають основу нової стратегії реформування Уряду України на 2021–2024 рр.

Оцінка державних видатків та фінансової підзвітності за 2019 рік відзначає що уряд України досяг прогресу у застосуванні Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку в державному секторі (МСБОДС). Згідно з даними звіту, Урядом було удосконалено інструменти макроекономічного та бюджетного прогнозування, а також підвищено рівень прозорості в сфері управління державними фінансами шляхом запровадження відкритого порталу з бюджетними даними та системи електронних закупівель «ProZorro».

Порівняння оцінок ДВФП за 2019 та 2015 роки говорить про те, що багато показників та параметрів покращилися, зокрема ті, що стосуються фіскальної дисципліни, стратегічного розподілу ресурсів та ефективного використання ресурсів для надання послуг. Однак деякі показники погіршилися з моменту останньої оцінки ДВФП. Наприклад, скорочено час на підготовку бюджету, скоротилася кількість позаконкурсних публічних закупівель та зменшилась кількість аудитів фонду заробітної плати порівняно з попередніми оцінками ДВФП. Методологія базується на міжнародних стандартах та передовому досвіді, відібраних та узагальнених досвідченими фахівцями-практиками.

27 квітня 2020 року Рада директорів Світового банку затвердила додаткове фінансування в розмірі 135 млн. дол. США для Проекту «Поліпшення охорони здоров'я на службі у людей», з метою розширення заходів реагування на пандемію COVID-19, які запроваджуються в секторі охорони здоров'я в Україні. В рамках діючого проекту «Поліпшення охорони здоров'я на службі у людей» надається допомога у відновленні міських лікарень та фельдшерсько-акушерських пунктів у сільській місцевості, закупівлі сучасного обладнання та покращенні якості медичних послуг. Початкова сума інвестицій, у розмірі 215 млн. дол. США, спрямовувалася на підтримку реформ в секторі охорони здоров'я, покращення надання послуг, а також підвищення ефективності системи охорони здоров'я в цілому. Додаткові кошти, у розмірі 135 млн. дол. США, допоможуть Україні здійснити необхідну модернізацію лікарень та впровадити важливі реформи, а також у провести навчання для тисяч українських лікарів щодо надання сучасних медичних послуг.

В рамках Проекту також надаватиметься підтримка для загального фонду державного бюджету з метою забезпечення потреб населення у медичних послугах. 35 млн. дол. США спрямовуються на діяльність з протидії поширенню епідемії COVID-19. Ці кошти будуть використані на закупівлю необхідних матеріалів та обладнання в рамках заходів реагування на COVID-19, які впроваджує країна, проведення необхідного навчання для медичного персоналу, підтримку комунікації у наданні громадянам важливої публічної інформації. Нові виділені кошти також будуть використовуватися на відшкодування фінансування українським закладам охорони здоров'я, які надають послуги пацієнтам із COVID-19.

Викладене дозволяє виснувати, що за 29 років незалежності Україна розвивала плідне співробітництво з МФО. Було досягнуто певних позитивних результатів, однак залишається низка не вирішених питань, які перешкоджають поглибленню взаємовідносин. З одного боку, співпраця з МФО:

- є надійним і стабільним джерелом довгострокового фінансування пріоритетних проектів розвитку;
- дає змогу отримувати кредитні ресурси за найвигіднішими умовами для розбудови стратегічно важливих секторів економіки й інфраструктури;
- передбачає упровадження структурних реформ;
- передбачає фінансування державного бюджету та регулювання платіжного балансу;
- забезпечує доступ до найкращої міжнародної практики, стандартів і професійної експертизи проектів.

З іншого боку, кредити МФО формують довгострокову боргову залежність, хоч і надають допомогу в середньостроковому періоді.

Враховуючи зазначене вище, варто відзначити, що під час розроблення нових стратегічних документів слід зважати на головні аспекти реальної картини співпраці з міжнародними фінансовими організаціями, дотримуючись національних інтересів у сфері підтримання відповідного рівня фінансової безпеки держави. Водночас варто об'єктивно оцінювати ситуацію, забезпечувати режим максимального сприяння для життя взаємовигідних заходів за участю міжнародних партнерів.

Вплив цифровізації економіки на логістичну діяльність підприємства

В умовах сьогодення майже всі сфери нашого життя охоплені процесами цифровізації, яка вимагає від нас бути гнучкими, швидко адаптуватись до змін та реагувати на сучасні виклики сьогодення. Цифровізація – це нова реальність, не опція, а необхідність, зовсім не питання вибору. Цифрова економіка – це не тільки про комп'ютери, гаджети, програми та ін., а й про процеси, моделі та трансформації. У межах епохи глобальних змін діджиталізація передбачає появу інноваційних рішень у різних сферах діяльності людини: соціальной, політичній, технологічній, науковій, освітній, а також в області економіки.

Технологічні інновації відіграють все більшу роль у всіх галузях економіки, і логістика та управління ланцюгами поставок також не можуть залишатися осторонь від цього процесу. В останні роки галузь логістики значно просунулася вперед в таких областях, як штучний і розширений інтелект, розширена аналітика і автоматизація, і це лише деякі з них. Ці технології розвиваються швидше, ніж будь-коли, в той час як стартапи з ще більш новими рішеннями і інноваціями продовжують з'являтися швидкими темпами. Але ці інновації пов'язані з новими очікуваннями і стандартами, що примушують логістичні компанії або адаптуватися, або відставати. Сильний тиск виходить від клієнтів у вигляді приватних осіб і підприємств, кожен з яких вимагає, щоб їх продукти або послуги приходили швидше і дешевше, ніж будь-коли раніше. Але все ж таки транспортно-логістична галузь, на жаль, відстає в напрямі цифровізації якщо порівняти зі сферами телекомунікацій, банківських послуг, роздрібною торгівлю, тощо. Багато транспортно-логістичних компаній застосовують, як і раніше, ручну працю, неефективно використовуються вже наявні активи (в світі близько 50% вантажних транспортних засобів повертаються назад порожніми після доставки вантажу).

Серед важливих інноваційних логістичних трендів вагоме місце займає управління ланцюжком поставок в режимі реального часу. Ланцюжок поставок в режимі реального часу вже не є «технологічною родзинкою» або «дивиною» в логістиці: в 2019 році це почали впроваджувати багато компаній. Такі дані включають схеми переміщення транспорту, погодні умови в певній місцевості аж до стану доріг або під'їзних шляхів до портів, що дозволяє оптимізувати маршрути доставки. Відомо, що логістичні компанії, які використовують повністю інтегровані ланцюжки поставок, забезпечують на 20% більше ефективності в порівнянні зі своїми конкурентами. Слід згадати про технологію інтернету речей, сенсорів IoT. Іншими словами – це GPS-трекер, що є ключовим активом для відстеження поставок. Підключені пристрої IoT на посилках дозволяють складам відстежувати інвентар, транспортні засоби та обладнання за допомогою хмарних служб.

Без сумніву, за останні роки складські операції зазнали значних змін, тож одним з очевидних нововведень – це складська робототехніка, яка швидко розвивається. Мобільний складський робот Boston Dynamics, Handle, є одним із чудових прикладів: компанія розробила повністю автономного робота з невеликим розміром, великим радіусом дії та системою розширеної зони огляду, що дозволяє їй розвантажувати вантажівки, складати піддони та переміщувати ящики по всьому складу.

Серед інструментів найсучасніших логістичних платформ варто відзначити автоматизований пошук контрагентів, відхід компанії від паперових документів та прозорість даних.

Наступною, мабуть, однією з найцікавіших тенденцій логістичних технологій, за якою слід стежити є технологія цифрових двійників або цифрових близнюків. Сьогодні фізичний і цифровий світ вже можна об'єднати в один, що дозволяє нам взаємодіяти з цифровою моделлю фізичного об'єкта або його частинами так само, як і з їхніми фізичними аналогами. Головна мета використання цифрових двійників – це точне прогнозування, запобігання проблем до їх виникнення і ефективне планування на майбутнє. Заглядаючи в майбутнє, слід розуміти, що використання цифрових близнюків в різних галузях сприятиме більш ефективному прийняттю рішень. Це, в свою чергу, призведе до значних змін в ланцюжках поставок і логістичних процесах.

У самій галузі логістики цифрові двійники розширяють переваги IoT, які вже застосовуються сьогодні. У секторі транспортування цифрові близнюки можуть бути використані для збору даних про товари та упаковки та використання цієї інформації для виявлення потенційних слабких сторін та постійних тенденцій для поліпшення майбутніх операцій. Ця технологія також може використовуватися для складів та приміщень для створення точних 3D-моделей своїх центрів та експериментів зі змінами планування або введення нового обладнання, щоб побачити їхній вплив без ризиків. Крім того, логістичні центри здатні створювати цифрових близнюків і використовувати їх для тестування різних сценаріїв та підвищення ефективності.

Секція 8. Проблеми міжнародних економічних відносин на засадах сталого розвитку та в умовах викликів цифровізації економіки

Іншою з найбільш обговорюваних тенденцій логістичних технологій останнього часу є автономні, безпілотні транспортні засоби. Одна з найбільших у США поштових компаній UPS активно вивчає нові способи доставки, включаючи дрони і безпілотні вантажівки. Нещодавно компанія здійснила інвестицію в компанію TuSimple, що займається автономним водінням.

UPS проводили польові випробування доставки за допомогою автономних фур, а за технічний бік цього питання відповідав стартап TuSimple – перший «єдиноріг» на цьому ринку. Кінцевою метою компаній Daimler, Tesla, UPS, TuSimple є виведення на дороги вантажівок 4 рівня автономності, які будуть доставляти товар без допомоги людей, яким абсолютно не потрібна присутність людини в кабіні. Це нововведення призведе до суттєвого зменшення витрат компаній, а в ідеалі ще й підвищить безпеку дорожнього руху.

Найважливіший елемент цифрової логістики – електронний документообіг. Створення інформаційного простору цифрових перевізних документів вимагає застосування технологій великих даних і особливо методів їх аналізу. Використання електронного документообігу при здійсненні вантажних перевезень створює передумови до розвитку цифрової логістики як інноваційної технології управління інформаційними потоками в логістичній мережі на всіх ієрархічних рівнях. На підготовку паперової документації і на затримку доставки, пов'язану з її оформленням, доводиться 10–15% транспортних витрат. При впровадженні цифрової логістики на основі юридично визнаного електронного документообігу ці витрати і терміни доставки можуть бути знижені на 20–40%.

До найбільш відомих програмних забезпечень, використовуваних в логістиці, можна віднести:

- Enterprise Resource Planning (ERP) – планування ресурсів підприємства;
- Warehouse Management System (WMS) – система по управлінню складом;
- Transport Management System (TMS) – система по управлінню транспортом;
- Customer Relationship Management (CRM) – управління взаємовідносинами із споживачами (постачальниками);
- Radio Frequency Identification (RFID) – система радіочастотної ідентифікації за допомогою радіоміток та ін.

Ефект від використання цифрових технологій під час оформлення перевізних документів із застосуванням електронного підпису в прямому міжнародному сполученні формується на вищому рівні управління компанією і носить синергетичний ефект взаємодії всіх її елементів, а також призводить до усунення втрат часу на всіх етапах життєвого циклу оформлення взаємовідносин з клієнтом – вантажовідправником і вантажоодержувачем. Створення єдиного інформаційного простору за допомогою цифрових технологій відкриває нові можливості для управління логістичними процесами.

Слід зазначити, що найближчим часом вітчизняними підприємствами буде відбуватися передача логістичних процесів на аутсорсинг 3PL та 5PL провайдерам. Загалом, виділяють 5 рівнів логістики.

Перший з них – це 1PL (First Party Logistics). Під цим поняттям, як правило, розуміється автономна логістика, коли всі необхідні операції (складування, транспортування, інші) виконуються вантажовласником самостійно за допомогою власної інфраструктури та персоналу. Прикладами компаній з таким рівнем є компанії «Орлан-транс» у вантажних перевезеннях, «Тетра Пак» в області складських сервісів, які створили власні підрозділи, оскільки не знайшли якісних пропозицій на ринку.

Наступний рівень – 2PL (Second Party Logistics) – це найпростіша форма аутсорсингу логістики: стороння спеціалізована компанія в рамках контрактних зобов'язань бере на себе відповідальність за виконання задач з транспортування товарів та технічного управління складськими запасами.

3 рівень – 3PL-провайдери – це вже більш розвинена форма аутсорсингу, це зовнішня логістика, що дозволяє інтегрувати всі логістичні послуги в єдиний комплекс, який включає також такі додаткові послуги, як проміжне зберігання вантажу, так званий «cross docking», проектування та розробка інформаційних систем, використання послуг субпідрядників та ін. Велике значення має наявність могутньої інформаційної системи, що підтримує взаємини з клієнтами. Така система дозволяє пропонувати клієнтам «Open Book» (прозорі витрати) і брати участь в міжнародних тендерах. Оскільки більшість 3PL компаній зосереджені на якісному виконанні поставлених завдань, а не на процесі в цілому, це призвело до появи наступного рівня аутсорсингу – 4PL.

В сучасному розумінні 4PL – компанія – інтегратор, яка акумулює ресурси, можливості й технології власної організації та інших компаній для проектування, створення і підтримки комплексних рішень по управлінню ланцюгами поставок. Тобто, ця компанія – провайдер, виконуючи функції логістичних послуг провайдера 3PL, також виконує функції планування логістичних операцій, найм та координацію роботи субпідрядників інших рівнів, усі пов'язані фінансові трансакції, ведення документації тощо. Для діяльності провайдера 4PL важливо дотримуватись нейтралітету та незалежності, щоб запобігати будь-яким конфліктам інтересів.

Логістика п'ятого рівня – це Інтернет-логістика, яка забезпечується підтримкою сучасних мережевих технологій, спрямованих на стратегічне управління ланцюгами поставок, використовуючи бізнес-модель віртуального підприємства. Проте в нашій країні такий рівень сервісу ще не поширився в достатній мірі.

Круглов В.В., доцент кафедри менеджменту та публічного адміністрування, к. держ. упр.
Харківський національний університет будівництва та архітектури

Цифрова трансформація як спосіб побудови смарт-суспільства

Сучасна зміна управлінського, економічного та соціального ландшафту в значній мірі обумовлена цифровими технологіями, що трансформують спосіб людського життя та алгоритми функціонування підприємств і органів публічної влади. Враховуючи прискорений вплив інформаційних технологій на суспільство, взаємопроникнення різних сфер та напрямів, межі дії державного управління на підпорядковані об'єкти стають нечіткими. Майбутні перетворення передбачають вибудовування нових технологій та моделей управління на основі повноцінної заміни існуючої парадигми, що більшою мірою була сформована в «доцифрову» епоху.

Цифрова трансформація є організаційними чи суспільними змінами на основі впровадження цифрових технологій в усі аспекти взаємодії з людиною. Трансформаційні зміни виявляються в разі виникнення інноваційних методів роботи в процесі використання технологій, що заміщує просте розширення або підтримку традиційних підходів.

Цифрова економіка стала логічним продовженням поступового проникнення інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), великих даних, хмарних технологій у соціальну тканину суспільства. Знання та інформація дозволили створити сучасну форму соціально-економічного розвитку, яка оптимізує структуру економіки та підвищує продуктивність праці. Штучний інтелект, доповнена реальність, технологія блокчейн, бездротова передача енергії, 3Д-друк та ін. змінили старі технології досліджень, виробництва та надання послуг. Залежно від різних підходів щодо вимірювання, розмір цифрової економіки становить від 4,5 до 15,5% світового ВВП. Майже 40% доданої вартості, створюваної в світовому секторі інформаційно-комунікаційних технологій, припадають на США і Китай. Однак по відношенню до ВВП частка цього сектора вище всього в китайській провінції Тайвань, Ірландії та Малайзії. Число зайнятих в секторі ІКТ в світі виросло з 34 млн. осіб у 2010 р. до 39 млн. осіб у 2015 р., при цьому найбільший відсоток зайнятих (38%) працює в сфері комп'ютерних послуг. За цей же період частка сектора ІКТ в загальній зайнятості збільшилася з 1,8 до 2%.

Внаслідок надзвичайної ситуації з охороною здоров'я, спричиненої появою COVID-19, 4,6 млрд. громадян країн G20 стикаються із спробами зберегти продуктивність, практикуючи соціальне дистанціювання. Попит на послуги широкосмугового зв'язку зріс завдяки заходам, пов'язаних з перебуванням вдома та віддаленій роботі. Нова рекордно висока пропускна здатність була зафіксована в мережі Інтернет у країнах G20 з чистим збільшенням за період з грудня 2019 р. по березень 2020 року до 47% загальної пропускної здатності, що мали окремі країни.

Основу цифрової трансформації становить технологічний аспект, набори даних і бізнес-моделі як рушійні сили, що лежать в основі зазначеної трансформації, і спираються на аналіз «векторів» цифрової трансформації у багатьох сферах політики. Структура включає сім взаємопов'язаних вимірів політики: доступ; використання; інноваційність; робочі місця; соціальне процвітання; довіра; відкритість ринку. Використання переваг та вирішення проблем цифрової трансформації вимагає координації в усіх сферах політики, що передбачає розгляд питань, які дотичні до інших аспектів структурної політики.

Ці глобальні процеси цифрової трансформації не минули й Україну. Положення та зміна стану України в системі координат «індекс цифровізації економіки» та «ВВП на душу населення» свідчить про те, що Україна відстає за ступенем цифровізації економіки не тільки від розвинених країн, а й країн, що розвиваються, та подальше розширення цифрових технологій не перетворюється в збільшення випуску товарів і послуг. Крім проблеми подолання перешкод, пов'язаних з технологічним відставанням, Україна стикається з низкою викликів, які створюють кіберзлочинність, атаки на сайти та бази даних органів державної влади, кібершпиунство. Необхідність захисту користувачів та постачальників цифрового контенту від кібератак, вірусів та шахрайства вийшла на нові рівні, коли глобальний зсув економічної діяльності в Інтернеті ще більше пришвидшився пандемією COVID-19. Забезпечення довіри приватних осіб та підприємств до середовища Інтернету є вирішальною основою для цього зрушення.

Подальший розвиток цифрової трансформації вбачається у побудові смарт-суспільства, в якому «цифрова держава» зможе передбачувати та задовольняти складні й індивідуально диференційовані потреби конкретної людини на основі її персональних ознак та інтересів, формуючи інтегральний масив високоякісних послуг у різних сферах діяльності. Безумовно, смарт-суспільство має формуватися на основі своєчасного впровадження інновацій; модернізованої системи освіти; функціонування нових парадигм державного управління, які взаємодіють з більшістю соціальних та бізнес-процесів; можливостей громадян безпосередньо впливати на основні процеси цифрової трансформації та контролювати зазначені дії.

Лишняк А.О., магістрантка, 1 р.н., гр. МЕМ–2, ФБСО
Науковий керівник – д.е.н., доц. К.В. Шиманська
Державний університет «Житомирська політехніка»

Підтримка міжнародних фінансових структур та фондів інтернаціоналізації бізнесу України на засадах сталого розвитку

Програми для розвитку малого та середнього підприємства є однією з актуальних тем сьогодні, адже саме такі компанії надають роботу більше ніж 4 млн. людей та виробляють приблизно 20% валового внутрішнього продукту (ВВП) України. Задля розвитку приватного сектору були впроваджені та розроблені різні програми, які допомагають не тільки отримати фінансування, а й актуальні знання щодо вигоди на міжнародні ринки.

Малі та середні підприємства в регіоні Східного партнерства Європейського Союзу (ЄС) (країни-партнери ЄС: Вірменія, Азербайджан, Білорусь, Грузія, Республіка Молдова та Україна) мають потенціал прискорити економічне зростання та зменшити безробіття у своїх країнах. Але на шляху досягнення таких цілей виникають труднощі, зокрема у виході малих та середніх підприємств на нові ринки. Обмежене фінансування та обтяжливе законодавство теж сповільнює розвиток приватного сектору, тому за ініціативою ЄС було створено програму «EU4BUSINESS».

Головне завдання «EU4BUSINESS» в Україні – поліпшити бізнес-клімат в країні. Дана програма допомагає малим та середнім підприємствам отримати фінансування та якісні знання для жінок, які очолюють дані підприємства та для тих працює в сфері зеленої економіки. Крім цього, учасники програми мають можливість отримати технічну підтримку щодо стандартів ЄС. Саме це сприяє збільшенню експорту та отримання вигоди від угоди про вільну торгівлю між Україною та ЄС, зокрема впровадження технічних регламентів, санітарних та фітосанітарних заходів, які сприяють досягненню цілей сталого розвитку в ході міжнародної торгівлі.

Всі ми знаємо про COVID-19, який змусив задля збереження життя людства впроваджувати карантин, що негативно вплинув на малі та середні підприємства. Для боротьби з наслідками ЄС виділив для кредитування 10 млн. євро та 25 млн. євро додатково для програми, яка підтримує малі фермерські господарства. Також виробники продуктів харчування, одягу мають можливість отримати гранти на суму до 6500 євро. Так, українська лізингова компанія «ОТП Лізинг» отримала від Європейського банку реконструкції та розвитку (ЄБРР) кредит для довгострокових лізингових компаній на загальну суму 15 млн. євро.

Позитивним є те, що отримати дані гранди чи кредитування можна не тільки в євро, а й в національній валюті. Це допоможе захистити позичальника від валютних ризиків.

Кошти, отримані від міжнародних фінансових організацій (МФО), – це джерело доступних фінансових ресурсів. Також потрібно зазначити, що терміни на які вони надаються, є достатніми аби реалізувати проект. Проблема в тому, що Україна не використовує на 100% можливості, які надають МФО, бо Департамент міжнародних фінансових проектів співпрацює на суто технічному рівні, так як це не входить в його обов'язки. Для ефективної роботи потрібно створити при Міністерстві фінансів України структуру, яка б справді вирішувала питання квот, можливість вступу України до міжнародних організацій, де вона не є членом, планування стратегій міжнародних економічних відносин тощо. Не зважаючи на ці труднощі, підприємства користуються даними кредитними коштами.

Однією з МФО є Міжнародний валютний фонд (МВФ), основні завдання якого є стабілізація грошових відносин, зокрема обмінних курсів, кредитування, розширення світової торгівлі, сприяння міжнародній співпраці в грошовій політиці.

Літом 2020 року Рада директорів МВФ схвалила рішення щодо 18-місячної програми, яка надає Україні п'ять мільярдів доларів. Серед основних умов кредитування є зменшення впливу кризи економіки, яка посилилася через появу COVID-19, підтримка домогосподарств та підприємств, забезпечення незалежності Центрального банку, гнучкості валютного курсу та підтримка уряду щодо антикорупційних заходів. Дані кошти потрібні для України потрібні аби подолати кризу, адже як повідомив МВФ, що ВВП країни впаде на 8,2%. Така ситуація очікується по всьому світі «Світовий банк заявляє, що на тлі пандемії коронавірусу та інфікування понад 7 млн. людей на планеті країни стикаються з безпрецедентною економічною кризою, що може вивести мільйони людей до межі бідності».

Таким чином, необхідною є популяризація серед представників малих та середніх підприємств знань про можливості та механізми використання фінансової підтримки міжнародних фінансових структур та фондів, зокрема в ході інтернаціоналізації бізнесу, адже така підтримка дозволяє посилити значення малих та середніх підприємств для досягнення Україною цілей сталого розвитку на локальному рівні та в ході міжнародної торгівлі.

УДК 657.1

Лобода Н.О., доцент кафедри обліку, аналізу і контролю, к.е.н.

Львівський національний університет імені Івана Франка

Чабанюк О.М., доцент кафедри бухгалтерського обліку, к.е.н.

Львівський торговельно-економічний університет

Кольба Р.М., студент

Львівський національний університет імені Івана Франка

Діджиталізація як функція облікової діяльності: коронакриза як контекст

Одним із способів вдосконалення обліку і аналізу господарської діяльності підприємств є використання автоматизованих обліково-аналітичних систем, застосування яких дає змогу підвищити якість, оперативність, точність, об'єктивність вихідної облікової інформації та надати її у зручному вигляді для аналізу й прийняття рішень.

Процеси діджиталізації проникли майже в усі сфери нашого життя. Вплив інформаційних технологій на розвиток людства неможливо переоцінити. За допомогою діджиталізації більша частина оточуючих нас економічних процесів перейшла у цифровий формат (цифрове середовище) і виступає невід'ємним компонентом інформаційного потоку, який активно розвивається та впроваджується в усі сфери людського життя.

Діджиталізація з щодня змінює вектор розвитку економічних систем загалом, та модернізації системи бухгалтерського обліку. Досвід розвинених країн переконує, що активний розвиток і впровадження діджитал-технологій у повсякденне життя становить одну з важливих умов набуття стійкої та прогресивної економіки. Він дозволяє знизити витрати людських ресурсів, грошових коштів та часу.

Діджиталізація має глобальний характер і являє собою невід'ємну частину ланцюга розвитку технологій, суспільства та взагалі процесів життя людини, які вже практично автоматизовані. Наразі понад 80% професій пов'язані з роботою на комп'ютері або з використанням комп'ютерних й інформаційних технологій і можуть або зникнути, або перейти у дещо інший формат.

На сучасному етапі господарювання, автоматизація облікового процесу на будь-якому підприємстві дає можливість зменшити затрати часу на виконання роботи працівниками бухгалтерії та зекономити кошти, а головне своєчасно забезпечить управлінський апарат необхідною інформацією. Рівень ефективності процесу обліку значно зростає, якщо його інформація є своєчасною, достовірною і повною, що обумовлює необхідність застосування комп'ютерних програм для автоматизації облікової інформації. Саме тому, в теперішніх умовах господарювання, перед підприємствами, які здійснюють свою діяльність, постає завдання обрати програмні комплекси для автоматизації обліку та управління, які найбільше задовольнятимуть їхні потреби.

Ведення обліку доходів та витрат підприємства є важливим елементом обліку, організованого на підприємстві, оскільки саме дані напрями ведення обліку визначають порядок формування та суму визначеного фінансового результату від діяльності підприємства.

Вдосконалення обліку витрат та доходів діяльності, при автоматизованій системі обліку, включає механізм накопичення інформації про витрати та доходи діяльності звітного періоду за допомогою формування бухгалтерських проведень із одночасним відображенням цих витрат за їх видами (елементами) згідно із класифікацією. Зміст та структура процесу автоматизованого обліку витрат підприємства визначається на етапі налаштування облікової системи. Також автоматизована система обліку витрат надає бухгалтеру можливість групування відповідних витрат за видами діяльності для подальшого, більш детального аналізу господарської діяльності.

Особливістю організації автоматизованого обліку доходів та витрат є:

- відокремлення доходів та витрат в обліку;
- забезпечення можливості реєстрації доходів та витрат підприємства в обліку;
- використання широкої номенклатури статей доходів та витрат підприємства для їх чіткого розмежування відповідно за типами операцій, джерелами отримання доходів й напрямками понесення витрат, що визначає порядок відображення даних доходів та витрат на рахунках обліку;
- забезпечення автоматизованого закриття рахунків обліку доходів та витрат відповідно до визначених ознак даних видів доходів та витрат.

Бухгалтерія стикнулася з конфліктом між програмним забезпеченням, який полягає у їх несумісності, що призводить до некоректного відображення інформації. Альтернатив програмного забезпечення, яке дозволяє полегшити ведення бухгалтерського обліку на ринку, існує досить багато, щороку створюються щонайменше з десяток нових пакетів. Оновлюються та доопрацьовуються вже діючі програми, а також значна частина програмного забезпечення потрапляє до нас із-за кордону, де

Секція 8. Проблеми міжнародних економічних відносин на засадах сталого розвитку та в умовах викликів цифровізації економіки

сектор автоматизації обліку вже на декілька кроків попереду від існуючого в Україні. Наразі програмного забезпечення існує понад 50 видів.

Важливу роль на підприємстві відіграють договори, їх правильне оформлення, структура та наявність усіх необхідних реквізитів. Програмне забезпечення дозволяє полегшити роботу з договорами, а це:

- автоматичне введення договорів у програму;
- формування файлів для автоматичного завантаження договорів та внесення змін до них на портал e-дата;
- контроль та аналіз виконання договорів тощо.

Перші кроки до процесів діджиталізації (цифровізації) наразі вже зроблено. Про це свідчить діджиталізація роботи державних служб, контроль за державними фінансами, електронні аукціони, онлайн-послуги. Наразі понад 100 онлайн-послуг дають можливість отримання якісного сервісу без втручання людини.

В 2019 році 76% органів виконавчої влади розміщують дані на Єдиному державному веб-порталі відкритих даних data.gov.ua; впроваджено понад 120 загальнодержавних e-послуг та 10 тис. онлайн зареєстрованих підприємств. Щорічне зростання ІТ-сфери зафіксовано на рівні 22%.

У бухгалтерському обліку за його класичним трактуванням виділяють шість процесів:

- виявлення;
- вимірювання;
- реєстрація накопичення;
- узагальнення;
- зберігання;
- передача інформації про діяльність підприємства зовнішнім і внутрішнім користувачам для прийняття рішень.

Наразі усі ці процеси повністю або частково автоматизовані.

Найпопулярнішими автоматизованими бухгалтерськими системами, які застосовуються в Україні, є такі:

- «1С: Підприємство»;
- «Парус»;
- «Fin Expert»;
- «Інфо-бухгалтер»;
- «Фінансовий аналіз» компанії «Інтелект-Сервіс»;
- «АУБІ»;
- «ABACUS Professional»;
- «БЕСТ»;
- «Супер Менеджер»;
- «Фоліо»;
- «БОСС» та ін.

Для того, аби краще зрозуміти вплив автоматизації бухгалтерського обліку, варто розглянути переваги застосування однієї з популярних сьогодні програм. Наприклад, однією з програм, які представлені в Україні для автоматизованого ведення обліку і особливостей оподаткування, згідно з нормами та вимогами законодавства нашої країни, є програма «Бухгалтерія для України» («Бухгалтерія 8»).

«Бухгалтерія 8» має широкий функціональний спектр, адже за її допомогою ведеться автоматизований облік:

- товарів і послуг, виробничих процесів, операцій по касі та банку, коштів та нематеріальних активів, матеріалів, взаєморозрахунків з контрагентами;
- розрахунок заробітної плати;
- регламентована звітність та багато іншого.

Окрім того, серед переваг використання даної програми виділяють:

- економія часу на формування документів та подання електронної звітності;
- можливість під'єднання багатьох користувачів у єдину інформаційну систему;
- можливість внести корективи та доповнення в процесі господарської діяльності;
- після продажний супровід програми.

З вищевказаного можемо зробити висновок, що сучасні процеси діджиталізації характеризуються високою автоматизацією як обліку окремо, так і процесів управління підприємством у цілому. Зараз професія бухгалтера зазнає трансформації в інформаційного аудитора, стає відповідальнішою та набуває інших можливостей. Інформаційно-програмне забезпечення таке ж важливе для бухгалтерського обліку підприємства як організація облікового процесу, наявність висококваліфікованих працівників, система документообігу та ін.

**Мартиненко О.М., магістрантка, 1 р.н., гр. МЕМ–2, ФБСО
Науковий керівник – д.е.н., доц. К.В. Шиманська
Державний університет «Житомирська політехніка»**

Екологічне пакування продукції – шлях до торгівлі на засадах стійкого розвитку

На сьогодні, упаковка товару слугує не лише для забезпечення його належного збереження, але й виступає важливим інструментом для комунікації зі споживачем прямо з полиці супермаркету. Експерти наголошують, що питання оформлення упаковки слід виносити окремим пунктом під час складання експортної стратегії – настільки зовнішній вигляд товару впливає на успіх на нових ринках.

Поточний товарний ринок характеризується високим рівнем конкуренції. Кожен виробник прагне привернути увагу споживачів до продукту, а одним з ефективних способів цього є упаковка. Підприємці часто вбачають у упаковці додаткові витрати на виробництво продукту та не розуміють цінність використання упаковки для належної презентації продукту і виробника. Вага і об'єм упаковки повинні бути мінімально необхідними, а сама упаковка – створеною шляхом переробки або компостування. Існують також обмеження на рівень важких металів, які можуть бути присутніми в упаковці (кадмій, ртуть, свинець).

З урахуванням проблем забруднення навколишнього середовища, на стадії створення пакування продукції, можна знизити вартість упаковки і мінімізувати її вплив на навколишнє середовище. Через тренд екологічності, можна зробити свій продукт більш привабливим для споживачів, які віддають перевагу екологічній упаковці. Упаковка захищає продукцію, полегшує перевезення, продаж та зберігання товарів.

Екологічно чиста упаковка, безумовно, є ключовим пріоритетом для бізнесу в усьому світі, і, таким чином, з'являються нові тенденції розробки екологічної упаковки (рис. 1).

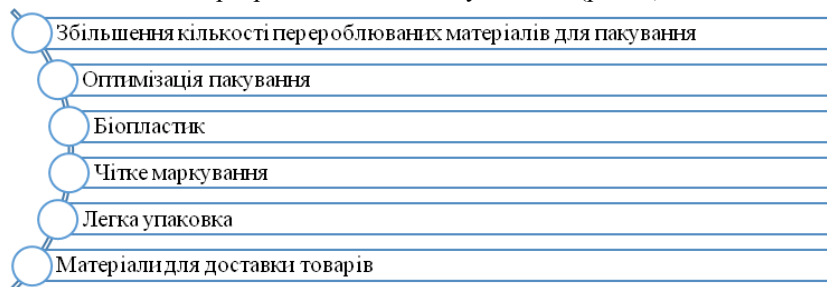


Рис. 1. Тенденції розробки екологічної упаковки

Зростає тенденція до максимізації переробленого складу упаковки або, принаймні, використання відновлюваного вмісту з стійким джерелом. Очікується, що буде продовжувати збільшуватися використання картону, паперу та вторинної сировини – від упаковки продуктів харчування до упаковки, що використовується для доставки матеріалів по всьому світу. Бренди та експерти з переробки працюють разом, щоб знайти нові рішення для важко переробних матеріалів, а також оцінити повний життєвий цикл продукту, щоб побачити, де можуть бути зроблені поліпшення.

Компанії зосереджуються на пошуку шляхів зменшення непотрібних пакувальних матеріалів, таких як додаткові коробки, зберігаючи при цьому те, що необхідно для захисту продукту. Ринок біопластмас, виготовлених з рослинного матеріалу, продовжує активно розвиватися, хоча все ще існують великі бар'єри – незначна кількість промислових об'єктів, обладнаних для переробки біопластику.

Брендам важливо взяти на себе зобов'язання щодо довкілля та соціальної відповідальності у сфері розробки та використання упаковки. Чіткі етикетки на зовнішній стороні упаковки підвищують прозорість, інформуючи споживачів про те, як правильно переробляти упаковку продукту.

З інноваційним пакувальним матеріалом концепція легкої упаковки набирає обертів. Переваги легкої упаковки зрозумілі:

- зниження витрат на матеріал і виробництво;
- зниження впливу на навколишнє середовище від транспортування;
- менше відходів, пов'язаних зі звалищами.

Важливою частиною ланцюга є постачання пакувальних матеріалів, що надалі матимуть більш екологічно чистий вигляд. Все більше компаній використовують переробні та багаторазові транспортні матеріали. Головним пріоритетом є переконатися, що товар доставляється безпечно та надійно. Трендом останніх років є збільшення випуску екологічно чистої продукції, цей напрям також активно поширюється й на пакування.

Перспективи розвитку фандрайзингу в умовах глобалізації та цифровізації економіки

Фандрайзинг – це професійна діяльність щодо мобілізації фінансових та інших ресурсів для реалізації соціально значущих і науково-дослідних неприбуткових проектів. Тобто мова йде про діяльність по залученню ресурсів на некомерційні проекти. Людину, яка займається залученням ресурсів, зазвичай називають «фандрайзером», а тих, від кого організація отримує підтримку, – донорами. Донорами можуть виступати: міжнародні організації, державні установи, комерційні структури, громадські некомерційні організації, приватні особи або тощо. За для успішного виконання своєї місії некомерційній організації потрібні ресурси.

Під поняття ресурси підпадають не тільки гроші, а й товари, приміщення, послуги, кваліфікований персонал, час, контакти, інформація також нерідко залучають особисті зв'язки, «друзів», підтримки та ЗМІ. Суб'єктами фандрайзингу є неприбуткові організації (НПО), які займаються пошуком необхідних ресурсів для реалізації проектів.

Фандрайзингові процеси завжди йдуть по так званому циклу фандрайзингу. Всі вони так чи інакше містять ряд основних елементів. Спочатку ми оцінюємо потреби своєї організації або проекту в ресурсах, а також цінність вашого проекту з точки зору потенційних донорів. Потім ми повинні оцінити можливі джерела підтримки.

Наступним етапом буде вибір технологій, способів звернення за підтримкою, а також власне звернення. Закінчується все вдячністю донорам і оцінкою виконаної роботи. (Наскільки ефективно було все зроблено? Чи була досягнута мета? Що можна поліпшити / додати? Так ми плавно повертаємося до першого пункту – з новою оцінкою потреб). При правильній організації роботи цей цикл стає безперервним.

Прискорений розвиток ІТ-технологій, онлайн-сервісів та й загалом цифровізація економіки призводить до створення більш широкого доступу до ресурсів, ліквідації посередників та фінансової децентралізації не лише для приватних чи економічних суб'єктів, але й для осіб, які працюють у «третьому секторі» – неурядових організацій, фондів, об'єднань, що одночасно відповідають п'яти вимогам: організовані, приватні, самоврядовані, добровільні і не розподіляють прибуток.

Важлива роль у проведенні фандрайзингової діяльності належить інноваційним технологіям та інтернет. Залучення ресурсів переважно відбувається шляхом застосування мобільних та інтернет-технологій для побудови і посилення взаємодії між стейкхолдерами, зацікавленими в позитивному результаті від соціального проекту чи стартапу. Залучення коштів онлайн є доволі простим у використанні, доступним, зручним та економним способом фінансування.

На сьогоднішній день у сучасному світі існує дуже багато різноманітних варіантів збору коштів для реалізації власних ідей, проектів, стартапів. Традиційні (оффлайн) методи залишаються важливими, проте – за умов глобалізації та тотальної цифровізації економіки з'явилося набагато більше можливостей для онлайн-фандрайзингу, який дає доступ до локально необмежених ресурсів. Більш того, за допомогою інтернету та електронної пошти можна здійснювати безпосередню розсилку (мейлінг), брати участь у краудфандингу та краудсорсингу соціальних проектів та навіть вести віртуальні переговори з донором. Соціальні мережі також стали доволі популярним, та що не менш важливо – ефективним засобом фандрайзингу. Також набуває популярності цифрова філантропія (проведення акції через СМС).

Одним з найважливіших джерел пошуку донорів є інтернет – на спеціальних інформаційно-пошукових серверах можна знайти інформацію про перелік фондів та грантодавчих установ, а також розмістити відомості про себе та свою діяльність (створення власного веб-сайту). Не новиною для нас є такий маркетинговий інструмент – QR-код, який теж є перспективним фандрайзинговим засобом збору коштів.

Незважаючи на переваги і можливості застосування цифрових технологій для залучення ресурсів, на всі маркетингові зусилля, активну роботу блогерів та копірайтерів, лише третина всіх благодійних внесків надходять через онлайн-канали.

Більшість донорів не прагнуть отримати задоволення якихось емоційних потреб, пов'язаних з фандрайзингом, вони не мають потреби у визнанні оточенням. Саме онлайн-фандрайзинг спроможний забезпечити анонімність пожертвувань у найкращий спосіб. Питання стосовно анонімності виникає саме у момент, який відділяє прийняття рішення від переказу коштів. В Україні найчастіше використовують такі системи онлайн-платежів: PayPal, WebMoney, ApplePay, iPay, Portmone, LiqPay, Platon, EasyPay, MoneyGram.

Миронюк М.А., студентка, 4 курс, гр. МЕ–3, ФБСО
Науковий керівник – д.е.н., доц. К.В. Шиманська
Державний університет «Житомирська політехніка»

Просування українського національного бренду на міжнародних ринках

Сучасний етап світового розвитку – це епоха динамічного поглиблення інтеграції політичного, економічного та культурного життя країн, активізація розвитку новітніх технологій та метаморфоза міжнародного ринку в єдиний глобальний економічний простір. На тлі глобалізації підвищується міжнародна мобільність факторів виробництва та посилюються процеси універсалізму та міжкультурної уніфікації. Це дедалі більше загострює конкуренцію між національними економіками, яка базується уже не на рівні «матеріальні/нематеріальні ресурси», а розширюється до конкурентних баталій за інвестування, сприятливі умови ведення підприємницької діяльності і навіть за сталий розвиток та безпеку.

В такому інтенсивному ритмі, щоб не залишитися «за бортом» світової спільноти, країни мають генерувати нові підходи для свого соціально-економічного розвитку, вміти належним чином позиціонувати себе, просувати свої активи на всіх видах ринку та формувати унікальний конкурентний національний бренд.

Для України просування власного національного бренду є вкрай актуальним питанням. А з огляду на захист своєї територіальної цілісності та переорієнтації на євроінтеграційний напрям питання бренду «Україна» ще більше набуває нагальної оцінки та аналізу ефективних шляхів формування узору країни.

С. Анхольт проаналізував та систематизував фактори, які формують імідж країни та визначають її місце на міжнародному ринку. Розробка британського вченого отримала назву «Шестикутник Анхольта». Відповідно до нього бренд країни формують шість критеріїв:

- туризм;
- експорт;
- люди;
- влада;
- культура та історична спадщина;
- інвестиції та імміграція.

На основі цих показників визначається Nation Brands Index.

Так, в десятку найдорожчих національних брендів світу 2019 увійшли такі країни, як: США, Китай, Німеччина, Японія, Велика Британія, Франція, Індія, Канада, Південна Корея, Італія. В десятку найсильніших національних брендів в 2019 році – Сінгапур, Швейцарія, Нідерланди, Німеччина, Люксембург, ОАЕ, Фінляндія, Японія, США та Данія.

Україна в рейтингу Nation Brands 2019 знаходиться на 56 місці зі 100, це на дві позиції вище, чим в попередньому році. Якщо порівнювати її позицію серед постсоціалістичних країн, то її показники набагато кращі, чим в країн Прибалтики, проте вона поступається Росії, Словаччині, Польщі.

Та незважаючи на незначні покращення показників Україна залишається для світового співтовариства однією країною з групи країн, що розвиваються з нестабільною політичною ситуацією, корупцією, кредитами МВФ та економічними негараздами. Крім того, Україна продовжує асоціюватися з СРСР та аварією на ЧАЕС.

Також варто відмітити те, що вихід в 2019 році британсько-американського міні-серіалу «Чорнобиль» лише посилив «впізнання» України по одній з найбільших екологічних та техногенних катастроф в світі. Таке позиціонування країни навряд чи привабить інвесторів та допоможе підвищити економічні показники країни.

Одним з найважливіших елементів національного брендингу є реалізація вітчизняних товарів за кордоном. Адже від якості та сфери використання товарів залежить імідж країни. Так, Японія позиціонує себе на ринку як високотехнологічна країна з такими світовими брендами, як:

- Toyota;
- Sony;
- Panasonic;
- Mitsubishi;
- Nissan.

Італія та Франція – це осередки моди: Gucci, Dolce&Gabbana, Armani, Dior, Lois Vuitton, Chanel.

До найдорожчих українських брендів за оцінкою компанії MPP Consulting належать (рис. 1):

- ТМ «Моршинська»;
- ТМ «Оболонь»;

Секція 8. Проблеми міжнародних економічних відносин на засадах сталого розвитку та в умовах викликів цифровізації економіки

- ТМ «Roshen»;
- ТМ «Nemiroff»;
- ТМ «Sandora»;
- ТМ «Наша Ряба»;
- ТМ «Хортиця».

Место (изменение по сравнению с прошлым годом)	Бренд	Отрасль	Стоимость, \$ млн	Динамика по сравнению с 2018 годом
1 (-)	Моршинська	Напитки	550	3,2%
2 (-)	Нова пошта	Логистика	310	8,8%
3 (-)	Rozetka	Электронная коммерция	302	23,8%
4 (-)	ПриватБанк	Финансовые услуги	299	26,2%
5 (+2)	Roshen	Кондитерская промышленность	276	34,0%
6 (-1)	Sandora	Напитки	252	9,1%
7 (-1)	Хортиця	Алкогольная промышленность	215	-6,1%
8 (+3)	Наша Ряба	Продукты питания	189	22,7%
9 (-)	АТБ	Ретейл	168	7,0%
10 (+2)	Хлібний Дар	Алкогольная промышленность	159	8,9%

Рис. 1. Топ-10 найдорожчих брендів України

Вітчизняний бренд формують переважно харчові продукти.

Для українських виробників вихід зі своїм брендом на міжнародний ринок стає справжнім випробуванням. Адже для цього потрібні не тільки покращувати якість продукції, щоб вона була конкурентоспроможною, а покращувати бренд самої країни, щоб «made in Ukraine» виступало гарантом якості та надійності.

На сьогодні почали впроваджувати проекти по просування національного брендингу. В 2018 році Кабмін України затвердив нову стратегію по просуванню українського національного бренду «Ukraine NOW», яка була перезапущена в серпні 2020 року. Дана стратегія направлена не тільки на викорінення уявлення іноземців про Україну, як про війну та корупцію, а створення цілісного образу гостинної та красивої європейської країни. Незважаючи на те, що новий бренд України розкритикували, що стало причиною до вдосконалення та перезапуску, проте це вже новий етап в просуванні бреду «Україна» на міжнародних ринках.

Незважаючи на державну політику в сфері національного брендингу, є ряд проблем в країні, ігнорування яких стане на заваді ефективному просування українського бренду у світі:

1. Війна на Сході країни.
2. Нестабільна політична та економічна ситуація.
3. Високий рівень корупції.
4. Відсутність системного управління просуванням національного бренду.
5. Брак коштів на просування бренду.
6. Безсистемне і неефективне використання коштів, виділених на брендинг.

Для того, щоб вирішити ці проблеми потрібні значні фінансові вкладення та ефективна брендингова стратегія. Як варіант, потрібно створити прозорий орган, завданням якого було розроблення та управління стратегією по просуванню бренду «Україна». До контролю над цим органом необхідно також залучити громадськість, незалежних експертів та аудиторів. Окрім того, потрібно реформувати судову систему, яка була б спроможна захистити права не тільки власних громадян, а й іноземних інвесторів. Також необхідно покращити якість інфраструктури та логістики в Україні.

Важливим фактором в формуванні національного бренду є культура та звичаї країни. Тому необхідно через систему освіти підвищувати культуру поведінки та в майбутньому корпоративну культуру українців. Важливо здійснювати всі реформи, враховуючи національну ідентичність країни.

Отже, основним завданням національного брендингу є забезпечення популярності та пізнаваності країни у світі, що в короткостроковому періоді збільшить приплив фінансових ресурсів в країні, а в довгостроковому – гарантує стійке економічне зростання. Для України брендинг має стати однією з національних стратегічних цілей для розбудови економіки та забезпечення її відповідного рівня в світовому середовищі. Стратегією по просуванню українського бренду має стати національна бренд-ідентичність, яка враховувала б унікальність України, як майбутнього світового бренду.

**Мишаківська Л.О., магістрантка, 1 р.н., гр. МЕМ–2, ФБСО
Науковий керівник – д.е.н., доц. К.В. Шиманська
Державний університет «Житомирська політехніка»**

Ділова етика в міжнародному бізнесі в контексті реалізації концепції сталого розвитку

Як показує практика бізнесу, зокрема, міжнародного бізнесу, найбільшими етичними питаннями є забезпечення належних стандартів та умов праці на противагу до отримання понаднормових прибутків, формування довіри суспільства та добросовісна поведінка, питання релігії та культури, захист довкілля, протидія корупції, дотримання гендерних прав та недопущення дискримінації. Компанії, які виходять на міжнародний ринок, повністю дотримуються державних правил безпеки, законодавства про фінансову і грошову звітність та законів про права людини.

Щоб завоювати підтримку клієнтів, партнерів та досягти поставлених цілей, компанії уже мало просто нарощувати конкурентні переваги на певному ринку. Їй треба особливо уважно ставитися до культури кожної країни, враховувати культурні та релігійні бар'єри. Мова є також важливим фактором під час проведення перемовин та спілкування між компаніями, тому на першому етапі доцільно залучати перекладачів, але в подальшому компанія має формувати у власного персоналу мовні навички та здатність спілкування у мультикультурному середовищі.

Відповідно до Цілей стійкого розвитку, Ціль 16 «Сприяти розвитку мирних та інклюзивних суспільств для сталого розвитку, забезпечити доступ до правосуддя для всіх та побудувати ефективні, підзвітні та інклюзивні інституції на всіх рівнях» містить підціль 16.7 «Забезпечити прийняття рішень на всіх рівнях з урахуванням чуйності, інклюзивності, участі та представництва». І мова йде не тільки про забезпечення інклюзивності та рівності на рівні держави. Важливу участь у досягненні такої цілі відіграє інтернаціоналізований бізнес.

Культурні норми можуть ускладнити життя як компанії в цілому, так і окремого співробітнику. Компанії, чії дії не відповідають необхідним етичним нормам, можуть зіштовхнутись з негативними наслідками для своєї міжнародної діяльності, наприклад, бойкотомії продукції чи послуг. Свідомо йдуть на такий ризик фармацевтичні або тютюнові підприємства. Захисники охорони здоров'я у всьому світі підтримують думку, що куріння шкодить здоров'ю людини, однак у багатьох країнах цигарка навіть може надати соціальний статус.

Корупція лишається вагомим проблемою багатьох країн. Навіть деякі світові компанії опинились по іншу сторону етики й закону. Наприклад, компанія Siemens у 2008 р. погодилась виплатити 1,4 млрд. дол. уряду США та Німеччини після того як стало відомо, що відбулись певні махінації, аби оминути чинні правила й отримати прибуток у будівництві гілок метро у Венесуелі, планів електропостачання в Ізраїлі, нафтопереробних заводів в Мексиці, а також для розвитку мобільної мережі в Бангладеш, розробки національних посвідчень в Аргентині, медичних пристроїв у В'єтнамі, Китаї та Росії. Щорічно організація Transparency International аналізує тенденції світової корупції, більше ніж у 100 країнах світу. Відповідно до рейтингу 2019 р., Україна посідає 126/180. В результаті з 1999 по 2007 рік 560 фізичних та 184 юридичних осіб були притягнуті до кримінальної відповідальності за хабарництво закордоном. Дана статистика показує, що корупція підступна й змушує людей втрачати віру, але гарна новина полягає в тому, що громадськість готова відстоювати свої права на більш прозорий й чистий світ.

Ділова етика постійно розвивається. Наприклад, хабарництвом протягом довгих століть вважалося загальноприйнятою діловою практикою в Японії та Кореї. Ці країни були змушені скоригувати свої принципи, щоб увійти на міжнародний ринок. В США закони про дискримінацію та регулювання бізнесу значно змінились за останні десятиліття. Яскравим прикладом є масові протести у 2020 р. після смерті Дж. Флойда.

Найскладніший аспект полягає в тому, що у міжнародному бізнесі не існує жодних конкретних визначень чи правил, щодо етики. Хоч культура і має значний вплив, компаніям доводиться самостійно орієнтуватися, виокремлювати цю тонку межу оскільки це, насамперед, впливає на їх прибуток та репутацію. Компанії та їх співробітники намагаються знаходити баланс між етичною поведінкою та інтересами бізнесу. Незважаючи на те, що корупція є досить неетичною, компанії все ще програють тим, хто менш старанно дотримуються цього принципу. Щоб уникнути непорозумінь, компанії, особливо в Сполучених Штатах Америки, та деяких сферах фрілансу встановлюють чіткі обмеження щодо вартості подарунків чи заохочень. Зазвичай не більше 100 дол. і лише на Різдвяні свята.

Задля дотримання ділової етики необхідно забезпечити: належні стандарти та умови праці на противагу до отримання понаднормових прибутків; формування довіри суспільства та добросовісна поведінка; реалізацію прав у сфері релігії та культури; захист довкілля; протидію корупції; дотримання гендерних прав та недопущення дискримінації.

Обіход С.В., доцент кафедри цифрової економіки та міжнародних економічних відносин, к.е.н., доц. Державний університет «Житомирська політехніка»

Електронний бізнес як форма розвитку підприємництва в умовах глобалізації

Сучасні тенденції глобалізації світу та розвитку глобальної економіки переконливо доводять необхідність переосмислення способів і моделей ведення бізнесу під впливом використання інформаційних систем та технологій. Це надає нові перспективи розвитку підприємництва. Інтернет став сучасною територією для ведення бізнесу, за допомогою якого значно розширюються можливості відображення реальної економіки у віртуальному глобальному світі.

Результатом вищенаведених процесів є розвиток такого економічного та правового явища, як електронний бізнес. Узагальнення ознак електронного бізнесу як різновиду економічної діяльності дає можливість констатувати наступне:

– електронний бізнес безпосередньо пов'язаний з використанням інформаційно-комунікаційних технологій та мережі Інтернет, які є його технологічною основою;

– електронний бізнес орієнтовний на досягнення певної цілі господарюючого суб'єкта (отримання прибутку, оптимізація господарської діяльності, управління інформацією, трансформація та оптимізація бізнес-процесів, зміна маркетингової практики й оптимізація взаємовідносин зі споживачами, краща відповідність запитам та потребам клієнтів, поліпшення іміджу підприємства, розширення ринку, розвиток нових сфер діяльності тощо) за допомогою інформаційних технологій;

– електронний бізнес є певною системою, тобто комбінацією певних складових: система обміну інформацією, система інтернет-маркетингу, система електронних платежів, система глобального пошуку даних, збору і використання знань, корпоративні інтернет-представництва, система електронної комерції, система електронного консалтингу, система мобільного офісу та дистанційний банкінг тощо.

З метою структуризації поняття «електронний бізнес» та обґрунтування актуальності ведення бізнесу з використанням інформаційно-комунікаційних технологій нами запропонована концептуальна модель електронного бізнесу незалежно від виду економічної діяльності (рис. 1).

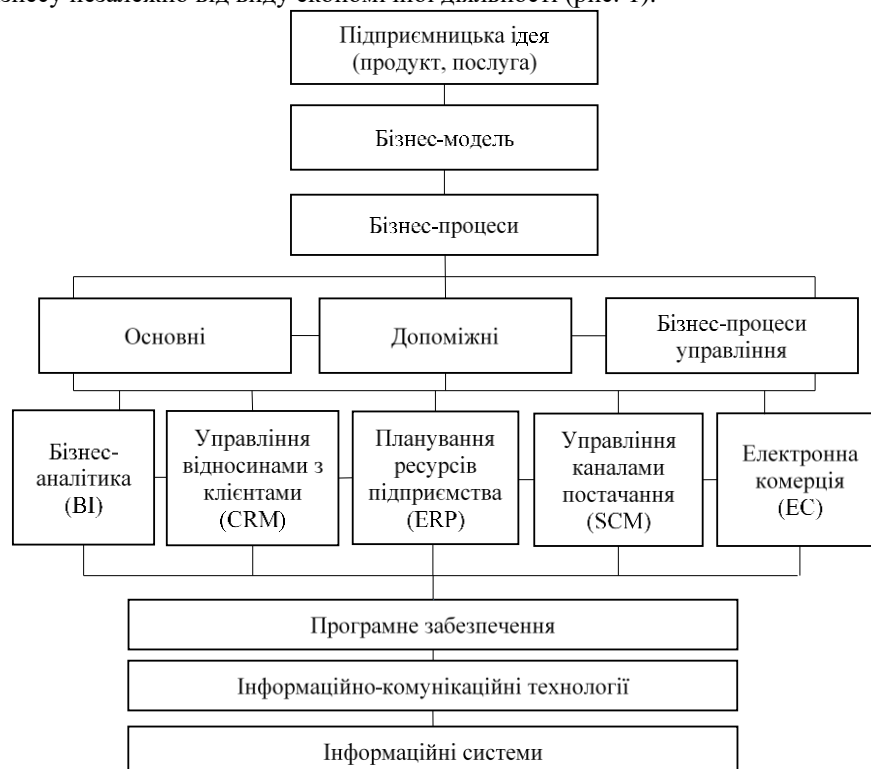


Рис. 1. Концептуальна модель електронного бізнесу

Межі електронного бізнесу визначаються мережевою економікою. Розвиток е-бізнесу відбувається у двох напрямках: поступове перенесення частини бізнес-процесів діючих підприємств в електронне середовище, або створення нових підприємств у сфері е-бізнесу із самого початку.

Визначальною рисою е-бізнесу є використання інформаційно-комунікаційних, мережних і хмарних технологій (рис. 2), мультиканальність діяльності суб'єктів господарювання; опрацювання значного

Секція 8. Проблеми міжнародних економічних відносин на засадах сталого розвитку та в умовах викликів цифровізації економіки

обсягу інформації (даних). Електронне управління бізнесом охоплює такі складові, як електронний документообіг; цифровізацію окремих (або всіх) бізнес-процесів; електронну систему платежів; електронний маркетинг; торгівлю; електронне постачання.

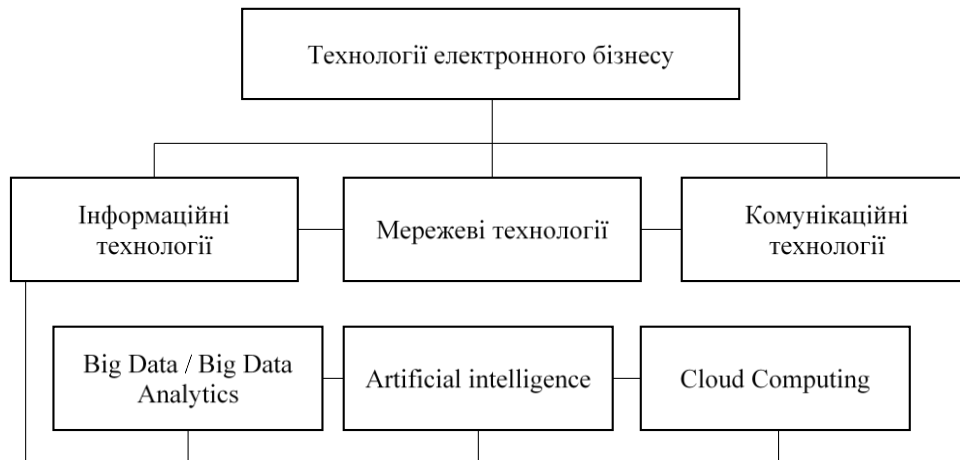


Рис. 2. Технології управління електронним бізнесом

Інформаційні технології трактуємо як сукупність методів, засобів та інструментів, що використовуються з метою збирання, зберігання, опрацювання, розповсюдження, відображення й використання різноманітних даних задля потреб господарюючого суб'єкта. Мета використання інформаційної технології в бізнесі – продукування даних для аналізу й прийняття на їх основі відповідних управлінських рішень. Сьогоднішнє бізнес-середовище постійно змінюється. Керівництву для розуміння поточного стану справ та прийняття ефективних рішень важливо аналізувати навколишнє середовище й прогнозувати тенденції його розвитку. Збір та обробка аналітичних даних дозволяє знаходити рішення потенційних проблем, відкривати та оцінювати нові можливості. Шляхом об'єднання даних з різних джерел консолідується важлива інформація, на основі якої можна приймати продумані оперативні та стратегічні рішення управління бізнесом. Опрацювання контенту на найвищому інтелектуальному рівні стає ключовою конкурентною перевагою, а інформаційні технології, що інтегровані в бізнес-процеси, повністю їх автоматизують, надаючи можливість ефективно управляти господарюючим суб'єктом.

Комунікаційні технології використовуються для забезпечення контактування (комунікації) в процесі збирання, обробки, зберігання, розповсюдження, демонстрації та використання даних в інтересах їх користувачів. Практично всі програмні продукти, за допомогою яких здійснюється підтримка управління бізнесом, містять засоби для відкритого та спільного обговорення робочих питань на основі Інтернету, а хмарні технології надають віддаленим користувачам спільний доступ до документів в будь-який зручний час.

Інформація передається каналами зв'язку – системою мереж. Мережні технології розглядаємо як погоджений набір стандартних протоколів та програмно-апаратних засобів, які їх реалізують, в обсязі, що є достатнім для побудови обчислювальної мережі. В сукупності набір стандартів, протоколів та програмного забезпечення визначають спосіб отримання доступу до середовища передачі даних. Мережі поділяються на локальні, територіальні та глобальні. На сучасному етапі розвитку бізнесу можна виділити два основні напрями використання мережних технологій: Internet to Business, що забезпечує інформаційний супровід бізнес-процесів суб'єкта господарювання, інформаційну взаємодію в режимі online його співробітників із зовнішнім середовищем; та Business in the Internet, що і є безпосередньо електронним бізнесом. Головним інструментом управління бізнесом (Internet to Business) є Web-портали.

Використання веб-порталів відкриває принципово нові можливості ведення бізнесу, зокрема дозволяє: оперативно створювати і розмішувати інформаційні ресурси організації; прискорити доступ до інформації користувачам у будь-який час, в будь-якому місці знаходження (набори доступної інформації та сервісів залежить від категорії користувача – клієнт, партнер, співробітник); інтегрувати інформаційні ресурси з ресурсами постачальників, партнерів по бізнесу, світовими інформаційними ресурсами; проводити рекламні кампанії; зацікавлювати потенційних замовників і клієнтів продуктами і послугами, системами знижок тощо, підвищити якість управління бізнес-процесами, інформаційною безпекою та ін.

Огляд зазначених технологій дозволяє узагальнити, що широке їх використання підвищує якість ведення бізнесу, ефективність управління бізнес-процесами і формування успішного стандарту діяльності господарюючого суб'єкта, що може стати конкурентною перевагою в умовах глобальної економіки. У процесі трансформації традиційного бізнесу в електронний слід з'ясувати, яку частину бізнес-процесів і які саме сфери діяльності можна оптимізувати, використовуючи цифрові технології.

Овандер Н.Л., доцент кафедри цифрової економіки та міжнародних економічних відносин, к.е.н., доц. Державний університет «Житомирська політехніка»

Інноваційні та інтернет-технології у проведенні фандрайзингової діяльності

В умовах кризового періоду розвитку української держави на перед виходять проблеми, пов'язані з процесом децентралізації публічної влади та створення нових можливостей для місцевого самоврядування. З одного боку, децентралізація створила нові можливості для органів місцевого самоврядування. З іншого, – перед ними виникають незвичні для них в минулому проблеми, такі як: просторове планування, залучення інвесторів з метою економічного зростання, забезпечення соціальних стандартів населення, надання багатьох адміністративних послуг, розвиток транспортної та інфраструктурної мережі тощо.

Такі нові виклики вимагають ресурсів, при чому не тільки фінансових, але й часу, персоналу, приміщення, інформації тощо. Тому, дуже актуальною є фандрайзингова діяльність, адже саме вона спрямована на пошук джерел забезпечення діяльності неприбуткових організацій (програм, проектів) за допомогою яких вирішуються соціально-економічні проблеми.

Безпосередньо сам термін «фандрайзинг» є калькою з англійської (fund – кошти, фінансування, raise – піднімати, добувати, збирати), тобто залучення ресурсів. В українських літературних джерелах зустрічаються два варіанти написання терміну «фандрейзинг» та «фандрайзинг», але це питання смаку – обидва є вірними. Ми під цим поняттям будемо розуміти професійну діяльність щодо мобілізації ресурсів для реалізації соціально-значущих, науково-дослідних та інших неприбуткових проектів, яка вимагає спеціальних знань та навичок аби вплинути на прийняття донором позитивного рішення.

Таким чином, фандрайзинг, це ціла наука, яка спрямована на переконання в тому, що діяльність саме вашої організації, або вашого проекту заслуговує на підтримку з боку донора. Отже, головною діючою особою в процесі фандрейзингу є людина – «фандрайзер» або «менеджер з фандрейзингу». Тобто, успішність процесу, насамперед, залежить від професійних навичок фандрайзера. Дуже важливим в процесі фандрайзингу є його віра в те, в чому він намагатиметься переконати інших.

Повний цикл процесу фандрайзинга складається з 10-ти етапів:

- 1) аналіз проблеми;
- 2) опис ідеї;
- 3) опис цільової аудиторії (групи);
- 4) визначення цілей та задач;
- 5) визначення механізмів та інструментів;
- 6) складання бюджету, аналіз балансу між наявними ресурсами та потребою в них;
- 7) пошук та відбір потенційних донорів;
- 8) проведення фандрайзингового заходу, акції;
- 9) аналіз отриманих результатів;
- 10) подяка донорам.

Основними технологіями (способами залучення ресурсів) фандрайзингу є: масові розсилки або «директ-мейл» (direct mail); безадресні звернення; скриньки для пожертвувань (скриньки-скарбнички, donation boxes); прямиї діалог (Face-2-Face); заходи; реклама та засоби масової інформації; телемаркетинг; «Нові медіа» (New Media); партнерство з бізнесом, як найбільш популярне; «приведи друга» (Donorgets Donor) та інші.

До технології «Нові медіа» (New Media) відносяться звернення за підтримкою через Інтернет, мобільні телефони (SMS, MMS, мобільні додатки і тощо).

Про фандрайзинг у Всесвітній Мережі можна розповідати нескінченно довго. Але найважливішим є наступне. По-перше, у вас повинен бути якісний сайт. У сучасному світі, якщо у вас немає сайту, – це все одно, що вас не існує. Наступне: потрібно обов'язково збирати контактні дані донорів і постійно працювати з отриманою базою. Практика світового фандрайзинга в Інтернет стверджує, що саме на розсилках по гарячій базі донорів збираються кошти в мережі.

Отже на сьогоднішній день, особливо в умовах пандемії COVID-19, інноваційним технологіям через мережу Інтернет відводиться досить важлива роль у проведенні фандрайзингової діяльності. Завдяки цим технологіям можна брати участь в краудсорсингу та краудфандингу, вести віртуальні переговори з донором, здійснювати пряму розсилку (мейлінг) тощо. Набуває популярності цифрова філантропія (проведення акції через СМС).

Цифрова філантропія – це новий сучасний інструмент благодійності, що полягає в застосуванні сучасних мобільних технологій (інтернету та мобільного зв'язку) з метою надання доступу мільйонам людей до благодійних проектів.

Цифрові трансформації в економіці: світовий досвід та можливості для України

Економічний розвиток неможливий без широкого впровадження та повного використання цифрових технологій, адже темпи цифрових інновацій зростають з кожним роком. Цифрова економіка з часом може змінювати сферу свого охоплення, але сама сутність її полягає в орієнтації на комп'ютерні технології, які могли б дозволити покращити продуктивність праці на підприємствах. Метою ж цифрової економіки є зростання гнучкості та пристосування до змін ринкових умов, що забезпечуватиме зростання конкурентоспроможності держави у світі цифрових технологій.

Прослідкувавши цей процес цифровізації, можна виділити як позитивні так і негативні наслідки цифровізації. Зокрема, до переваг відносять підвищення гнучкості виробництва шляхом динамічних змін виробничого процесу, нижчі ціни на товари, їх доступність та широку різноманітність, економію часу та людських ресурсів як робочої сили і водночас практично «нескінченність» товарів в електронному вигляді. Щодо негативних аспектів, – це автоматизація та роботизація виробництв.

В цілому, процес цифрової трансформації економіки базується на практичному досвіді, який сформульований у вигляді основних положень, обставин, вимог та практик, які є загально визнаними правилами та виступають фундаментом. Значимість цифрової економіки підтверджується щорічним зростанням сегменту у ВВП країн практично на 20%, в розвинених державах цей показник становить приблизно 7%.

Прикладом позитивних змін від переходу країни до нової економічної моделі проявляється у таких країнах, як: Швеція, Корея, Естонія, Ірландія та Ізраїль. Прямий результат переходу до електронної економіки становить 20% ВВП протягом п'яти років.

Зразком розвитку цифрової економіки на сьогодні є Великобританія – частка «цифри» у ВВП країни становить 12,4%, у той час як середній показник по країнах G20 становить 5,3%.

У Німеччині цифровізація промисловості визначена у 2013 р. «Програмою переходу до цифрової економіки». Головною її метою є створення виробництв винятково на цифровій основі для подолання можливих економічних криз ХХІ ст.

Яскравим прикладом розвитку цифрових технологій та їх вагомого впливу на економіку являються США, де вже зараз діють більше 9 тис. повністю автоматизованих виробництв, а на 10 тис. робочих місць у виробництві припадає 870 промислових роботів, у Японії – 400, в Південній Кореї – 270, в Китаї – 32. В Україні цей же показник не перевищує і три. За даними Європейської Комісії, цифрова економіка оцінюється у 2,3 трлн. євро в групі країн «Великої двадцятки» і складає близько 8% ВВП.

Інституційно-правове оформлення розвитку цифрової економіки в Україні розпочалося у 2013 році. КМУ видав розпорядження «Про схвалення стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні». У червні 2015 року Україна приєдналася до Декларації першого засідання міністрів «Східного партнерства ЄС» з питань цифрової економіки.

Наступним кроком стало розроблення концептуальних засад «Цифрового порядку денного України – 2020», який визначав ключові завдання, першочергові сфери, ініціативи та проекти «цифровізації» України на найближчі три роки. У 2017 році прийнято Закон України «Про електронні довірчі послуги».

У січні 2018 року Уряд схвалив Концепцію розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки та затвердив план заходів щодо її реалізації. Головною метою документа стала реалізація ініціатив «Цифрового порядку денного України 2020» (цифрової стратегії) для усунення бар'єрів на шляху цифрової трансформації України у найбільш перспективних сферах.

Існує два сценарії розвитку цифрової економіки в Україні. Перший – це базовий сценарій, який передбачає інноваційне продовження тенденцій сприйняття інноваційної економіки. Другий – форсований сценарій, який передбачає усунення законодавчих, інституційних, фіскально-податкових, валютно-грошових бар'єрів, що перешкоджають розвитку інноваційної економіки, «цифровізації». Також, до основних напрямів розвитку цифрової економіки в Україні можна віднести як подолання цифрового розриву в суспільстві, так і цифровізацію реального сектора економіки.

Отже, цифрова економіка формує частку в структурі ВВП країни. Особливість розвитку цифрової економіки в Україні полягає у тому, що користувачі та бізнес значно випереджують державу та промисловість. На нашу думку, не варто вбачити у процесі цифровізації виробництва товарів і послуг лише технологічні переваги, адже є й негативні аспекти. При всій важливості цифровізації національного господарства варто не забувати, що головний вектор його розвитку – це соціалізація економіки, виконання нею, насамперед, соціальних функцій із забезпечення добробуту домашніх господарств і суспільства в цілому, через ефективне застосування цифрових, інформаційних технологій.

**Пчелянська Г.О., доцент кафедри маркетингу та реклами, к.е.н., доц.,
Рзаєва Д.Ш., студентка**
*Вінницький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету*

Особливості ціноутворення брендів в умовах цифрової економіки

Створення власного бренду підприємством в умовах цифрової економіки відіграє важливу роль для формування конкурентного становища на ринку оскільки забезпечує прихильність покупців. В сучасних умовах, коли за рахунок розвитку цифрових технологій відбулась трансформація місця продажу в свідомості споживачів, зростає роль та значення ціни за пропоновані товари та послуги.

Розвиток бренду та його цінового позиціонування в свідомості споживачів полягає в цілеспрямованій діяльності направленої на визначення цінності бренду та виборі відповідної стратегії. Ефективне позиціонування брендів підсилює конкурентні позиції фірми на ринку, дозволяє раціонально використовувати загальні корпоративні ресурси.

Бренд – це аура уявлень і очікувань про товар чи послугу, які роблять його відповідним та відмінним. Це виходить за межі фізичного, проникає у психологічне сприйняття та має надзвичайну силу. Торговельна марка (бренд) – це нематеріальний, але разом з тим надзвичайно важливий компонент діяльності компанії, те, що вона собою символізує.

Цінність бренду складається з:

- поінформованості споживача про бренд;
- сприйняття споживачами якості і репутації продукту;
- позитивних асоціацій з брендом; лояльного ставлення до бренду;
- запатентованих товарного знаку та упаковки тощо.

На практиці найчастіше використовують такі типові стратегії ціноутворення, як:

1) стратегія цінового прориву – ця стратегія характеризується тим, що ціна на товар сприймається покупцями як дуже низька чи помірна по відношенню до економічної цінності товару;

2) стратегія нейтрального ціноутворення, яка характеризується тим, що фірма встановлює ціни на рівні, який сприймається більшістю покупців як в цілому відповідний економічній цінності даного товару;

3) стратегія преміального ціноутворення, тобто стратегія «зняття вершків» – характеризується тим, що фірма встановлює ціни на рівні, який сприймається більшістю покупців як дуже високий по відношенню до економічної цінності товару, але співвідношення цінності й ціни влаштовує покупців певного сегменту ринку.

Дану стратегію для марочного товару слід застосовувати у таких випадках, коли:

- існує висока обізнаність і довіра споживачів до марки;
- марка має репутацію найвищого рівня якості;
- споживачі впевнені в тому, що компанія має достатньо коштів, щоб слідкувати за якістю та безпечністю свого продукту;
- широку представленість продукції в місцях збуту, які можуть підтвердити якість пропонованого товару тощо.

М.А. Окландер та О.П. Чукурна позиціонують бренди за цінами таким чином:

- 1) ті, що пропонують більшу якість за більшою ціною;
- 2) ті, що пропонують більшу якість за тією ж ціною;
- 3) та сама якість за меншу ціну;
- 4) менша якість за значно меншою ціною;
- 5) вища якість за меншою ціною.

Більшість найуспішніших брендів представляють свою продукцію в усіх цінових категоріях, що дозволяє виробникам нівелювати в умовах нестабільності смаків споживачів, пропонуючи різну за ціною та якістю продукцію.

Покращення якості продукції й збільшення ціни може приносити значні прибутки навіть без збільшення ринкової частки бренда. Маніпулювання ж лише цінами може мати небажані наслідки для всього сегмента продукції, яку представляє бренд. При неадекватному зниженні цін можливе зміщення з вищої цінової категорії в нижчу з небажаним зменшенням частки прибутку від господарської діяльної у вартості продукту.

Отже, ціноутворення брендів передбачає різні можливості вибору цінових стратегій, які будуть залежати від поставлених цілей підприємства. Джерелами прибутку та подальшого росту підприємства виступає прибуток, який може бути сформований за рахунок збільшення маржі прибутку підприємства або шляхом зростання обороту від продажу товарів та послуг.

**Саакян А.Д., магістрантка, 2 р.н., гр. МЕМ–1, ФБСО
Науковий керівник – д.е.н., доц. К.В. Шиманська
Державний університет «Житомирська політехніка»**

Міжнародні рейтинги як джерело інформації для дослідження виконання екологічних вимог для виходу на ринки ЄС

Людство дедалі більше усвідомлює небезпеку наслідків своєї діяльності на стан екології. Кожен з нас прагне мати здорове, радісне та безпечне майбутнє, тому і виникла нагальна потреба сформувати такий спосіб життя, який би допоміг покласти основу свідомому споживанню. Сталий розвиток – це про те, як задовольнити потреби без загрози для довкілля; це стратегія виживання і безперервного прогресу цивілізацій та країн в умовах обмежених ресурсів; це мистецтво зберегти та примножити багатства навколишнього середовища.

Задля збереження навколишнього середовища на кожному етапі прогресу технологій та розвитку, людство повинно мати певні обмеження, які б контролювали безпеку діяльності. Враховуючи масштаби вже спричиненої шкоди довкіллю, діяльність має не лише бути безпечною, а й поліпшувати вже наявний стан справ. Визначними чинниками сталого розвитку в сфері екології є:

1. Збереження і раціональне використання ресурсів.
2. Охорона повітря.
3. Боротьба з винищенням лісів.
4. Раціональне використання та охорона земель.
5. Збереження біологічного різноманіття
6. Охорона та розумне використання прісної води, морів, океанів.
7. Збереження екосистем.

Усе це необхідно для стійкого розвитку людського суспільства. Аби забезпечити виконання цих умов потрібно вплинути на економічну сферу, а саме перебудувати ринкові системи, переоцінити ролі екологічного фактору в економіці та надати йому нового пріоритету. Найголовніше – це подолати наслідки «тупикових» сучасних моделей економічного споживання.

Виробники, окрім соціальної відповідальності за свою діяльність, зменшення викидів шкідливих газів та забруднень у воду та повітря, мають потурбуватися, аби їх продукт був безпечний для довкілля, якщо бажають здійснювати експортну діяльність до ЄС. Адже екологічні питання є частиною ключового розділу Угоди про асоціацію «Торгівля і питання, пов'язані з торгівлею». І варто пам'ятати, що продукт – це не лише саме благо, а й упакування та спосіб утилізації після забезпечення своїх потреб.

В Україні досі страждає від пережитків системної кризи і вирішує багато проблем одночасно – політичні, економічні, соціальні та екологічні, хоча модель сталого розвитку є основою стратегії розвитку держави «Україна – 2020» та державної екологічної політики.

Перехід України до цієї моделі сталого розвитку можливий за умов модернізації всіх галузей економіки шляхом переходу на енергозберігаючі, ресурсоефективні та більш чисті технології виробництва. Крім того, питання збільшення експорту України на ринок ЄС тісно пов'язане з питанням встановлення високих європейських стандартів з охорони довкілля.

Вже створено ряд систем оцінки та виміру, що допомагають зрозуміти рівень практичного впровадження концепції «зеленої» економіки. Вперше, у 2009 р. міжнародна організація GRESB (Global Real Estate Sustainability Benchmark) опублікувала систему оцінок сталого розвитку та дотримання принципів ESG.

Методологія GRESB дозволяє проводити моніторинг інфраструктурних проєктів, включаючи енергетику, передачу електроенергії, водовідведення, транспорт, соціальну інфраструктуру, телекомунікації. Під час розрахунку рейтингу, GRESB спирається на показники якості менеджменту, політики розкриття інформації, профіль ризиків, показники роботи компанії-оператора тощо (рис. 1).

До речі, перша промислова сонячна електростанція «Ganska SES» (Better Energy Energo A/S, Данія) була запущена на початку 2019 року в Бердичівському районі.

Better Energy Ganska	Renewable Power	Solar Power Generation	Photovoltaic Power Generation	Europe	Ukraine	1
----------------------	-----------------	------------------------	-------------------------------	--------	---------	---

Рис. 1. 2020 Asset Participation Infrastructure GRESB

Також оцінкою екологічності економіки займаються:

– Система еколого-економічного обліку ООН (United Nations' System of Environmental-Economic Accounting, SEEA). Вона опікуються запровадженням узгоджених стандартів бухгалтерського обліку, які вимірюють фінансову прихильність економіки до охорони навколишнього середовища. Дана система була прийнята у якості міжнародного стандарту Статистичною комісією ООН на 43-ій сесії у березні 2012 р. і створена як концептуальна основа розуміння взаємодії економіки та навколишнього середовища;

Секція 8. Проблеми міжнародних економічних відносин на засадах сталого розвитку та в умовах викликів цифровізації економіки

– Глобальне партнерство з обліку багатства та оцінки екосистемних послуг (Wealth Accounting and Valuation of Ecosystem Services, WAVES). Його суть – це розробка міжнародних узгоджених методів обліку природного капіталу та екосистемних послуг, надання допомоги країнам у прийнятті звітності та включення її у розробку політики;

– ОЕСР визначила ряд індикаторів «зеленого» зростання (Green Growth Indicators). Їх розділено на чотири основні групи: екологічна та ресурсна продуктивність, база природних активів, екологічний вимір якості життя, економічні можливості та політичні міри реагування.

Це означало формування ряду міжнародних рейтингів, які вивели питання конкурентоспроможності країн за межі традиційних уявлень про економічне зростання. Вони оцінюють діяльність інститутів, політик на екологічний фактор та підтримують їх лише за умови збереження сталості.

Найдоступнішим показником «зеленої» економіки у світі наразі є Глобальний індекс «зеленої» економіки (The Global Green Economy Index, GGEL). Він створений рейтинговим агентством Dual Citizen 2010 р. і який вимірює ефективність та поступ у «зеленій» економіці у 130 країнах світу на основі експертного опитування. Індекс використовує кількісні та якісні показники для вимірювання ефективності кожної країни за чотирма показниками: управління та зміна клімату (висвітлення у ЗМІ, на міжнародних форумах, результати зміни клімату); ефективність галузей (будівництво, транспорт, енергетика, туризм та ін.); ринки та інвестиції (екотехнології, стимулювання екологічних інвестицій, корпоративна стабільність); довкілля (сільське господарство, якість повітря та води, біологічне та природне середовище, рибальство, ліси).

За останніми даними (2018 рік), Україна посіла у рейтингу 120 місце, що нижче Тунісу, РФ, Польщі, Болгарії, Чаду, Лівану, Оману, Бангладешу, Нігеру, Пакистану, Бурунді та Монголії.

Також для оцінки використовують Індекс низьковуглецевої економіки (The Low Carbon Economy Index), який розроблено консалтинговою компанією PricewaterhouseCoopers у 2000 р. Індекс дозволяє оцінити поступ країни G20 у частині скорочення рівня інтенсивності викидів вуглецю (рис. 2).

Table 1: Low Carbon Economy Index 2019 – country summary

	Change in carbon intensity 2017-2018	Annual average change in carbon intensity 2000-2018	Change in energy related emissions 2017-2018	Real GDP growth (PPP) 2017-2018	Carbon intensity (tCO ₂ / \$m GDP) 2017-2018
World	-1.6%	-1.6%	2.0%	3.7%	253
G7	-1.7%	-2.2%	0.3%	2.1%	214
E7	-2.2%	-1.7%	3.1%	5.4%	301
Germany	-6.5%	-2.2%	-5.2%	1.4%	162
Mexico	-5.2%	-0.7%	-3.4%	2.0%	178
France	-4.2%	-2.5%	-2.6%	1.7%	107
Italy	-4.0%	-1.9%	-3.2%	0.9%	131
Saudi Arabia	-4.0%	1.1%	-1.8%	2.2%	365
China	-3.9%	-2.9%	2.4%	6.6%	378
EU	-3.7%	-2.3%	-1.8%	2.0%	156
Brazil	-3.5%	-0.3%	-2.4%	1.1%	137
UK	-3.5%	-3.7%	-2.1%	1.4%	128
Japan	-3.0%	-1.2%	-2.3%	0.8%	216
Canada	-2.2%	-1.7%	-0.4%	1.9%	326
Turkey	-2.2%	-1.2%	0.3%	2.6%	163
Australia	-1.8%	-2.1%	0.9%	2.6%	308
South Korea	-0.7%	-1.2%	2.0%	2.7%	387
US	-0.3%	-2.5%	2.5%	2.9%	255
Argentina	-0.1%	-0.1%	-2.6%	-2.5%	192
South Africa	0.0%	-1.8%	0.6%	0.6%	519
Indonesia	0.4%	-1.4%	5.6%	5.2%	154
India	0.7%	-1.4%	7.7%	7.0%	239
Russia	1.6%	-2.6%	3.9%	2.3%	402

Sources – BP, Energy Information Agency, World Bank, IMF, UNFCCC, National Government Agencies, PwC data and analysis.

Legend: ■ Top 5 performers ■ Bottom 5 performers

Рис. 2. Рейтинг Індексу низьковуглецевої економіки, 2018 р.

Показник визначається як співвідношення обсягу викидів вуглецю до ВВП за відповідний рік (CO₂ у т/ВВП у \$ млн.), а на його результат впливають такі фактори, як енергоефективність, витрата пального, щільність населення, структура економіки в країні та стан кліматичної системи. В останньому актуальному рейтингу Україна не фігурує.

Індекс екологічної ефективності (Environmental Performance Index, EPI) ще один значимий індикатор. Це комплексний показник оцінки екологічної політики держави та її окремих суб'єктів. Індекс розраховується за 24 показниками ефективності по десятих категоріях, що охоплюють стан здоров'я, навколишнє середовище та життєздатність екосистем. Україна у 2020 році посіла 60 місце з 180 країн отримавши 49,5 балів зі 100.

Усі ці показники «зеленості» економіки дають змогу оцінити, наскільки країни досягли встановлених цілей екологічної політики та наскільки вони наблизилися до умов сталого розвитку. Дотримання цих вимог сприятиме благополуччю ресурсів й багатств країни та нарощуванням експорту української продукції до країн ЄС.

Ткачук В.О., доцент кафедри цифрової економіки та міжнародних економічних відносин, к.е.н.
Державний університет «Житомирська політехніка»

Вплив цифрової трансформації на зміни в підходах до формування корпоративної культури підприємства

Цифрова трансформація – це інтеграція цифрових технологій у всі бізнес-процеси підприємства, що докорінно змінює те, як воно працює і приносить користь клієнтам. Це також культурна зміна, яка вимагає від підприємства постійно кидати виклик існуючому стану речей, експериментувати та звикати до невдач. Іноді це означає відмову від усталених бізнес-процесів, на яких були побудовані підприємства, на користь відносно нових практик, які ще не визначені.

Цей підхід передбачає не лише встановлення сучасного обладнання або програмного забезпечення, але і фундаментальні зміни в підходах до управління, корпоративної культури, зовнішніх комунікацій. Як наслідок підвищуються продуктивність кожного співробітника і рівень задоволеності клієнтів, а компанія здобуває репутацію прогресивної і сучасної організації. Клієнти – це по суті одні з основних драйверів цифровізації. Щодня вони взаємодіють із комерційними та державними компаніями, чимало з яких вже почали трансформувати свою діяльність. У таких випадках клієнт бачить, що сучасні технології роблять процеси швидшими і простішими, тому очікує на такі зміни і від інших підприємств.

Бізнес може зазнати цифрової трансформації з кількох причин:

1) посилення клієнтоорієнтованості діяльності – технології цифровізації дозволяють організувати максимально персоналізовану взаємодію, якій надає перевагу більшість клієнтів. Цифрові канали зв'язку, омніканальність, штучний інтелект, роботизація – з усім цим ми вже маємо справу в нашому повсякденному житті. Наприклад, цифрова трансформація банків не могла обійтися без чат-ботів, а фармацевтика активно використовує в роботі сучасні мобільні пристрої;

2) надання гнучкості та прискорення бізнес-процесів – щоб бути успішним, потрібно бути швидким і гнучким: змінюватися не тоді, коли є можливість, а коли є потреба. Цифрова трансформація бізнес-процесів спрямована на те, щоб підприємства оперативніше приймали рішення, блискавично адаптували роботу до вимог поточного часу та задовольняли потреби клієнтів;

3) необхідність партнерства та співробітництва – важко уявити успішний сучасний бізнес без партнерів. Цифровізація створює нові можливості для співпраці з іншими підприємствами. Наприклад, завдяки сучасним технологіям вести бізнес і шукати партнерів можна в будь-якій точці земної кулі. А відкритий API перетворює співпрацю на простішу та зручнішу. Наприклад, у цифровізації фінансів, зокрема банківської сфери, програмні інтерфейси використовуються вже декілька років.

Але, безумовно, найбільш ймовірна причина в тому, що підприємства змушені це зробити, адже це проблема виживання. Після пандемії здатність підприємств швидко адаптуватися до збоїв в ланцюгу поставок, долати ринковий тиск і реагувати на мінливі очікування клієнтів стала критично важливою. COVID-19 висунув на більш високий рівень у порядку денному такі напрями роботи із цифрової трансформації, як: розширення охоплення клієнтів за допомогою цифрових інструментів; застосування засобів автоматизації з міркувань стійкості; радикальне усунення зайвих або конфліктуючих систем.

Застосування цифрових технологій в бізнес-процесах, наприклад, технологій доповненої реальності, розширює можливості залучення талантів, навчання та розвитку, зменшує гендерний розрив у працевлаштуванні. Віртуалізація внутрішнього простору дозволяє новим кандидатам миттєво скласти уявлення про особливості підприємства та виконання робочих завдань, зрозуміти, чи розділяють вони бачення, цінності та корпоративну культуру, полегшити процеси онбордингу та адаптації, одночасно з тим надаючи рекрутерам інформацію щодо їх поведінки, особистісних характеристик та особливостей.

Разом із тим, інтегруючи цифрові технології у бізнес-процеси підприємства, потрібно домогтися того, щоб його співробітники усвідомили справжню роль технологій у їхньому щоденному житті та роботі, максимально швидко адаптувалися до змін, правильно розуміли свою роль людини. Усередині підприємства доречно робити акцент на впровадженні проектних, гнучких методів роботи, навчанні роботи з цифровими інструментами, вихованні корпоративної культури, формування креативного мислення співробітників.

Отже, цифрова трансформація бізнес-процесів сьогодні є логічною відповіддю на виклики суворої економічної реальності, де зростають запити клієнтів, вимагається прискорення бізнес-процесів, необхідне партнерство та співробітництво. Однак ключовою фігурою навіть за таких умов залишається людина, яка повинна сприймати цифрові технології як такі, що насамперед, мають наблизити її до розуміння ідей керівництва, надихнути її до креативності та творчості у роботі, глибше пізнати істинні цінності підприємства, і нарешті – знайти свою роль серед усіх цих процесів. Цифрові технології полегшують сприйняття працівником корпоративної культури підприємства.

Ткачук М.О., магістрант, 2 р.н., гр. МЕМ–1, ФБСО
Науковий керівник – к.е.н., доц. В.В. Бондарчук
Державний університет «Житомирська політехніка»

Brexit: «плюси» та «мінуси» для Великобританії

«Голосуй за вихід» – таким було офіційне гасло кампанії на підтримку Brexit у Великій Британії. Воно спрацювало на 100% завдяки соціальним мережам, обіцянкам заощадити кошти країни та роздмухуванню проблеми мігрантів. Референдум відбувся 23 червня 2016 р. На питання, «Чи потрібно Сполученому Королівству залишатися членом Європейського союзу?», 51,9% британців відповіли «ні», 48,1% – «так». Явка становила 72,1%. У 2017 р. Палата громад і Палата лордів у парламенті ухвалила законопроект про вихід Великої Британії з ЄС.

Наприкінці 2019 р. у Великій Британії пройшли дострокові парламентські вибори. Найбільшу кількість місць у парламенті отримала Консервативна партія, яка виступала за Brexit. Після цього парламент дуже швидко ухвалив відповідний законопроект. 29 січня угоду про вихід Британії з Євросоюзу ратифікував Європарламент, а 30-го – Рада ЄС. На сьогодні Великобританія офіційно перестала бути членом ЄС, адже з 1 лютого і до кінця 2020 р. буде діяти перехідний період.

Рішення Сполученого Королівства Великої Британії та Північної Ірландії вийти зі складу ЄС неминуче призведе до кардинальних змін спільної європейської політики, включаючи більшість галузевих публічних політик. Одна з таких норм пов'язана із мовним різноманіттям ведення публічних політик як у ЄС, так і в самому Сполученому Королівстві, адже Brexit загострює питання проведення нових референдумів у Шотландії, Уельсі та Північній Ірландії про незалежність від Великобританії. Однак мовне питання, яке назріває у зв'язку з виходом Великої Британії, носить скоріше політичний контекст, тоді як визначальними для формування публічних політик країн-членів ЄС є економічні наслідки Brexit. Отож, економічна доцільність є чи не найважливішою для реалізації програм конкретних політичних політик, а тому переговори між Сполученим Королівством та ЄС щодо укладання нової угоди є складнішими ніж очікувалось, адже кожна із сторін виходить з власних інтересів.

Невизначеність перспектив економічного розвитку Великої Британії за нових умов, викликає побоювання у світової спільноти щодо фінансових наслідків. Лондон є найбільшим фінансовим центром не тільки Європи, а й світі. Вже у 2017 р. 350 млрд. євро – це біля 17% всіх інвестицій європейських банків в британську економіку вивели континентальні банкіри з острівних активів. Активи банків скоротились з 1,94 трлн. євро до 1,59 трлн., зобов'язання банків – з 1,67 трлн. до 1,34 трлн. євро. Загалом, за попередженням аналітиків, банки здатні вивести британських активів приблизно 2,1 трлн. дол. Для Великої Британії такий розвиток подій може деформувати фінансовий сектор, який забезпечував Британії біля 248 млрд. дол. на рік – це 8% ВВП, а з суміжними галузями – майже 12%, а також 29% загального експорту. Однак, найбільші побоювання стосуються ланцюгових наслідків, які спричинить банківська система не тільки на лондонську, а й британську економіку: торгівлю товарами, освіту, розважальні установи, транспорт. З 12 найбільших інвестиційних банків у Лондоні сім вже оголосили про перенесення штаб-квартири або відкриття додаткових офісів у Франкфурт-на-Майні.

Також вплив процедури Brexit помітно відображається на курсі фунті стерлінгів, який з червня 2016 р. розпочав своє падіння, і в перший день після референдуму впав на 15%. Далі був досить волатильним і на сьогодні досяг відмітки 1,38 дол. Це призвело до здороження імпорту до країни та посилило темпи інфляції, що відобразилось на купівельній спроможності британських споживачів. І за прогнозами падіння може продовжуватися, що призведе в свою чергу до запровадження Банком Англії більш жорсткої грошово-кредитної політики. Міністерство фінансів Британії попереджає, що в разі, виходу Великобританії з ЄС, через 15 років вона недорахується від 3,4 до 9,5% ВВП. Бюджет країни ж, своєю чергою, може недоотримати від 20 млрд. до 45 млрд. фунтів стерлінгів у вигляді податків.

Слід також зазначити, що унаслідок від'єднання Великої Британії її очікують багато труднощів з торговельними партнерами, що не входять до ЄС. Ще до проведення референдуму негативну оцінку такої ситуації виказали представники влади та ділових кіл США. Товарообіг між США і Великобританією в 2014 р. досяг 54 млрд. дол. США вже тоді попередили Великобританію про економічні наслідки виходу з ЄС. Якщо Великобританія вийде з ЄС, вона втратить привілеї у торгівлі з США. США майже не укладають угод про вільну торгівлю з окремими країнами, а будують платформи, до яких інші країни змогли б приєднатися з часом. В разі виходу Великобританії з ЄС, країна буде змушена сплачувати такі ж митні тарифи і зіштовхнеться з такими ж торговельними бар'єрами, як і інші країни за межами зони вільної торгівлі.

Отже, вихід Великої Британії з ЄС нанесе непоправну шкоду не лише самій країні, яка так чи інакше змушена буде пристосовуватись до нових умов поза межами Співтовариства, але й усім членам ЄС, а особливо тим, які мають тісні відносини зі Сполученим Королівством.

Місце та роль світової автомобільної промисловості в сучасній світовій економіці

Автомобілебудування сьогодні однією із найрозвиненіших галузей світової економіки. Сукупне світове виробництво транспортних засобів, включаючи автомобілі, комерційні транспортні засоби та автобуси, досягло рівня 95 млн. у 2016 р. Загальний оборот сектору автомобілебудування перевищив 3,5 трлн. дол., податкові надходження перевищили 8 млрд. дол. Близько 9,5 млн. людей зайнято в автомобільній промисловості, що становить 5% від кількості зайнятих у виробничих секторах. Частка легкових автомобілів за вартістю становить 10% від загального експорту в промислово розвинених країнах та 17% від експорту машин та обладнання. Відносний рівень глобалізації сектора (значення індексу транснаціоналізації) зріс з 0,41 у 2000 р. до 0,55 у 2016 р., що означає, що більше половини виробничої та маркетингової діяльності автомобільних транснаціональних корпорацій було перенесено за межі країн їх базування. Крім того, обсяг зовнішніх активів і продажів транснаціональних корпорацій становить близько 1,5 трлн. дол., а виробництво автомобілів у іноземних філіях досягає 42 млн. одиниць.

Однак важливим є не абсолютні показники сектору, а вплив інституційного мультиплікатора, який його розвиток робить на економічне зростання. Автомобільна промисловість, будучи найбільшим споживачем продукції з широкого кола галузей, є потужним фактором їх розвитку: одне робоче місце в автомобільному секторі створює 8–10 робочих місць у допоміжних галузях: металургійній, електротехнічній, текстильній та ін. Наприклад, у США автомобільна промисловість споживає до 15% сталі, 46% ковкого заліза, 70% натурального та синтетичного каучуку, третину виробництва верстатів. В цьому секторі зайнято понад 55% промислових роботів та маніпуляторів. Історично склалося так, що автомобільна промисловість виступила локомотивом, який витягнув економіку США з Великої депресії, а потім підтримував економіку повоєнної Європи і, зокрема, Німеччини. Незабаром після цього автомобільна промисловість стала основою для розвитку японської та південнокорейської економік, здійснивши так зване «економічне диво». Сьогодні економічне зростання багатьох країн, що розвиваються, значною мірою залежить від розвитку автомобільного виробництва.

Розглядаючи основні риси галузі світового автомобільного виробництва на сучасному етапі можна виділити такі особливості її розвитку:

1. Основним продуктом сектору є легковий автомобіль. До 90% світового виробництва автомобілів складають легкові автомобілі, що не дивно, беручи до уваги вирішальну роль, яку автомобіль відіграє в сучасному суспільстві, яке стає все більш мобільним та динамічним.

2. Глобальна форма конкуренції. Ключові регіональні та національні автомобільні ринки значною мірою інтегровані у світовий автомобільний ринок, де діють найбільші транснаціональні автомобільні корпорації. Крім того, сьогодні конкуренція стає транснаціональною.

3. Життєвий цикл галузі – зрілість. В даний час світова автомобільна промисловість працює в умовах надлишку пропозиції та надлишку виробничих потужностей, що збільшує інтенсивність конкуренції та спричинює поступове зниження норм прибутку компанії.

4. Головні гравці в галузі – великі багатонаціональні корпорації. Сьогодні існує близько 30 автомобілебудівних компаній, найбільшими і стратегічно важливими з яких є американські транснаціональні корпорації – General Motors, Ford, Chrysler; європейські – Volkswagen, PSA Peugeot-Citroen, Renault-Nissan, Fiat Group, BMW; японські – Toyota, Honda, Suzuki, Mitsubishi, Mazda, Fuji Heavy Industries (Subaru); та корейські – Hyundai, KIA, Daewoo.

5. Рівень консолідації зацікавлених сторін галузі є високим. Понад 70% виробництва зосереджено у 7 найбільших компаніях (Toyota, GM, Ford, Renault-Nissan, Volkswagen, Hyundai, Honda).

6. Основними вирішальними детермінантами конкурентоспроможності галузі є: ресурсоемність, насамперед, з точки зору витрат, пов'язаних з компонентами (до 40% у структурі сукупних витрат на виробництво та торгівлю), з робочою силою (вгору до 20%), маркетинг (до 20%); технологічне лідерство (витрати на НДДКР становлять до 8% продажів); якість продукції та репутація бренду.

7. Значна залежність від зовнішніх факторів та загальних економічних умов. Причиною цього є розгалужена структура міжгалузевих та міжгалузевих зв'язків в автомобільній промисловості та глибока інтеграція виробництва та мерчандайзингу в єдину взаємозалежну систему. Крім того, автомобіль не є предметом першої необхідності, і тому попит на автомобілі значною мірою залежить від рівня доходу споживачів та загальної соціально-економічної ситуації в країнах-споживачах.

Отже, сучасна автомобільна промисловість є надзвичайно конкурентною, оскільки знаходиться в стадії зрілості. Проте все ще залишаються доступними методи конкурентної боротьби, в першу чергу за рахунок впровадження новітніх технологій в галузі.

**Чередніченко Н.С., магістрантка, 2 р.н., гр. ЗДУМ–19-9м, ФПУП
Науковий керівник – к.е.н., доц. Т.В. Барановська
Державний університет «Житомирська політехніка»**

Цифровізація державного управління

Цифровізація – це багатогранний процес переходу суспільства на цифрові технології, який стосується всіх сфер суспільної життєдіяльності (освіти, медицини, економіки, телебачення тощо), але в контексті модернізації державного управління вона має одне з першочергових напрямків, тому що саме він має вплинути на вдосконалення (зокрема, цифровізацію) різних суспільних галузей.

Міжнародні економічні відносини увійшли в принципово нову фазу розвитку, і це означає, що з'явилися нові вимоги, виклики, нові ризики, пов'язаних із формуванням нових комунікацій, нових технологій, включно із технологій впливу на масову свідомість. Для формування і розвитку цифровізації всього суспільства вбачаються відповідні рушійні процеси в соціально-економічному розвитку. Наразі нема чіткої позиції і розуміння про те, що і як зміниться вже у найближчій перспективі, але майже всі прогнози говорять про неминучість трансформації логістичних процесів, формування принципово нової системи організації виробництва й обслуговування, зрушення на ринку праці, а отже й в усій сфері соціально-трудова відносин. Кардинальні зміни безперечно торкнуться суспільства в цілому – від ролі державних інституцій до внутрішньосімейних стосунків.

В державному секторі України «цифрові» технології – це один із основних напрямків реформування державного управління та конкретний приклад для всієї країни, яким чином потрібно використовувати переваги «цифрового» світу. Синергетичний потенціал мобільних, соціальних, «хмарних» технологій, «інтернету речей» та технологій аналізу даних сукупно здатні привести до істотних змін у державному управлінні та зробити державний сектор України реактивним, ефективним і ціннісним. Україна наразі вже має позитивні приклади використання «цифрових» технологій, наприклад, у сфері державних закупівель. В умовах становлення «цифрових» економік, коли громадяни стають фактично користувачами технологій, державні установи повинні робити стратегічні інвестиції в інформаційно-комунікаційні технології. Інакше вони виявляться не готовими до нових моделей взаємодії та обслуговування, стануть заручниками старих, нестійких моделей управління.

«Цифровізацію» необхідно розглядати як інструмент, а не як самоціль. При системному державному підході «цифрові» технології будуть стимулювати розвиток відкритого інформаційного суспільства як одного з істотних чинників розвитку в Україні демократії, економічного зростання, створення робочих місць, підвищення продуктивності, а також підвищення якості життя громадян України. Останнім часом в Україні було розроблено біля десятка законопроектів, які тією чи іншою мірою стосуються сфери «цифровізації» та інформаційно-комунікаційних технологій, а деякі з них вже стали законами України.

Наявність нового Комітету Верховної Ради з питань інформатизації та зв'язку, численних експертних та громадських об'єднань, світового досвіду «цифровізації», що існує на сьогодні, а головне – життєво необхідна потреба впровадження в Україні змін, реформ та трансформацій на основі «цифри» – дозволяють стверджувати про можливість розроблення та затвердження комплексного нормативно-правового підходу до сфери «цифровізації» – «Цифрового» кодексу України.

Цифрове перетворення індустріальної галузі був започаткований ще у 2015 р. на Всесвітньому економічному форумі. Насамперед, він був зорієнтований на шість основних галузей економіки: товари народного споживання, електроенергетику, автомобілебудування, охорону здоров'я, ЗМІ, логістику. У 2016-2017 рр. він поширився ще на вісім галузей: страхування, авіацію, готельну справу, професійні послуги та телекомунікації, видобуток нафти й газу, хімічну та гірничодобувну промисловість. У 2015 р. Комісія Європейського Союзу представила Стратегію єдиного ринку у вигляді дорожньої карти для забезпечення розкриття широкого потенціалу Єдиного цифрового ринку як одного з десяти політичних пріоритетів Єврокомісії.

29 липня 2019 року Верховна Рада України дев'ятого скликання створила Комітет з питань цифрової трансформації, до сфери відання якого віднесли питання формування законодавчих засад «цифровізації» та цифрового суспільства України, адміністрування, функціонування і використання мережі Інтернет в Україні та роботи над Національною і державною програмами інформатизації, а також програмами ЄС «Єдиний цифровий ринок» й іншими програми цифрового співробітництва, питання електронного урядування та публічних електронних послуг, смарт-інфраструктури (міста, громади), кібербезпеки та кіберзахисту тощо.

Окрім того, постановою від 02 вересня 2019 року №829 Кабінет Міністрів України з метою оптимізації системи центральних органів виконавчої влади утворив Міністерство цифрової трансформації України, реорганізувавши Державне агентство з питань електронного урядування шляхом перетворення. А 18 вересня 2019 року. постановою Кабінету Міністрів України №856 було затверджене

Секція 8. Проблеми міжнародних економічних відносин на засадах сталого розвитку та в умовах викликів цифровізації економіки

Положення про Міністерство цифрової трансформації України, яке стало центральним засвідчувальним органом у сфері електронних довірчих послуг. І це забезпечило формування та реалізацію державної політики у сфері цифровізації, цифрової економіки, цифрового розвитку, цифрових інновацій, електронного урядування та електронної демократії, розвитку інформаційного суспільства та розвитку IT-індустрії.

Кожен суб'єкт господарювання як державної, так і приватної форми власності щоденно зіштовхується з необхідністю доступу до того чи іншого державного реєстру або бази даних: єдиного митного вікна, системи електронних декларацій, системи електронних закупівель тощо, які для повноцінного функціонування потребують інтеграції із зовнішніми державними реєстрами та базами даних.

Ефективність функціонування сучасного державного управління переважно визначається швидкістю та якістю прийняття рішень. Електронний документообіг в державних структурах дозволяє автоматизувати всі процеси роботи з документами, максимально відмовитися від використання паперу, що дає можливість зекономити державні кошти, також пришвидшити процес прийняття управлінських рішень та вплинути на поліпшення внутрішньої дисципліни державних службовців.

Постановою Кабінету Міністрів №606 «Деякі питання взаємодії державних електронних інформаційних ресурсів», яка була прийнята 08 вересня 2016 року, було запроваджено систему електронної взаємодії державних електронних інформаційних ресурсів під час надання адміністративних послуг, а також затверджено інші повноваження щодо підключення до електронної взаємодії відповідно до вимог Європейського Союзу.

Державне агентство з питань електронного урядування України працює над об'єднанням усіх державних органів в єдину систему міжвідомчого документообігу. Така система гарантує надсилання електронних документів та отримання юридично значущих повідомлень про отримання. У цьому напрямку триває робота зі створення системи електронного погодження проектів нормативно-правових актів між міністерствами та відомствами.

Головними проблемами, які потрібно усунути, щоб процес цифровізації розвивався і досяг своєї мети, є: зростання кіберзлочинності в умовах збільшення кількості інформаційних систем, які використовують персональні дані; відсутність захищеного обміну ідентифікаційними даними фізичних та юридичних осіб, які обробляються в інформаційних системах державних органів і приватного сектору, відсутність підтвердження ідентифікаційних даних; використання в системах реєстрації та контролю доступу до інформаційних систем технологічно несумісних механізмів, алгоритмів і протоколів електронної ідентифікації та впізнання.

Закон України «Про електронні довірчі послуги» від 05.10.2017 р. №2155-VIII забезпечує побудову цифрової інфраструктури довіри, яка є важливим елементом цифрової економіки. Але основоположним є Закон про захист персональних даних.

Прем'єр-міністр України Д. Шмигаль під час онлайн-брифінгу з впровадження цифрового ID-паспорта та біометричного закордонного паспорта громадянина у мобільному додатку «Дія» вказав на те, що найбільш ефективним інструментом у надскладних умовах сьогодення є переведення державних сервісів в онлайн. Також прем'єр-міністр також зробив акцент на тому, що Уряд посилює курс на цифровізацію: «Послуга онлайн – пріоритет №1». Так, на порталі державних послуг «Дія» вже доступні перші соціально важливі онлайн-послуги для громадян та низка пріоритетних послуг для бізнесу, які є допомогою для заснування бізнесу, оформлення низки ліцензій, дозволів чи отримання витягів з реєстрів. Загалом, на порталі наразі реалізовано 27 публічних послуг онлайн. Впродовж 2020 року в онлайн планується перевести 50 пріоритетних послуг, що відповідають 80% усіх звернень громадян. Так, за 10 хв. вже можна зареєструвати ФОП. Також суттєво розширено спектр супутніх послуг, які надаються при реєстрації ФОП. Стала доступною онлайн і заява платника податку на додану вартість. До того ж, онлайн можна здійснити і взяття на облік податковою службою та державними органами статистики платників єдиного податку.

В умовах карантину для повноцінного користуватися перевагами державних послуг онлайн, які особливо затребувані для українців було запроваджено 7 онлайн-курсів, серед яких «Цифрові навички для вчителів», «Цифрова грамотність державних службовців» та «Оплата комуналки онлайн» тощо.

До 2022 року Уряд планує залучити до 6 млн. українців до програми розвитку цифрових навичок. І це здебільшого стосується громадян від 35 до 65 і старше, які проживають у регіонах. Уряд планує на найближчі три роки цифровізувати до 100 державних послуг.

До того ж, Уряд вбачає цифровізацію одним із методів подолання корупції. Для цього ж, до 2024 року в планах є забезпечення громадян можливістю 100% державних послуг та сервісів отримувати онлайн. Уряд впевнений, що «цифровізація» стане засобом відновлення довіри до державних інституцій.

«Цифрові» технології – основа сталого добробуту України; нового світу з новими можливостями; сфера, що суттєво впливає на трансформації в країні для покращення життя, роботи, творчості, навчання та відпочинку українців.

Питання забезпечення синергії сталого та розумного розвитку регіонів NUTS 1

У контексті євроінтеграційного вектору розвитку України формування ефективних регіональних інноваційних екосистем має ґрунтуватися на європейському підході до територіального поділу та основних принципах регіональної інноваційної політики ЄС. Поточна (з урахуванням змін у складі країн-учасниць ЄС у 2020 р.) регіональна класифікація NUTS (Nomenclature of Territorial Units for Statistics) включає 92 регіони NUTS 1, 244 регіони NUTS 2 і 1215 регіонів NUTS 3. Питання адаптації європейської системи регіональних утворень NUTS в Україні, формування відповідних регіональних інноваційних екосистем та їх інституційного забезпечення розглянуто в публікаціях.

Європейська стратегія EUROPE 2020 містить три взаємопідсилюючі пріоритети:

- розумне зростання (smart growth), засноване на знаннях та інноваціях;
- стале зростання (sustainable growth), спрямоване на ефективніше використання економічних ресурсів;

- екологічність і конкурентоспроможність;

- інклюзивне зростання (inclusive growth), що забезпечує соціальну та територіальну згуртованість.

Одним із сучасних інструментів інноваційної трансформації європейських регіонів є стратегія розумної спеціалізації (smart specialisation strategy – S3).

Починаючи з 2019 р. підхід смарт-спеціалізації поступово впроваджується у процеси планування та управління розвитком українських регіонів шляхом розроблення обласних стратегій на засадах смарт-спеціалізації.

Проведені дослідження передумов, методологічних проблем та перших результатів імплементації підходу смарт-спеціалізації в окремих областях України дозволяють зробити висновки про:

- відсутність уваги до міжрегіонального контексту;

- ізольованість процесів стратегічного планування;

- певне дублювання визначених спеціалізацій та їх слабку кореляцію з Цілями сталого розвитку (ЦСР) ПРООН або «Глобальними цілями», що представляють собою загальний заклик до дій, спрямованих на те, щоб покінчити з бідністю, захистити планету та забезпечити мир і процвітання для всієї людини у світі.

З огляду на зазначене та виходячи з необхідності концентрації великого обсягу різноманітних ресурсів і організації міжсекторальних та міжрегіональних синергій для реалізації вагомих трансформаційних проєктів, доцільно опрацювати питання імплементації політики розумних спеціалізацій на рівні NUTS 1. В Україні регіональні утворення NUTS 1 розглядаються у вигляді економічних районів, до складу яких входять області зі схожими соціально-економічними індикаторами, культурними та екологічними аспектами, ресурсним потенціалом, структурою економіки і спеціалізацією. Вони мають взаємопов'язану інфраструктуру, мережі усталених виробничо-комерційних зв'язків та спільні ланцюги доданої вартості.

Нові схеми інтеграції їхніх ресурсів, інноваційних екосистем та потенціалу бізнес-структур у рамках S3 дозволяють розширити варіанти розумного розвитку регіонів NUTS 1, знизити ризик замикання на традиційних галузях, поліпшити якість і результативність процесу підприємницького відкриття та посилити глобальну конкурентоспроможність і міжнародні перспективи регіонів.

Вирішення завдання забезпечення синергії сталого та розумного розвитку регіонів NUTS 1 має ґрунтуватися на покроковому застосуванні європейської методології RIS 3 з акцентом на перспективах досягнення ЦСР. Так, наприклад, при дослідженні регіонального контексту та інноваційного потенціалу (крок 1) необхідно додатково визначати наявні дослідницькі ресурси, можливості та конкурентні переваги регіонального бізнесу, пов'язані з екологічними і соціальними інноваціями. Розробка загального бачення майбутнього регіону (крок 3) має включати механізми інтеграції ЦСР. У процесі ідентифікації смарт-пріоритетів (крок 4) доцільно проаналізувати їх відповідність засадам сталого розвитку, а при розробці механізмів моніторингу й оцінювання (крок 6) – передбачити інструменти виміру впливу відповідних проєктів на виконання ЦСР.

Реалізація запропонованого підходу має певні ризики, пов'язані з необхідністю подолання адміністративних кордонів і узгодження інтересів багатьох стейкхолдерів (зацікавлених сторін), врахуванням особливостей управлінських конфігурацій та практик стратегування в окремих областях. Тому як перший крок при формуванні інноваційної екосистеми регіону NUTS 1 доцільно створити координаційний механізм у вигляді науково-технологічної платформи з метою налагодження комунікацій, мобілізації зусиль та ресурсів усіх суб'єктів, зацікавлених у забезпеченні сталого і розумного регіонального зростання.

**Шестакова А.В., ст. викладач кафедри цифрової економіки та міжнародних економічних відносин, к.е.н.
Державний університет «Житомирська політехніка»**

Розвиток міжнародних економічних відносин в умовах викликів цифровізації та карантину

Активізація процесу цифровізації міжнародних економічних відносин як складової частини міжнародної економічної системи з метою підвищення економічного зростання є важливою проблемою для багатьох країн. Дослідження цього процесу зумовлює визначення країн-лідерів з метою оцінки впливу інформаційно-комп'ютерних технологій (ІКТ) на економічне зростання національних економік та можливості імплементації досвіду для країн-аутсайдерів.

Останнім часом пандемія корона вірусу відбувається в умовах глобалізації, коли економічні втрати є вже відчутними в кожній країні. Глобальна економічна криза як наслідок COVID-19 може бути навіть тяжчою, ніж сама пандемія. Наразі для національних економік світу починається надзвичайно складний період, що не може не вплинути на національні пріоритети на міжнародній арені.

Карантинні обмеження перевели міжнародні економічні відносини та світовий бізнес в онлайн-формат. Одним з найбільш наочних проявів цифровізації світової торгівлі та бізнес середовища стало залучення в неї приватних осіб, які тепер мають можливість здійснювати покупки на всіляких платформах, розраховуватися за допомогою електронних платіжних систем, отримуючи товар поштою. Таким чином, частка населення країни, яка використовує електронні гроші, свідчить про те, наскільки населення залучено в цей процес.

У багатьох сегментах міжнародної торгівлі зростає частка товарів, які реалізуються безпосередньо кінцевим покупцям. Простежується відповідна тенденція: чим раніше країна почала рух в бік глобалізації, тим вище в її населенні частка тих, хто користується електронними грошима та супутніми сервісами. Тому присутність цифрових платформ в період нових бізнес-викликів на тлі всесвітньої пандемії лише посилює їхній вплив на потреби суспільства.

Пандемія COVID-19 продемонструвала, що, маючи бажання, можна легко перевести чималу частину міжнародних зустрічей у «цифровий» формат без шкоди для справи. Виявилось, що мільйонні бюджети міжнародних організацій, десятки людей, залучених до підготовки візитів, дорогі перельоти і готелі можуть більше не знадобитися. Успішний досвід «віртуальних» самітів (Ради ЄС, G-7 тощо) довів ефективність такого формату.

Значним викликом «онлайн-дипломатії» залишається і забезпечення відповідної професійної підготовки співробітників Міністерства закордонних справ України (МЗС України) та профільних міністерств, адже новий формат потребує й кардинально нових навичок: організаційних, технічних, комунікативних, переговорних та психологічних, що дозволять швидко адаптуватися до нових умов роботи без втрати для результату.

При цьому відповідь європейських держав на пандемію мала обмежений характер, частково через брак компетенції (охорона здоров'я залишається національною прерогативою), частково через динамізм ситуації, з яким важко оперативним чином впоратися бюрократичним структурам Європейського союзу (ЄС). Зокрема, неотримання Італією на початку пандемії необхідної допомоги з боку ЄС викликало сумніви щодо європейської солідарності.

Однак інституції ЄС представили низку ініціатив з пом'якшення наслідків пандемії економічними інструментами вже в середині березня 2020 року. Фокус таких ініціатив був зосереджений на наступному:

- збереженні цілісності єдиного ринку ЄС;
- наданні підтримки громадянам та підприємствам;
- визначенні заходів оперативного реагування для підтримки стабільності та солідарності держав-членів ЄС.

Вже 8 квітня 2020 року в ЄС був затверджений пакет допомоги як країнам-членам ЄС, так і країнам-партнерам у розмірі 20 млрд. євро (зокрема 119 млн. євро – Україні). Це було менше ніж інвестиційна ініціатива Corona Response (37 млрд. євро), проте стало яскравим прикладом відновленої солідарності.

Отже, «коронавірусна криза», яка продовжує лютувати в світі, може привести до глобальних змін у міжнародних економічних відносинах, бізнес-середовищі та повсякденному житті населення. Зрештою економіка більшості країн опинилася у важкій ситуації під час пандемії. Вимушене призупинення закладів торгівлі, сфери послуг та громадського харчування змусило тимчасово стати безробітними людей, які задіяні в цих видах економічної діяльності. Переведення роботи в онлайн-режим (у digital-середовище) завдяки цифровізації дозволило зберегти певний дохід підприємствам та робочі місця в умовах карантину.

Шиманська К.В., завідувач кафедри цифрової економіки та міжнародних економічних відносин, д.е.н., доц. Державний університет «Житомирська політехніка»

Міграція біженців крізь призму концепції сталого розвитку

Міграція біженців тісно пов'язана не тільки з військовими конфліктами, але й екологічними проблемами та загрозами. Щорічно глобальні екологічні проблеми лише загострюються, спотворюючи середовище існування людей на багатьох територіях, знищуючи флору та фауну, що ставить під загрозу продовольчу безпеку населення, призводить до епідемій та хронічних хвороб. Окремі вчені стверджують, що зосередження виключно на екологічних проблемах вже не дасть потрібного ефекту, а проблема полягає в переплетенні кількох масштабних проблем в різних секторах (наприклад, охорона навколишнього середовища, демографія, пандемія, політична нестабільність), що якраз і є середовищем, у якому формується потоки біженців, посилюються проблеми їх розміщення та інтеграції.

Сама зміна клімату є прикладом складних поєднань різних факторів. Кризи різних систем (економічна, соціальна, політична, екологічна) можуть збігатися або запускати одна одну, а тому є потреба вийти за рамки вузьких секторальних підходів для розробки більш узгоджених та ефективних інститутів регулювання проблем біженців.

Міграційні потоки біженців можуть бути спровоковані глобальними або регіональними екологічними проблемами. Проте, з іншого боку, саме переміщення і розміщення біженців чинить екологічне навантаження на території. Це пов'язано з тим, що економічна активність людини та економічні відносини в цілому є взаємопов'язаними процесами.

Саме це є основою визначення та розробки пріоритетних напрямів розвитку науки в забезпеченні безпеки людства, що тісно пов'язано з вивченням причинно-наслідкових зв'язків потоків біженців та шукачів притулку. Розробка нової доктрини розвитку, яка була б спрямована на збереження навколишнього середовища в умовах масової вимушеної міграції має визначити спільний розвиток екологічних систем, сприяти безпечнішим умовам життя в країнах, де існує ризик екологічних катастроф. А реалізація доктрини стимулюватиме вироблення і впровадження екологічних компонентів політики щодо біженців та шукачів притулку. Тому вказана проблема вимагає міждисциплінарного дослідження формування політики щодо біженців та шукачів притулку, синергія якого дозволить отримати нове знання щодо управління переміщенням та інтеграцією біженців у країнах притулку.

Інтерпретація проблем біженців та шукачів притулку повинна відбуватися крізь призму забезпечення соціально-екологічного балансу в умовах масових та стихійних транскордонних переміщень людських ресурсів. В цьому контексті міграція біженців означає перерозподіл економічних агентів (домогосподарств), які використовують природні ресурси та чинять вплив на навколишнє середовище. Зокрема, їх переміщення означає перерозподіл антропогенного впливу на країни і території. Багатим країнам, по-перше, легше протистояти соціальним та екологічним негараздам, проте, як показує реальна ситуація з розміщенням біженців у розвинених країнах, поширюється ідея нерівномірності у сприйнятті важливості потреб різних категорій населення, що провокує порушення та обмеження прав біженців.

Людська жага до нарощення обсягів виробництва і обмеженість ресурсів призвела до боротьби людей за засоби виробництва, зокрема природні ресурси, що слугують засобами життя та виробництва. Тобто, боротьба людей за ці засоби виявляє риси конкурентної боротьби агентів, чий інтерес стають вище інтересів інших економічних агентів. Це ми спостерігаємо у боротьбі приймаючих суспільств, які характеризуються високим рівнем добробуту, з проблемами перерозподілу суспільних благ на користь біженців, які, враховуючи вихідний розподіл благ, їх отримують більше у країні притулку.

Проте, важливим є забезпечення сталого розвитку окремих територій, адже перерозподіл міграційного навантаження біженців сприяє оптимізації інтенсивності експлуатації ресурсів території. Тому для забезпечення життєдіяльності населення на територіях розміщення біженців важливим є базування міграційної та інших політик щодо біженців на засадах сталого розвитку.

Сталий розвиток визначається як взаємодія людини з навколишнім середовищем. Міцні зв'язки людини та природи на територіях мешкання осіб, що стають біженцями, розриваються у ході переміщення осіб. Проте, на території їх подальшої дислокації зв'язки людини і природи не відновлюються, а трансформуються, оскільки біженці встановлюють нові зв'язки, які на цей момент уже сформувалися у корінного населення країни притулку.

Якщо розуміти сталий розвиток соціальної, економічної та екологічної систем у їх сукупності в цілому, тоді вказані системи щодо біженців та шукачів притулку мають розвиватися гармонійно у межах, пропорційних та виважених з точки зору досягнення цілей розвитку і інтересів агентів (самих біженців, місцевих громад, держави як носія національних інтересів). Інший погляд на сталий розвиток – це його розуміння на рівні окремого регіону. Підхід є важливим з точки зору позиціонування раціональних

Секція 8. Проблеми міжнародних економічних відносин на засадах сталого розвитку та в умовах викликів цифровізації економіки

особливостей розміщення продуктивних сил, природно-ресурсного потенціалу. Крім того, розміщення біженців відбувається не на всій території країн притулку, а в окремих регіонах, що визначає диспропорції міграційного навантаження

Кожен із зазначених підходів характеризуватиме відповідний етап досягнення, становлення та дотримання положень концепції сталого розвитку, яка, в свою чергу, є основою трансформації суспільства в напрямі становлення нової економічної формації та побудови політик регулювання міграції та інтеграції біженців як важливої сучасної складової людського буття в епоху глобалізації.

Виходячи з того, що перехід до сталого розвитку фактично є трансформацією економічної системи всіх рівнів (міжнародний, макро- та мікро-), управління процесами міграції та інтеграції біженців повинно відбуватися з урахуванням дії не тільки численних факторів, зовнішнього середовища країн походження та країн притулку, а й урахуванням потреби досягнення ключових індикаторів розвитку (збереження існуючого сталого розвитку або трансформація несталого розвитку). Ці індикатори повинні враховуватися при плануванні розміщення та інтеграції біженців в межах політики щодо даної категорії осіб.

Розриви в розвитку країн та територій характеризується ще й тим, наскільки вони досягають цілей сталого розвитку. Зауважимо, що поширення хвороб, екологічні загрози, продовольчі загрози проваюють і політичну нестабільність, наявність у суспільстві груп протистояння. Це обумовлює посилення міграції біженців з країн, ушкоджених вказаними проблемами. Крім того, прийняття біженців на території країн притулку модифікує здатність останніх досягати цілей сталого розвитку та забезпечувати стабільний та збалансований соціально-економічний та екологічний розвиток окремих територій.

Концепція сталого розвитку має стати основою вирішення проблем біженців та формування дієвих політик щодо них як в економічній, так і в політичній науці. А поєднання соціальної та економічної складових стає базисом управління економічною підтримкою біженців, їх гуманітарним забезпеченням. Поєднання економічної та екологічної складової дозволить оцінити критичне навантаження біженців на країни та території. Сама ж соціальна складова дослідження будує каркас управління інтеграцією біженців у приймаюче суспільство.

Тому, основною ознакою сталого розвитку країн на території є не тільки прискорене освоєння перспективних виробництв, що формують новий техніко-технологічний уклад, і відповідних їм організаційних, управлінських та інфраструктурних механізмів, а й забезпечення такого рівня соціальної взаємодії в процесах міграції та інтеграції біженців, який би дозволив долати кризові явища соціально-економічного розвитку, пов'язані з прийманням і розміщенням біженців.

Гармонійність відносин суспільства до навколишнього середовища у приймаючій країні визначає концепції управління суспільними явищами з точки зору їх причинно-наслідкових зв'язків з оточенням. Відповідно, розміщення та інтеграція біженців мають регулюватися, виходячи з ідентифікації їх наслідків для навколишнього середовища.

Протягом реалізації політики щодо біженців її цілями має бути передбачена гармонізація суспільних процесів на тлі розуміння потреб майбутніх поколінь та метою подолання існуючих в сучасності конфліктів суспільного розвитку. Важливим є і застосування індикативного планування економічної діяльності з урахуванням показників досягнення цілей сталого розвитку та соціального забезпечення біженців та шукачів притулку, забезпечення добробуту місцевого населення, безпеки проживання на території притулку, створення умов для інтелектуального розвитку та продуктивної зайнятості. Це стає базисом формування положень політик зайнятості, освітньої, інформаційної, соціальної політик в частині захисту прав біженців та їх інтеграції у приймаюче суспільство.

Таким чином, проблеми міграції та інтеграції біженців тісно пов'язані за досягненням Цілей сталого розвитку (подолання бідності й голоду; забезпечення міцного здоров'я людей, якісної освіти, гендерної рівності; забезпечення доступності до чистої води та належних санітарних умов; забезпечення відновлення енергії; забезпечення гідної праці та економічного зростання, можливостей для інновацій та розвитку інфраструктури, скорочення всіх видів нерівностей; забезпечення сталого розвитку міст та спільнот, відповідального споживання ресурсів, боротьби зі зміною клімату, збереження морських екосистем та екосистем суші; забезпечення миру та справедливості, а також партнерства заради стійкого розвитку).

Взагалі маємо відзначити, що стійкість та стабільність соціо-еколого-економічних систем визначає, насамперед, існування «факторів виштовхування» в країнах походження біженців. Крім того, у країнах їх призначення біженців створюють додатковий тиск на всі вказані вище системи. Цим самим вони становлять під загрозу можливості досягнення Цілей сталого розвитку приймаючими країнами, що є недопустимим.

В подальшому глибокого дослідження вимагає, по-перше, ідентифікація такого навантаження, в тому числі вплив біженців на макроекономічну стабільність, по-друге, механізми розробки політик країни щодо біженців та шукачів притулку.

Bondarchuk V.V., PhD, Assistant Professor in the Department of Digital Economics and International Economic Relations
Zhytomyr Polytechnic State University

Monetary Policy and Economic Growth in Ukraine: Case of Small Open Economy

The government and central bank can maintain economic growth through their actions taken in two areas: monetary policy and fiscal policy. Monetary policy influences economy through monetary factors: money supply, inflation, credit, etc. Since 2014, the Central Bank of Ukraine has officially switched to inflation targeting. Inflation targeting regime consists in public disclosure of target inflation rate and central banks' policy to reach it.

Monetary policy decisions are made with inflation forecasting taken into account. The main monetary instrument and operational tool for keeping up a monetary regime is the interest rate. If the projected inflation rate exceeds the target, then central bank conducts a policy of «expensive money». Conversely, with a lower projected inflation rate than the target level, a policy of «cheap money» is conducted. Ultimately, by changing the interest rate, the central bank supports economic activity. However, there are other monetary factors that also influence the economy: bank credits, external debt, and the exchange rate of the national currency. The case of Ukraine is interesting in terms of these factors' influence on the economy, because not all of these factors were market driven. The UAH/USD exchange rate was actually fixed over some time and did not depend on the current account balance. The central bank struggled with inflation after its actual disturbances.

Ukraine moved to inflation targeting in 2014, and this step has led to a significant transformation of monetary policy. Maintaining the exchange rate on an objective level had to be cancelled as the National Bank's reserves had been already exhausted by that time. Since 1996, when the Ukrainian currency hryvnia was adopted, the interest rate has not shown to be the effective tool of monetary policy and, therefore, it was not applied by the National Bank of Ukraine in carrying out inflation policy and stimulating economic development. On the other hand, Ukraine has experienced since then some economic growth and increase of GDP, in spite of all turbulences. So, the question is whether there is any link between monetary policy and economic growth in Ukraine. Has monetary policy exerted any influence on economic growth in Ukraine in the period 2006–2019?

The purpose of the study was to determine the impact of monetary factors (money supply, UAH/USD exchange rate, UAH/EUR exchange rate, interest rate, consumer price index, producer price index, loans issued to the economy, external debt) on economic growth in Ukraine. The results obtained should be considered with some caveats in mind. During the analyzed period, the central bank's policy was not consistent. Until 2014, there was no inflation targeting in Ukraine, so the actions of the central bank were aimed not at achieving a certain inflation rate but at combating the effects of inflation. For this reason, the relationship between inflation and GDP can only be established by statistical methods, since there is no economic basis for their correlation. From 2014 to 2019, the central bank targets inflation and this influences business activity and the economy through inflation expectations. As a result of variance decomposition of GDP, we see that in the long run, the impact of inflation on GDP increases by increasing the impact of CPI.

The effect of the UAH/USD exchange rate on economic growth is quite insignificant, although the vast majority of Ukrainian exports and imports are made in US dollars. Such a low degree of influence may be explained by the fact that up to 2014, the UAH/USD exchange rate was actually fixed, not floating. Thanks to central bank reserves, exchange rate stability of the hryvnia was maintained, while a constant current account deficit was experienced. In this case, GDP growth rates did not reflect the actual national currency depreciation. Only after 2014 the exchange rate is determined on the basis of market conditions. According to our calculations, the impact of the exchange rate on GDP will increase in the long run.

The key interest rate of the central bank, which has been used as an inflation targeting tool since 2014, has also had insignificant impact on economic growth. According to Taylor's rule, an increase in the interest rate has a negative effect on economic growth. However, in Ukraine this mechanism of influence was rather weak. The reason for this was the inefficiency of the central bank interest rate as a tool to influence inflation expectations in the period up to 2015.

What is interesting, loans to businesses have had an insignificant effect on economic growth. This can be explained by the fact that before 2015 the majority of loans granted by the banking system were issued to related parties and very often these loans were not repaid. This has led to a crisis in the banking system and the liquidation of about 100 banks. In this case, the loan was not a form of financing the economy, but a way of withdrawing capital abroad by bank owners.

According to the research results, the central bank can be encouraged to strengthen its credit channel for its impact on the economy, as it is essential in promoting economic growth. Inflation targeting policies should also be pursued, as price stability and exchange rate stability are prerequisites for improving economic agents' expectations. A stable macroeconomic environment is a prerequisite for economic growth in Ukraine.

**Kiian Y.S., master's student, 1st y.s., gr. MEM–2,
Faculty of Business and Service
Scientific advisor – PhD, docent V.V. Bondarchuk
Zhytomyr Polytechnic State University**

Sustainable Finance Taxonomy of the EU

In times of acknowledging industrial impact on the climate change, setting sustainable development goals (SDGs) and implementing sustainable ways of living have become the most important factors for improving global environment and supporting social and economic welfare. Today we will talk about what steps the European Union is taking to move forward in creating «green» economies and how effective they might be by analyzing the new Taxonomy Regulation of the EU.

According to the Final report of the Technical Expert Group on Sustainable Finance (the TEG), the EU Taxonomy Regulation (which has entered into force on 12th of July 2020) is a tool to help investors, companies and project promoters navigate the transition to a low-carbon, resilient and resource-efficient economy. To put it more simply, it is a regulatory classification system which can help financial market subjects to define which of their economic activities are environmentally sustainable. The EU claims that this Taxonomy is one of the most significant developments in sustainable finance for their countries. But they also note that not every investment and financing decision is expected to contribute additional environmental benefits.

To start, we will review the main elements of the regulation. First, the Taxonomy has set six environmental objectives for the EU and its economic participants to accomplish: climate change mitigation; climate change adaptation; sustainability and protection of water and marine resources; transition to a circular economy; pollution prevention and control; protection and restoration of biodiversity and ecosystems.

Second, in terms of the Taxonomy Regulation, sustainability of financial market subjects' activities is defined by next criteria:

- 1) make a substantive contribution to at least one of the six environmental objectives as defined in the Regulation;
- 2) do no significant harm to any of the other five environmental objectives as defined in the proposed Regulation;
- 3) comply with minimum governance safeguards (e.g., OECD Guidelines on Multinational Enterprises and the UN Guiding Principles on Business and Human Rights).

Technical screening criteria for activities that make a substantial contribution to water, a circular economy, pollution prevention and control, and protection of ecosystems will be issued by the end of 2021, which is important for further evaluation of participants' sustainability levels.

Altogether, all of the requirements, measures and rules for investors and other financial market participants' activities and disclosures on their sustainability are based on those elements.

Now we will focus on who exactly are the Taxonomy users and the obligations created under the Taxonomy Regulation. There are three groups of the regulation users: financial market participants offering financial products in the EU, including occupational pension providers; large companies who are already required to provide a non-financial statement under the Non-Financial Reporting Directive; the EU and Member States, when setting public measures, standards or labels for green financial products or green (corporate) bonds.

The Taxonomy mandates subjects to report on and disclose the extent to which their business activities are aligned with regulations' definition of sustainable. Even though the TEG recognizes that there are timeline challenges to implementation, financial market participants will be required to complete their first set of disclosures, covering the climate change mitigation and climate change adaptation objectives, in their periodic reports and on websites by 31st of December 2021. Large public interest companies are requested to do the same sustainability reports during the course of 2022.

After reviewing the main parts of the Taxonomy Regulation, let's take talk about possible consequences. Firstly, the new Taxonomy of the EU might influence other countries to develop such regulatory framework, which can spread the awareness about the global issues (especially climate change) and urge to solve them. Secondly, if the disclosing financial market participant is already operating sustainably within the Taxonomy criteria, it will attract more positive publicity and could also make this subject more investible. Thirdly, economic subjects can use the Taxonomy Regulation to avoid misleading investors about the environmental benefits of a product or company (in other words, a marketing strategy named as «green washing»).

To conclude, the Taxonomy Regulation has only come into effect, so we have yet to see how will it work for attaining sustainability in the EU. It might be a great step further in creating sustainable economy, if governed in the right way. However, SDGs can't be accomplished by just elaborating «eco-friendly» frameworks for financial sector, but also by solving social issues and implementing stricter environmental regulations, which can guarantee long-term socio-economic welfare.

Myronov Yu.B.
PhD in Economics, Associate Professor
Lviv University of Trade and Economics

The concept of sustainable tourism development in the regions: modern approach

The dynamic development of the global tourism market significantly contributes to the formation of tourist and recreational sectors of the national economies of the world. At the same time, since the beginning of the 21st century, the tourism sector development is directly related to the overall economic development and the negative consequences of its impact on the environment. The need to move to a new economic paradigm of human life, which is based on the vision of the tourism industry as an integrated subsystem within the economic system, determines the relevance of the sustainable tourism development in the regions research.

Sustainable development is a process that harmonizes the development of productive forces and ensures the satisfaction of the necessary needs of all members of society, provided that the integrity of the environment is preserved and phased. Sustainable development creates opportunities to maintain a balance between the potential of society and the basic needs of people.

The concept of sustainable development implies a biocentric option to ensure the vital needs of society. Ecological safety of the planet should become a key problem of the society. In modern conditions it is very important to ensure the maximum possible preservation of the biosphere in a balanced state, the effective consumption of natural resources, not exceeding the limit of their possible reproduction, as well as the minimum possible use, or even the complete removal of non-renewable natural resources from the economic turnover.

Thus, we can agree with the definition of T. Tkachenko that sustainable (harmonious, balanced) development is a development that provides a certain type of balance, that is, a balance between its socio-economic and natural components [2, p. 55].

In general, we consider that the sustainable development of tourism is such a development of the tourism industry that makes it possible to meet the urgent needs of tourists, considering the interests of the region with respect to maintaining the possibility of providing recreational and tourist services in the future.

The positive impact of sustainable tourism manifests itself as follows:

- has a beneficial effect on the natural, cultural and social spheres of the society;
- stimulates profitable enterprises (hotels and other accommodation facilities, restaurants and other catering services, transport systems, folk crafts and excursion business);
- provides high-quality management of the tourism development process, reliable methods of monitoring the environmental state and eliminating any negative consequences;
- contributes to the diversification of the local economy, especially in rural areas, where employment may be seasonal and incidental;
- demonstrates the importance of natural and cultural resources for the economic and social well-being of society and helps to preserve them etc.

Therefore, the sustainable tourism should:

- ensure the optimal use of environmental resources, which are a key element in the tourism development, supporting important environmental processes and helping to preserve the natural heritage and biological diversity;
- respect the socio-cultural authenticity of the host communities, their cultural heritage, traditional values and promote intercultural understanding and tolerance;
- ensure the viability of long-term economic operations that generate socio-economic benefits for all stakeholders, including stable employment and income-generating and social services for host communities and a contribution to poverty alleviation [1].

All this justifies the need to develop a concept of sustainable tourism development in the regions, the purpose of which should be to ensure the continuous development of the tourism industry in order to satisfy the needs of tourists and increase the efficiency of socio-economic development of the region based on the effective management of all elements of the tourism industry and its infrastructure.

Thus, the tourist services market sustainable development is able to satisfy not only the needs of tourists and the tourist region's economic interests, but also ensure the preservation and restoration of the ecological state of the environment, preservation of the cultural and national identity of the region's population.

References:

1. Making Tourism More Sustainable. A Guide for Policy Makers, UNEP and UNWTO, URL: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284408214>.
2. Tkachenko, T. I. (2009) *Stalyi rozvytok turyzmu: teoriia, metodolohiia, realii biznesu* [Sustainable Development of Tourism: Theory, Methodology, Business Realities]: monograph, 2nd ed., Kyiv, KNTEU, 463 p. (in Ukrainian)

Божко А.В., студентка 4-го курса,

Филиппова Т.В., ассистент, м.э.н.

Учреждение образования

«Брестский государственный технический университет»

Туристический бизнес в Республике Беларусь

В 2019 году туристические компании отправили на отдых и экскурсии за рубеж более 980 тыс. человек, на 132,2 тыс. больше, чем годом ранее. Страну посетило более 400 тыс. организованных иностранных туристов (+40 тыс. к прошлогоднему показателю). Основными посетителями страны остаются россияне – почти 54% во въездном потоке.

В 2019 г. в Беларуси осуществляли туристическую деятельность 1544 организации (+62 за год), услугами которых воспользовалось 2495,3 тыс. организованных туристов и экскурсантов (+271,2 тыс. к уровню 2018 г.), в т.ч. 1213,5 тыс. туристов и 1281,8 тыс. экскурсантов.

В составе туристических и экскурсионных групп за рубеж выехало 982,9 тыс. белорусов:

21,3% – в страны СНГ;

25,5% – в страны ЕС;

53,2% – в другие страны мира.

Наиболее посещаемыми зарубежными странами были Египет, Турция, Украина, Россия, Болгария, Испания, Греция, Польша, Тунис, Литва, Черногория и Грузия. На их долю пришлось 85,5% от общего числа выехавших туристов и экскурсантов. По сравнению с прошлым годом интерес белорусов к Чехии и Италии ослабел и сместился в сторону Туниса.

В связи с пандемией необходимо уделить внимание внутреннему туризму. В 2019 г. число организованных туристов внутри страны составило 72,4 тыс. человек (65,2 тыс. в 2018 г.), экскурсантов – 1034,5 тыс. человек (942,6 тыс. годом ранее).

Сегодня в Беларуси реализуется ряд госпрограмм, в которых предусмотрены меры и средства по созданию современной инфраструктуры туризма в различных регионах страны. Государственная программа «Беларусь гостеприимная» на 2016 – 2020 годы направлена на формирование и развитие современного конкурентоспособного туристического комплекса, увеличение вклада туризма в развитие национальной экономики.

В Беларуси активно разрабатываются зеленые маршруты, которые создаются вдоль естественных зеленых коридоров, долин рек, исторических торговых путей и старых железных дорог. Среди них – маршрут по Лепельскому району Витебской области под названием «Край желтых кувшинок и седых валунов», по рекам Гривда, Щара и Неман «Водными маршрутами Великого княжества Литовского» и другие.

Особое внимание в Беларуси уделяется развитию агротуризма. В 2019 году туристов принимали более 2,7 тыс. субъектов агротуризма. Все они абсолютно разные и по-своему колоритные. В одних туристам предложат отдельный домик с камином, бильярдом и деревенской баней, в других – небольшую комнату в общем с хозяевами доме и умывальник с колодезной водой на улице. Но во всех без исключения субъектах агротуризма гостей вкусно накормят и организуют множество развлечений.

В последние годы все более популярным становится лечебно-оздоровительный туризм. Отдых и оздоровление предлагают гостям 492 санаторно-курортные, оздоровительные организации и другие специализированные средства размещения, в том числе 76 санаториев и 4 пансионата. Все санатории расположены в зонах с особым микроклиматом, многие из них обладают собственными источниками минеральных вод, грязелечебницами. В Беларусь зарубежных гостей привлекает высокая квалификация белорусских врачей, хорошая оснащенность клиник, в целом высокий уровень качества медицинских услуг.

В последние годы в моду входит военно-исторический туризм. Люди приезжают в Беларусь из разных концов света, чтобы посетить памятные места, где вершилась история. О событиях прошлого напоминают замки и храмы оборонительного типа, памятники и стелы, установленные в честь знаменитых битв, военные и краеведческие музеи.

Наиболее посещаемые исторические места в Республике Беларусь:

Замковый комплекс «Мир» - выдающийся памятник оборонного зодчества XVI века. Включен в Список всемирного культурного и природного наследия ЮНЕСКО. В декабре 2010 года после реставрационных работ Мирский замок был открыт для туристов. Стоимость полного билета – 14 рублей, льготного – 7 рублей.

Национальный историко-культурный музей-заповедник «Несвиж» - уникальный памятник архитектуры и садово-паркового искусства XVI– XVIII веков, связанный с историей рода Радзивиллов. Включен в Список всемирного культурного и природного наследия ЮНЕСКО. В июне 2011 года после активных реставрационных работ Несвижский замок открыл свои двери для посетителей. Стоимость полного билета – 14 рублей, льготного – 7 рублей.

Секція 9. Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в умовах сталого розвитку

Меморіальний комплекс «Хатынь» - один из самых впечатляющих памятников жертвам Второй мировой войны. Находится в 54 километрах от Минска на месте деревни, уничтоженной фашистами в Великую Отечественную войну. Сегодня это одно из наиболее почитаемых мест в Беларуси. В последние годы здесь открылись небольшой музей и фотовыставка.

Брестская крепость – памятник оборонной архитектуры 19 века, расположен примерно в 30 минутах ходьбы от центра Бреста. В годы Второй мировой войны крепость стала символом советского сопротивления фашистским оккупантам. 22 июня 1941 года гарнизон крепости принял первые удары немецко-фашистских захватчиков и более месяца держал оборону в полном окружении. В послевоенное время за мужество и героизм, проявленные защитниками крепости во время ее обороны, цитадель получила почетное звание «Крепость-герой».

Национальный парк «Беловежская пуща» – одна из важнейших достопримечательностей Беларуси. Это крупнейший лесной массив в Центральной Европе, знаменитый именными дубами, возраст которых превышает 500 лет. В пуще обитают разнообразные животные и птицы, в том числе самая большая в Европе популяция редких зубров. Национальный парк включен в Список всемирного культурного и природного наследия ЮНЕСКО.

Национальный парк «Браславские озера» расположен в Витебской области. Здесь находятся красивейшие в Беларуси ледниковые озера, объединенные в несколько групп. В районе озер обитают редкие птицы и животные, включенные в Красную Книгу Беларуси. Здесь расположено множество туристических баз отдыха.

Дом-музей Марка Шагала в Витебске - один из самых посещаемых музеев в Беларуси. Марк Шагал, уроженец Беларуси еврейского происхождения, всемирно известен благодаря своим сюрреалистическим картинам. Феномен творчества Шагала неизменно вызывает огромный интерес как в Беларуси, так и за рубежом

Города, которые также стоит посетить:

Барановичи – город, который раньше был одним из областных центров. Крупный, развитый, промышленный. В Барановичах находится один из крупнейших железнодорожных узлов в Беларуси. Здесь можно посмотреть Свято-Покровский собор, посетить музей железнодорожной техники, попробовать знаменитые «барановичские лодочки» (открытый хот-дог). Достопримечательностью здесь считается и пожарное депо, которое невозможно не заметить. А еще здесь вы найдете памятник воробью и скульптуру фотографа.

Кобрин – дуэт современности и старинных традиций. Здесь многовековые здания и храмы сменяются обычными панельками или частными домиками. Погуляйте по центру города, посмотрите Спасский монастырь и собор Святого Александра Невского. Дальше можно отправиться в деревянную церковь Святого Николая, она напротив – через Мухавец.

Коссово. Здесь находится один из самых известных замков на территории Беларуси – Коссовский замок. Он же Дворец Пусловских. Дворец и окружающий его парк были заложены в 1838 году. Архитектура сильно пострадала в Великую Отечественную войну, но посмотреть замок все равно стоит. В этом же городке родился один из героев Беларуси – Тадеуш Костюшко. Посетите усадьбу Костюшко и освежите знания по истории. Еще одной популярной достопримечательностью тех мест является Троицкий костел. Первое упоминание о нем относится к 1626 году. Нынешний вид он принял после перестройки в 1877 году. В этом месте крестили Тадеуша Костюшко.

«Дукорский маёнтак». Расположен недалеко от Минска. Здесь находится знаменитый перевернутый дом. Вход на территорию – 8 рублей с человека. По выходным – 10 рублей. Детям до 7 лет вход бесплатный. Стандартная экскурсия для взрослого стоит 14 рублей с человека. Кроме экскурсий, здесь можно покататься на лошадях или в бричке, полазать по веревочному городку, покататься на велосипеде или лодке. А можно даже остаться на ночь. Гостевой домик от 120 рублей в сутки.

Сегодня каждый турист и путешественник может выбрать в Беларуси отдых на любой вкус. В Беларуси нет заснеженных гор и теплого моря с песчаными пляжами, но летом здесь можно окунуться в чистых озерах, а зимой покататься на лыжных курортах, и в любое время года – побывать на рыцарских турнирах, народных праздниках, различных спортивных соревнованиях, фестивалях, театрах, музеях, экскурсиях.

На сегодня в туристической отрасли зарегистрированы 1544 субъекта, а это 5 тысяч работников туристических организаций, а совокупность белорусов, вовлеченных в сферу гостеприимства, составляет не менее 40 тысяч человек.

Литература

1. Белстат [Электронный ресурс].-2020. –Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа: 08.11.2020.

Вольська А.О., викладач к.е.н., доцент
Подільський спеціальний навчально-реабілітаційний соціально-економічний коледж

Годнюк І.В., викладач к.е.н., доцент
Подільський спеціальний навчально-реабілітаційний соціально-економічний коледж

Наслідки пандемії COVID-19 для туристичної галузі України

Вживання малого бізнесу є необхідною умовою для відновлення економіки країни після кризи. За даними Мінекономіки, у 2019 році частка малих та мікропідприємств у національному ВВП становила 16%, а разом з середнім бізнесом – 55%. Малий бізнес – це тисячі робочих місць, основа для регіонального розвитку та формування міцного середнього класу.

Ряд міжнародних організацій, зокрема МВФ, Всесвітній банк, ОЕСР, опублікували свої економічні прогнози щодо наслідків кризи COVID-19 для світової економіки, серед яких найактуальнішим і найповнішим є звіт МВФ, опублікований у квітні 2020 року. Згідно з цим звітом, у 2020 році прогнозується падіння ВВП в Україні до рівня 7,7 %, при цьому рівень безробіття сягне 10 %. Очікується зниження рівня інфляції у 2020 році як в Україні, так і в усьому світі. За оцінками звіту, як Україна, так і решта світу, зможуть відновити свій економічний стан уже у 2021 році, проте повністю компенсувати негативні наслідки, завдані у 2020 році, неможливо. Прогнозується, що міжнародна економіка зможе досягти стану 2020 року тільки у 2022 році. Ряд експертів очікує, що відновлення відбуватиметься за V-образним сценарієм, який передбачає продовження ситуації у стані «як є». Це стосується як всесвітньої економічної моделі, так і економічних відносин між країнами. Саме такий сценарій для України прогнозує регіональний провідний економіст ЄБРР Дімітар Богов, який робить ці висновки, зважаючи на фінансові реформи, нещодавно введені Україною, а також на відносно невелику частку туризму в економіці країни. Інші ж, однак, прогнозують більш тривалий період кризи та навіть рецесію зі значними соціальними наслідками, які, у свою чергу, можуть призвести до вагомих змін у соціально-економічній моделі світу [1].

Туризм є одним із тих секторів всесвітньої економіки, що постраждав найбільше у зв'язку з обмеженнями на пересування, а особливо складна ситуація склалася в авіаційній галузі.

Частка туризму в загальній економіці України є темою поглиблених дискусій і складає, згідно з офіційною статистикою, близько 3–4% ВВП, що значно нижче міжнародного середнього показника (який дорівнює 10%). Відтак туризм практично не береться до уваги при формуванні економічної політики на національному рівні. Однак останні дані від міжнародних структур (перш за все Всесвітньої туристичної організації ООН, ЮНВТО) підтверджують власні розрахунки внутрішніх експертів, які визначили цю частку на рівні близько 9% ВВП України. Це дає підстави вважати цей показник набагато важливішим для української економіки, аніж раніше.

В Україні сьогодні спостерігається значне відставання у темпах впровадження заходів на підтримку туристичного сектора, що ставить під серйозну загрозу конкурентоспроможність галузі на глобальному ринку протягом прогнозованого періоду відновлення впродовж 2021 року. На відміну від країн, де уряди моментально відреагували на необхідність мінімізувати економічні наслідки пандемії COVID-19, узявши за основу два загальних підходи з опанування ситуації: перший підхід направлений на забезпечення доступних кредитних ліній для бізнесу, а другий – на відтермінування сплати боргових і податкових зобов'язань.

Про адаптацію бізнесу в Україні та за кордоном до умов карантину обговорювали на міжнародній онлайн-конференції “Відновлення місцевої економіки”. Конференцію організувала Програма Агентства США з міжнародного розвитку USAID “Децентралізація приносить кращі результати та ефективність” (DOBRE) за сприяння європейського відділення Міжнародної Асоціації менеджерів міст ICMA Europe, польського Фонду розвитку місцевої демократії, Програми “U-LEAD з Європою” та шведсько-українського проекту “Підтримка децентралізації в Україні” SKL International. Один з учасників конференції Сергій Підмогильний, координатор з розвитку мережі Greenways в Україні зауважив, що у першу чергу потрібно просто пристосуватися до існуючих умов – адаптувати свої туристичні продукти, послуги чи товари, які є в туризмі, під існуючу ситуацію, під безпекову, під нові потреби цільових аудиторій. Кожен продукт має свою певну аудиторію. Корпоративні туристи будуть мати одні очікування, сімейний турист – інші. Кожен продукт має бути адаптований під таку цільову групу. Друге, налагодити правильну комунікацію зі своїми туристами. Треба все пояснювати клієнтам, щоб повернути їх потік. Третє, важливо створювати нові цікаві продукти, щоб вони не були банальними. Зараз дуже добрий час зайнятися сільським туризмом, який не становить основи діяльності, а є доповненням до фермерської, наприклад, діяльності. І можна успішно розпочати різні дотичні послуги, наприклад, прокат велосипедів, чого в Україні насправді бракує. Також створити місця для кемпінгу – який за кордоном дуже популярний.

Четверте, дуже важливо – це створення різноманітних партнерств, кластерів, об'єднань. Наприклад, всеукраїнська мережа екологічного туризму [2].

Отже, попереду світ усе ще чекають серйозні проблеми, починаючи з невизначеної тривалості періоду пандемії та завершуючи обмеженнями на пересування, і все це в контексті глобальної економічної рецесії. Країни в усьому світі впроваджують широкий ряд заходів для мінімізації наслідків пандемії COVID-19 і стимулювання відновлення туристичного сектора. Об'єктивно, Україна має потужний туристичний потенціал, який, не завжди використовується ефективно, а ситуація, що склалася в туристичній сфері, вважаємо потребує активного пошуку шляхів подолання кризових явищ. До яких варто віднести: підтримку внутрішніх авіа- та залізничного сполучення; державні дотації вартості квитків; продовжити пільговий період, відтермінування та скорочення обов'язкових платежів; здійснювати ретельний моніторинг, підтримку та участь у будь-яких двосторонніх і багатосторонніх угодах, що стосуються міжнародного туризму та туристичної мобільності.

Література:

1. Пандемія COVID-19 та її наслідки у сфері туризму в Україні URL : <http://www.ntoukraine.org/assets/files/EBRD-COVID19-Report-UKR.pdf>

2. Місцева економіка після карантину. Як підтримати бізнес у громадах. URL : <https://decentralization.gov.ua/news/12452>

УДК 379.85

**Горшкова Л.О., старший викладач кафедри
туризму та готельно-ресторанної справи**
Державний університет «Житомирська політехніка»

Фестивальний туризм як складова івент-туризму

Передумовами розвитку фестивального туризму в Україні є як зовнішні, так і внутрішні чинники. До основних внутрішніх (ендогенних) чинників належать інфраструктурне й технічне забезпечення, сезонність, сприяння розвитку місцевим ремеслам і творчим етноколективам, активність суб'єктів туристичного бізнесу, зростання інформованості споживачів і зміна їх уподобань, підвищення значущості засобів масової інформації в рекламі і просуванні культурно-масових заходів та цільових етнофестивальних турів, забезпеченість кваліфікованими кадрами, зростання ролі координації діяльності в сфері туризму і культури.

За даною схемою простежуються зв'язки фестивального туризму з культурно-розважальним, релігійним, пізнавальним, спортивним та шоп-туризмом. Фестивальний туризм (тематичний туризм, подієвий туризм) – різновид туризму, основна мета якого присвячена якій-небудь події. Унікальні тури, що поєднують в собі традиційний відпочинок та участь в найбільш видовищних заходах планети, поступово завойовують все більшу популярність.

Подієвий туризм – це чудова атмосфера свята, індивідуальні умови відпочинку і незабутні враження. Головна особливість подієвого туризму – безліч яскравих неповторних моментів. Цільова аудиторія тематичного туризму – це забезпечені туристи з доходом вище середнього, а також компанії, що складаються з декількох пар.

Під фестивальним туризмом дослідники передусім мають на увазі короткотермінові (не більше тижня) пізнавальні подорожі з метою відвідати певні події (музичні, культурні, релігійні, спортивні, масово-розважальні) з періодичністю раз на рік [2]. Доволі часто фестивальний туризм розглядається не як окремий вид туризму, а як складова подієвого туризму або івент-туризму.

Подієвий туризм визначається як вид туризму, який орієнтований на відвідини певного місця в певний час у зв'язку з якоюсь подією. На сьогоднішній день подієвий туризм (event tourism) виступає доволі перспективним видом туризму, який займає другу сходинку за рівнем популярності в Європі. Серед видів подієвого туризму на першому місці знаходяться перш за все фестивалі, які відрізняються за своїм тематичним змістом.

Не відкидаємо можливості знаходження спільних ознак з іншими видами туризму, але у цього виду є яскраво виражені власні особливості, що дає можливість виділити наступні ознаки фестивального туризму: подорожі є нетривалими (в середньому 3-5 днів); мають чітко виражені просторові рамки (місця проведення фестивалів); в останні роки спостерігається все більша зацікавленість до фестивалів та свят; простежується чітка історія розвитку фестивалів; мають мету, що відрізняється від мети пізнавального туризму; існують зв'язки з іншими видами туризму; створена система класифікацій цього виду туризму.

Підсумовуючи, варто сказати що важко провести межу між подієвим туризмом і фестивальним. Так подієвий туризм включає такі відмінні атракції, як: військові паради, конференції, форуми, симпозиуми, круглі столи; освітні заходи: семінари, тренінги, курси підвищення кваліфікації; покази фільму, торжества;

торгівельні шоу, презентації, відкриття підприємств, прийоми, заходи, пов'язані з просуванням торговельної марки, аукціони, авіа- і автосалони і т. ін.

Література:

1. Булієнко О. Подієвий туризм як компонент розвитку креативних територій. Географія та туризм. 2012. № 20. С. 174-184;
2. Воронина А.Б. Фестивальний туризм, як значима складова події туризму. Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. 2011. №1. С. 161-172.;
3. Медвідь Л. Фестивальний туризм Закарпаття: сучасний стан та перспективи розвитку. Науковий вісник Чернівецького університету. 2011. В. 614-615. С. 86-89.

УДК 338.48

**Давидюк Ю.В. завідувач кафедри туризму
та готельно-ресторанної справи, к.е.н., доцент
Кравчук В.В. студентка групи ТЗ-4
Державний університет «Житомирська політехніка»**

Проблеми забезпечення сталого розвитку туризму в Україні

Стрімке зростання чисельності населення планети в ХХ-ХХІ ст., урбанізація, постійне збільшення доходів, підвищення культурного рівня, інтенсивний розвиток сектору сервісної економіки у структурі світового господарства, а також взаємоближення країн створили сприятливі політичні, матеріальні та соціально-психологічні умови для бурхливого розвитку туризму та перетворення його в один з найпотужніших сегментів загальносвітової економіки. Сьогодні бізнес-обсяг туризму дорівнює або навіть перевершує експорт нафти, продуктів харчування, автомобілів. Проте неконтрольоване використання всіх видів ресурсів внаслідок популяризації та розвитку туризму привело до появи серйозних проблем в галузі екології, культури та соціального розвитку: зміна клімату, забруднення води, ґрунтів і океанів, неефективне використання джерел енергії, руйнація пам'яток природи, знищення біорізноманіття тощо. Це змусило людство звернути увагу на збереження природних, історичних та культурних цінностей.

Принципи охорони біосфери в глобальному масштабі були закріплені в 1992 р. конференцією ООН з навколишнього середовища і розвитку в Ріо-де-Жанейро. На конференції був схвалений програмний документ "Порядок денний на ХХІ століття" ("Agenda 21") і прийнята Декларація з навколишнього середовища і розвитку. Прийняття цього документа стало початком впровадження радикального нововведення в сферу туризму – принципу сталого розвитку туризму, який був запропонований ЮНВТО.

На сьогодні концепція сталого розвитку характеризується як соціально-економічна парадигма і для України, де проблема сталого розвитку обговорюється достатньо давно. Так, починаючи з 1992 року створено значний науковий доробок, який заклав підґрунтя новим орієнтирам розвитку країни на засадах постіндустріальної економіки. В 1998 р. при Кабінеті Міністрів України відповідною постановою була створена Національна комісія сталого розвитку України. На сьогодні розроблена Концепція сталого розвитку України, що схвалена Верховною Радою України. Наукові основи національної стратегії переходу України на принципи сталого розвитку ґрунтуються на властивих державі геополітичних, географічних, демографічних, соціально-економічних та екологічних особливостях.

Під сталим розуміють такий розвиток, який задовольняє потреби нинішнього часу, але не ставить під загрозу здатність майбутніх поколінь задовольняти власні потреби. Вважаємо, що сталий розвиток – це дієва концепція, дотримання якої дозволяє задовольняти всі наявні актуальні потреби суспільства, але при цьому зберігаються умови для забезпечення аналогічними можливостями майбутні покоління.

Варто зазначити, що сутність концепції сталого розвитку у туризмі містить у собі два ключових взаємопов'язаних положення. По-перше – необхідність задоволення потреб усіх верств населення, зокрема малозабезпечених і соціально незахищених, зазвичай, через соціальні форми туризму. Причому в туризмі майже рівнозначно виявляються економічні та соціальні потреби людини. По-друге – обмеженість ресурсів, що обумовлює обмежену здатність навколишнього середовища задовольняти теперішні та майбутні потреби суспільства. Основною складовою обмежень у сталому розвитку туризму є природне навколишнє середовище, а також економічні, соціально-побутові та культурологічні обмеження, які обумовлені організацією суспільства, станом технологій, рівнем освіти і культури населення.

Дотримання змісту сталого розвитку в туризмі передбачає:

– охорону довкілля, мінімізація збитку в процесі туристичної діяльності, екологічний нагляд за станом туристичного освоєння територій;

Секція 9. Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в умовах сталого розвитку

– контрольоване використання технологій туристичного обслуговування, передусім автотранспорту, енергії, питної води тощо;

– соціальну справедливість щодо місцевих громад, тобто прибуток та інші блага від туризму мають розподілятися на паритетних засадах, з урахуванням інтересів місцевого населення, а не переходити до іноземних інвесторів і національної еліти;

– естетичну гармонію рекреаційного природокористування, яка полягає у тому, що туристична діяльність та інфраструктура повинні органічно вливатися в історично сформоване середовище і зберігати унікальну своєрідність кожної місцевості.

В даний час реалізується ціла низка міжнародних програм з впровадження сталого туризму, так як для України пріоритетним є розвиток міжнародного туризму та повноцінне членство на світовому ринку туристичних послуг, що, на нашу думку, є цілком реально, так як країна має потужні можливості та умови для нарощення свого потенціалу, зокрема завдяки наявності унікальних природно-рекреаційних ресурсів, історико-культурних пам'яток, багатій флори та фауни, зон різноманітних форм відпочинку.

Вважаємо, що для розвитку туристичної індустрії України на засадах сталого туризму актуальним є розробка інноваційних підходів, так як перехід до моделі сталого потребує структурної адаптації національної економічної системи, ефективного використання наявних ресурсів та активного застосування інструментів державного регулювання розвитку туристичної галузі.

Також однією з вкрай актуальних проблем дотримання та реалізації принципів сталого розвитку у туризмі є відсутність кваліфікованих кадрів, які розуміють необхідність та важливість саме такої діяльності:

1) при плануванні сполучають та взаємоузгоджують соціальні, економічні й екологічні цілі;

2) здійснюють кількісну оцінку впливу на навколишнє середовище (функціонування природних екосистем) різних форм і видів туризму, окремих об'єктів і турів.

Підводячи підсумок, варто зазначити, що, оскільки сучасний стан розвитку туризму в Україні переважно можна оцінити як нестабільний та несталый, проблеми сталого розвитку туризму набувають усе більшої гостроти та актуальності і звертають увагу все ширшого кола дослідників та практиків. Нині відсутній комплексний підхід щодо показників оцінки стану й перспектив розвитку індустрії туризму в Україні з урахуванням базових принципів сталого розвитку.

Для забезпечення сталого розвитку туризму в Україні необхідно підвищувати рівень раціонального використання ресурсного потенціалу, професійну підготовку персоналу в індустрії туризму, забезпечувати розвиток транспортної інфраструктури, долати сезонну і просторову нерівномірність розподілу туристів, підвищувати фінансові показники підприємств індустрії туризму, приділяти значну увагу взаємозв'язку між природоохоронною діяльністю і сталим туризмом.

УДК 332.14:338.48:379.85

Дивинська Ю.А.,
асистент кафедри менеджменту та туризму
Житомирський економіко-гуманітарний інститут

Туристичні дестинації в умовах соціально-економічного розвитку

Сьогодні туризм є досить впливовим чинником соціально-економічного розвитку країни, враховуючи надходження від зростаючих туристичних потоків, залучення інвестицій для формування місцевої інфраструктури, ефективне використання рекреаційних та історико-культурних ресурсів територій. В той час коли продукцію інших галузей господарства транспортують до споживача, то туризм зумовлює міграцію людей до певних місць, де зосереджені туристично-рекреаційні ресурси. Зазвичай споживання туристичного продукту відбувається у визначеному туристом місці, тобто воно означено територіально. Цю територію прийнято трактувати як туристичну дестинацію.

Туристичну дестинацію в 2000р. Європейською комісією було визначено як «територію, яка окремо ідентифікується і підтримується для туристів як місце відвідування й у межах якої туристичний продукт виробляється одним чи декількома закладами або організаціями». В свою чергу ЮНВТО пропонує своє визначення: «дестинація – це фізичний простір, в якому відвідувач проводить не менше однієї доби. Він включає туристичні продукти, такі як послуги та атракції, а також туристичні ресурси в межах однієї доби подорожування. Цей простір має фізичні й адміністративні кордони, які визначають форму його управління, імідж і репутацію, що впливають на його конкурентоспроможність на туристичному ринку». Проте найбільш повну типізацію дестинацій можна дати класифікуючи їх за різними ознаками. А саме: за масштабом (туристичний регіон, країна, адміністративно-територіальна одиниця країни, туристичний об'єкт), за видом туризму (екологічна, сільська, зелена, пізнавальна, освітня, культурологічна тощо), за метою подорожі (комплексна, дозвільна, спортивно-оздоровча, лікувальна, рекреаційно-оздоровча, ділова,

спеціалізована), за ступенем навантаження (слабко навантажена, оптимально навантажена, максимально навантажена, перенавантажена).

Туристична дестинація є однією з важливих складових ієрархічної системи туризму. Міжнародна практика стратегічного управління розвитком дестинацій показує, що досягнення високого рівня розвитку багато в чому залежить від здатності органів державної влади вибудувати ефективний механізм прийняття й реалізації рішень, спрямованих на досягнення стратегічної цілі. Стихийний розвиток туристичних дестинацій втрачають свою актуальність, адже для ефективного впровадження стратегії розвитку потрібне наукове обґрунтування та моделювання. За умови системи управління, яка будується на комплексній та стійкій основі, з дотриманням балансу між економічними, соціальними та екологічними питаннями, туризм може принести значні економічні вигоди, не створюючи екологічних та соціальних проблем. Ключовим методом при розробці стратегії розвитку дестинацій має бути програмно-цільовий, який свій кінцевий результат проводить через логіку поетапних дій.

Сьогодні туристичні дестинації України знаходяться на стадії формування. Це пов'язане з трансформаційними процесами в країні та повільною інтеграцією туристичного ринку України до світового економічного простору. В умовах глобалізації посилюється міжнародний аспект позиціонування об'єктів туристичного ринку від окремих пам'яток до великих регіонів. Особливо такий підхід є актуальним для України, яка є різноманітною в багатьох аспектах – природному, ментальному, історичному, економічному тощо. На сучасному етапі більшу увагу потрібно приділяти розвитку дрібних туристичних дестинацій – регіони чи зони, які можуть прийняти лише певну обмежену кількість туристів, допустиму для екологічного та естетичного стану довкілля. Тобто місцевість продається як товар, що має цінність, вартість та корисність.

В умовах глобалізації відбувається умовне «стирання» кордонів між країнами що призводить до формування єдиного туристичного простору. Саме це є поштовхом до розвитку маркетингу дестинацій, адже вище зазначені процеси відкривають нові можливості для дестинацій – доступ на нові ринки, нові технології, можливості контакту з необмеженою кількістю споживачів; але з іншого боку, це спричиняє нові ризики – зростання рівня конкуренції, розширення спектру «споживчого досвіду» тощо.

Швидке розширення ринку туристично-рекреаційних послуг визначає діяльність дестинацій та за умови їх швидкого реагування на зміни зовнішнього середовища значно підвищує конкурентоспроможність. До основних шляхів підвищення конкурентоспроможності туристичних дестинацій України можна віднести декілька напрямів, а саме: - визначення та впровадження пріоритетних напрямів державної політики в галузі туристичних дестинацій; - визначення порядку класифікації регіональних ресурсів та оцінки їх використання, охорони; - забезпечення бюджетними коштами програм по розробці та реалізації шляхів розвитку регіональних дестинацій; - спільна розробка та впровадження міжнародних програм з розвитку туристичних дестинацій.

УДК338.48

**Иванова А.С., студентка 1 курса,
специальности «Экономика и управление
на предприятии» экономического факультета
Научный руководитель: Куган С.Ф., к.э.н., доцент,
зав. кафедрой менеджмента
УО «Брестский государственный технический университет»
г. Брест, Республика Беларусь**

Использование наследия спортивных мероприятий в гостинично-туристической сфере

Устойчивое развитие является основополагающей концепцией, применяемой в настоящее время к планированию гостинично-туристической деятельности. Концепция устойчивого развития подразумевает, что природные, культурные и другие ресурсы сохраняются для постоянного использования в будущем, принося при этом выгоды обществу в настоящее время. В качестве примера возьмем Олимпийские игры.

Олимпиада — событие мирового масштаба и ее проведение требует от государства огромнейших сумм, которые идут на создание необходимой инфраструктуры. Для соревнований требуются специализированные стадионы — по одному на каждые две-три дисциплины, кварталы жилых домов для спортсменов, гостиницы для болельщиков и прессы, специальные трассы и множество других построек. Однако после завершения Олимпийских игр эти строения не всегда обретают вторую жизнь. Олимпиада сегодня — это, прежде всего, крупный бизнес-проект с многомиллиардным бюджетом и столь же крупными доходами. Впрочем, особенным испытанием для организаторов обычно становятся не

многолетняя подготовка к этому мероприятию и те две-три недели, в течение которых оно проводится, а следующий период, когда построенным спортивным аренам и сопутствующей им инфраструктуре требуется найти постолимпийское применение. Опыт использования олимпийского наследия в разных странах мира свидетельствует, что есть немало примеров эффективного их вовлечения в туристскую деятельность. Часто проведение Игр дает мощный толчок экономическому, социальному и культурному развитию города-хозяина, привлекая в него миллионы туристов и миллиарды долларов даже после окончания соревнований. Так, например, случилось с Барселоной, превратившейся в один из крупнейших туристических центров Европы именно после Олимпиады 1992 года. Арена «Ниппон Будокан» была построена для соревнований по дзюдо к летней Олимпиаде 1964 г. в Токио. Сегодня эта арена известна в мире не международными спортивными соревнованиями, а музыкальными мероприятиями, т.е. используется как музыкальная арена, что привлекает не только местных жителей, но и немало туристов. В Китае большая часть построенных олимпийских объектов продолжили успешно существовать и после окончания Олимпийских игр. Многие арены для игровых видов спорта специально возводились в составе кампусов пекинских вузов и были впоследствии превращены в университетские стадионы. Эффектный «Водный куб», арена для соревнований по водным видам спорта, также нашел применение, превратившись в крупный столичный аквапарк. Впрочем, практика показывает, что при разумном планировании, обоснованном бюджете и тщательной предварительной концептуальной подготовке современная Олимпиада может стать для города-хозяина толчком к новому этапу его существования. У итальянского Турина была репутация индустриального центра, малопривлекательного для туристов. После зимних Игр-2006 их количество увеличивается на 100—150 тыс. в год. Имидж города в массовом сознании кардинально трансформировался. Десятки мероприятий различного профиля в конькобежном стадионе RichmondOval, превращенном в городской спортивно-культурный центр, каждый год его посещает около 700 тысяч человек. Арена, обошедшаяся в \$180 миллионов, теперь приносит \$3 миллионов прибыли ежегодно, и эта сумма постоянно растет. Медиацентр Ванкувера-2010 превратили в выставочный комплекс, обе Олимпийские деревни — в многофункциональные жилые и административные кварталы с магазинами и ресторанами, главный стадион BC Place, где проходили церемонии открытия и закрытия Игр, активно используется для проведения концертов и футбольных матчей — перечень примеров постолимпийского использования можно продолжать.

Естественно, проблемы в использовании олимпийского наследия всегда были и будут. Однако, при рациональном использовании, правильной организации и разработке программы по жизнеспособности объектов, туристский поток будет расти, а олимпийские объекты активно будут использоваться как в туризме, так и в других сферах. Страна, в которой были проведены Олимпийские игры, получив инвестиции не только повышает имидж региона, но и привлекает людей, которые хотят пользоваться спортивными объектами, городской инфраструктурой, гостиницами, транспортом. Планирование использования наследия олимпийских объектов призвано определить степень их жизнеспособности с различных точек зрения.

Таким образом, развитие гостинично-туристического бизнеса будет приносить экономический эффект, решать проблемы отдыха граждан, познавательного и культурного развития, совершенствовать отраслевую культуру экономики, рационально обеспечивать природопользование.

УДК 379.85

Кардаш Я. студентка групи ТЗ-4, ФБСО
Горшкова Л.О. старший викладач кафедри
туризму та готельно-ресторанної справи
Державний університет «Житомирська політехніка»

Сільський зелений туризм: перспективи розвитку

На сьогоднішній день, сільський зелений туризм – явище для України досить нове, неординарне і трактується по-різному. В сфері туризму досі тривають дискусії між фахівцями щодо таких понять як сільський зелений туризм, еко – та агротуризм, відпочинковий туризм. Згідно із ст. 1 проекту Закону України «Про сільський зелений туризм» - сільський зелений туризм являє собою відпочинковий вид туризму, що передбачає тимчасове перебування туристів у сільській місцевості (селі) та отримання ними послуг сільського зеленого туризму.

На думку вченого Кузика С. А., сільський зелений туризм – це проведення вільного часу в сільському середовищі, якому притаманна відповідна забудова, сільський побут, мальовничий ландшафт тощо. Зелений він тому, що туристичні заняття у вигляді пішохідних і кінних прогулянок, спортивних та оздоровчих подорожей (в тому числі полювання і рибальство) відбуваються у сільській місцевості серед живої зеленої природи [2].

Секція 9. Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в умовах сталого розвитку

У своїх наукових дослідженнях Горішевський П.В., Васильєв В.В. та Зінко Ю.В. наголошують, що сільський зелений туризм - це відпочинковий вид туризму, сконцентрований на сільських територіях, який передбачає розвиток туристичних шляхів, місць для відпочинку, аграрних і народних музеїв, центр з обслуговування туристів з екскурсводами [1].

Досліджуючи літературні джерела, можемо сказати що в Україні існує три різновиди сільського зеленого туризму, а саме: агро-, екотуризм і відпочинковий туризм. Важливою фігурою в забезпеченні функціонування зазначених видів туризму виступає сільська родина, яка надає житло, забезпечує харчування і знайомить з сільською місцевістю. Сільський туризм (rural tourism) – це відпочинковий вид туризму, який передбачає розвиток туристичних місць для відпочинку, туристичних шляхів, сільськогосподарських і народних музеїв, а також центрів з обслуговування туристів з провідниками та екскурсводами.

З іншої точки зору, сільський туризм – це комплексна багатогранна діяльність, яка охоплює проведення часу на природі, фермі або приватному домогосподарстві, передбачає пішіходні екскурсії, катання на конях, спорт і оздоровлення, полювання і рибальство, оглядові поїздки і тому подібне.

В свою чергу, агротуризм – це вид сільського зеленого туризму, як пізнавального так і відпочинкового характеру, пов'язаний з використанням підсобних господарств населення або земель сільськогосподарських підприємств, які тимчасово не використовуються в аграрній сфері.

Якщо розбирати екотуризм то можемо сказати, це науково-пізнавальний вид сільського зеленого туризму, переважно в сільській місцевості, розташованих у межах території національних парків, заповідних зон, природних парків, де передбачено обмеження щодо навантаження на територію та регламентовано види розважального відпочинку.

Досліджуючи, можемо сказати що відпочинковий туризм – вид сільського зеленого туризму, базою розвитку якого є капітальний житловий фонд на садибах господарів та наявні природні, рекреаційні, історико-архітектурні й інші надбання місцевості.

На розвиток сільського зеленого туризму в Україні сприяють такі фактори:

- зростаючий попит мешканців українських міст та іноземців на відпочинок у сільській місцевості;
- унікальна історико-етнографічна спадщина українських сіл;
- багаті рекреаційні ресурси;
- екологічна чистота сільської місцевості;
- відносно вільний сільський житловий фонд для прийому туристів,
- наявність вільних трудових ресурсів для обслуговування туристів;
- традиційна гостинність господарів та доступна ціна за відпочинок;
- можливість надання комплексу додаткових послуг з екскурсій, риболовлі, збирання ягід і грибів тощо.

В підсумку варто зазначити, що сільський зелений туризм позитивно впливає на вирішення соціально-економічних проблем села полягає передусім у тому, що він розширює сферу зайнятості селян, надає селянам додатковий заробіток. При певній кількості відпочиваючих з'являється потреба в задоволенні різноманітних запитів, а це в свою чергу, стимулює розвиток сфери послуг: транспортних, розважальних, служби побуту, зв'язку, торгівлі тощо. Розвиток сільського туризму спонукає до поліпшення благоустрою селищ, тобто сільських садиб, вулиць, а також він стимулює розвиток соціальної інфраструктури. Сільський туризм позитивно впливає на відродження, збереження і розвиток місцевих народних звичаїв, промислів, пам'яток історико-культурної спадщини. Проявляючи інтерес жителі міст, що відпочивають у селі, розкривають місцевим жителям їх справжню цінність, популяризують їх у своїх краях і таким чином допомагають їх збереженню морально, а подекуди й матеріально.

Особливо цікавим може бути відпочинок у селі тоді, коли до нього долучаються цікаві екскурсійні маршрути, що розкривають витoki та джерела народної культури та мистецтва, літератури.

Література:

1. Васильєва О. В. Рекомендації для власників садиб: Сільський зелений туризм. - 2015 р. – с. 22;
2. Оппельд Л. І. Міжнародний досвід зеленого туризму в Україні: проблеми та перспективи / Л. І. Оппельд, А. О. Гордіян // Ефективна економіка. – 2014 р. - №1.

Кім Е.О.,

Наук. керівник: **Павлова С.І., к.е.н., доц.**

Житомирський державний університет ім. Івана Франка

Особливості підготовки та організації кейтерингового обслуговування

Все більше закладів ресторанного господарства звертаються до кейтерингу як одному з дієвих, реальних способів протистояти негативним наслідкам пандемії та обмежень в роботі закладу. Кейтеринг – вид ресторанного сервісу, що надає послуги у приміщенні або поза його межами, якими займаються всі організації, що забезпечують харчування працівників підприємств і приватних осіб. Також він пов'язаний не тільки з приготуванням та привезенням їжі, але й з оформленням, сервіруванням столу, забезпеченням офіціантами, які обслуговують клієнтів.

Сутність такого обслуговування визначається тим, що ресторан за спецзамовленням поставляє готову продукцію ресторанного господарства у зазначений час та визначене місце і додатково може надавати різні сервісні послуги: забезпечення меблями, сервірування, обслуговування, прибирання тощо.

Вид кейтерингу визначають за ціною категорією, типом надання послуг та місцем проведення: соціальне харчування (надання послуг рестораном у межах закладу замовника з використанням його обладнання для приготування страв), подієвий кейтеринг (організація харчування осіб на заході, який проводиться з певної нагоди), харчування на транспорті (забезпечення харчування на залізничному, морському, авіаційному й автомобільному транспорті), кейтеринг у закладі (передбачає, що підприємець орендує приміщення). Також існують такі види, як роздрібний продаж готової кулінарної продукції, ресторанне обслуговування у віддалених точках (яке у свою чергу поділяється на шведський стіл, фуршет, пікнік, коктейль, бенкет, доставку обідів), доставку в офіс, VIP-кейтеринг, соціальний, концертний та медичний кейтеринг, виїзний бар та інші.

Підготовка кейтерингового обслуговування здійснюється сервіс-менеджером, який обговорює та домовляється із замовником про час, місце проведення та всі інші умови заходу. Беручи до уваги всі побажання замовника, складається детальний план, який містить в собі оформлення приміщень, розміщення устаткування, а також сценарій свята (за потреби). Ресторан (або кейтерингова компанія) може запропонувати своїм замовникам додаткові послуги, такі як оформлення приміщень дизайнером, у яких буде відзначатися захід, організація розважальних програм, прибирання території на якій відбулася подія тощо. Після того як замовлення буде прийнято менеджер приїжджає раніше часу початку події на місце проведення та чітко визначає межі території або закладу, спеціально відведені для її відзначення, формує схему розташування столів, дототівельних приміщень та окремих господарських приміщень для персоналу, улагоджує всі технічні питання, в тому числі ті, які стосуються безпеки проведення заходу.

Організація заходу на відкритому повітрі передбачає встановлення спеціального обладнання для комфорту гостей і захисту їжі від різних небажаних погодних умов, таких як сонячні промені або опади. Будь-який захід вимагає розробки детального плану, який дозволить точно розподілити роботу всього персоналу, що обслуговує. Головною функцією менеджерів є координація робочого персоналу, вирішення питань і подолання проблем, які можуть виникнути під час проведення заходу. Офіціанти зобов'язані подавати їжу за визначеним розкладом, прибирати зі столу і задовольняти прохання замовників.

У кейтерингу окрім гарних навичок в управлінні персоналом, також важливо мати матеріально-технічну базу, до якої повинне входити необхідне обладнання, професійний інвентар та інші допоміжні засоби, які мають бути у певній кількості та номенклатурі. Кейтерингова компанія мусить мати у своєму розпорядженні кваліфікованих кухарів, барменів, офіціантів та інших працівників виїзного ресторану. Вони зобов'язані попідкуватись про швидку доставку та якість страв.

До особливостей кейтерингу відносять сезонність. В залежності від сезону потреба в таких послугах може змінюватись. Адаже одними з важливих факторів є погодні умови та свята, що відзначаються в конкретний період року. Зима та весна вважаються найприбутковішими сезонами. Це пов'язано з проведенням випускних вечорів, весіль, корпоративних заходів на відкритому повітрі, святкуванням Нового року та Різдва Христового.

З кожним роком послуги кейтерингу збільшують свій попит в нашій країні. Вимоги до проведення заходів все зростають, і організаторам ділових зустрічей, конференцій, семінарів, церемоній нагородження також необхідно відповідати цим вимогам, тому вони надають перевагу кейтерингу, який дозволяє спростити процес організації, а також зекономити час та витрати на самостійне приготування їжі та напоїв, підвищити привабливість заходу в очах відвідувачів. Також сподіваємось, що цей вид ресторанних послуг допоможе ресторанному бізнесу з мінімальними негативними наслідками вийти з сьогоднішніх складних умов.

**Кононова В. В., студентка 4 курсу, ТЗ-4, ФБСО
Давидюк Ю.В., к.е.н., доц., завідувач кафедри
туризму та готельно-ресторанної справи,
Державний університет «Житомирська політехніка»**

Спеціальні види туризму та їх розвиток в майбутньому

Актуальність теми. У наш час туризм - це галузь, яка має значний вплив на розвиток економіки. Туризм - це галузь, яка надає послуги з швидкої окупності туристичного продукту.

Мета дослідження - проаналізувати, як зміниться розвиток ринку туристичних послуг протягом наступних п'яти років.

Сучасна туристична індустрія швидко прогресує. Її розвиток сприяє активному економічному зростанню багатьох країн світу. Усвідомлення людиною того, що вона є громадянином не тільки своєї країни, але і світу, веде до розширення туристичних поїздок, збільшення пропозицій на ринку різноманітних турів, особливо цільових.

На конференції WTO в Ліссабоні у 1998 році за результатами дослідження "Tourism 2020 Vision" проголошені п'ять перспективних туристичних напрямків XXI століття [1].

1. *Пригодницький туризм.* У світі залишається все менше не досліджених туристами регіонів. Справжніх романтиків приваблюють найвіддаленіші куточки Землі, гірські вершини і морські глибини. Нові туристичні потреби вимагають розробки відповідного туристичного продукту.

2. *Круїзи.* Цей сектор туризму розвивається феноменально швидкими темпами. Якщо в 1997 році на круїзних суднах по морських і річкових маршрутах подорожувало біля 7 млн. чоловік, то вже в 2000 році кількість туристів зросла понад 9 млн. В світі будується 42 восьмипалубних круїзних теплоходи, місткістю до 6200 пасажирів кожен.

3. *Екологічний туризм.* Головна мета екотуризму - збереження навколишнього середовища та забезпечення мінімального згубного впливу людини на природу. Можна організовувати як тематичні пізнавальні тури для любителів екотуризму, так і тури для відпочиваючих на курортах, з відвідуванням національних заповідників.

4. *Культурно-пізнавальний туризм.* Найбільші потоки туристів, подорожуючих з пізнавальною метою, спостерігаються в Європу, Азію та на Близькій Схід. Для невеликих груп туристів можна організувати пізнавальні тури у вигляді одноденних екскурсій з відвідуванням пам'яток культури.

5. *Тематичний туризм.* Цей вид туризму передбачає підвищену зацікавленість до конкретного явища, наприклад до кліматичних умов певної місцевості або тематичних парків як місць відпочинку [1].

За прогнозами WTO, в XXI столітті очікується туристичний бум: кількість подорожуючих у світі до 2020 року зросте до 1,6 млрд. чоловік за рік, що означає збільшення туристичних прибуттів у 2,4 раза порівняно з 2000 роком.

При цьому дохід від туризму, у 2010 році склав 1550 млрд. доларів США, тобто у 3,3 раза перевищив рівень 2000 року, а до 2020 року прогнозується збільшення доходів до 2000 млрд. доларів США.

При річному збільшенні на 8% кількості приїздів туристів до Китаю до 2020 року досягне 137,1 млн. Дол. Друге за популярністю туристичне напрям - США (102,4 млн), потім - Франція (93,3 млн), Іспанія (71,0 млн), Гонконг (59,3 млн).

Щоденні витрати туристів, за винятком коштів на авіаперельоти, зростуть до 5 мільярдів доларів на день. За прогнозами СОТ, очікується швидкий розвиток виїзного туризму. Німеччина, Японія, США, Китай та Великобританія стануть найбільшими постачальниками туристичних потоків.

Економічна відсталість країн Східної Європи є реальною перешкодою для залучення населення цих країн до міжнародного туризму.

Обсяг туризму між країнами Західної та Східної Європи буде рости переважно в напрямку зі Сходу на Захід [2].

Аналіз останніх досліджень та публікацій у галузі туризму показали значну зацікавленість вчених різних галузей у цьому питанні. Зокрема, серед українських дослідників цими питаннями займалися М. Афанасьєв, О. Любіцева, В. Кифяк, І. Мальська, І. Смірнов, Л. Устименко, В. Худо. У їх дослідженнях широко описана історія туризму, глибоко розкриті поняття «туризм» та «туристична індустрія», сучасний стан розвитку туризму в Україні, особливості туристичних фінансових потоків та моделі управління в міжнародному туристичному бізнесі а також детально аналізуються перспективи розвитку туризму [3].

Для досягнення рівнозначного успіху у світі нові інструменти механізму стимулювання розвитку туризму повинні базуватися на міжнародній кооперації, тому міжнародна кооперація та угоди між ключовими компонентами туризму (готелі, транспорт, турфірми) повинні гарантувати майбутнє розвитку індустрії. З метою забезпечення стабільних темпів росту міжнародного туризму слід визнати цей вид відпочинку пріоритетним; забезпечувати його міжвідомчу координацію; покращувати безпеку туристів; розвивати інфраструктуру й транспортні зв'язки; спростувати формальності; створювати та реалізовувати

продукти й послуги, які мають попит на світовому ринку; розвивати та впроваджувати швидкішими темпами нові технології, у тому числі максимально використовувати можливості мережі Інтернет. Оскільки основними суб'єктами світового ринку туристичних послуг виступають країни, відповідно великої уваги потребує пошук ефективних напрямків та інструментів стимулювання їх участі на світовому ринку туристичних послуг відповідно до загальносвітових тенденцій розвитку світового господарства

Проаналізовані дані свідчать про те, що туристична галузь активно розвивається: кількість приїздів туристів зростає в усіх туристичних макрорегіонах загалом. Тому подальші наукові дослідження в цьому напрямку будуть присвячені пошуку шляхів вирішення проблем розвитку туристичної галузі та пошуку нових спеціальних видів туризму.

Література:

1. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні: навч. посіб. / В. Ф. Кифяк. – Чернівці: Книги-XXI, 2012. – 354 с.
2. Кифяк В.Ф. Організація туризму: навч. посіб. / В. Ф. Кифяк. – Чернівці: Книги-XXI, 2008. – 344 с.
3. Все о туризме – туристическая библиотека, Экономика туризма, 2017. Режим доступа: <http://tourlib.net/> [Дата звернення 15 березня 2019].
4. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www2.unwto.org/>
5. Школа І.М. Перспективи розвитку туристичного бізнесу в Україні / І.М. Школа // Вісник Хмельницького національного університету "Економічні науки". — 2012. — №3. — С. 160—167.
6. Handbook on E!marketing for Tourism Destinations — Fully revised and extended version 3.0/ World Tourism Organization, Madrid. — Spain. — December. — 2012. — 172 p.
7. Compendium of Tourism Statistics/ World Tourism Organization, Madrid. — Spain. — July. — 2013. — 102 p.

УДК 004

**Кулакова Л.О., старший преподаватель кафедры УЭиФ,
Хомич К.Э., Финке Ю.Р., студентка экономического
факультета группы ЭМ-2**
Брестский государственный технический университет

Роль интернет-технологий в туристической отрасли

В современном мире большинство людей пользуются интернет-технологиями. Их эффективное использование становится одной из главных задач в современном туризме. Создание глобальных компьютерных систем бронирования, экскурсионного обслуживания, информация о доступности каких-либо туров, маршрутов, рейсов - все эти вопросы становятся актуальными для организации деятельности туристских предприятий.

Без Интернета мы не можем представить себе деятельность современной туристической фирмы. Интернет используется в основных бизнес-процессах туристической компании, начиная с поиска и привлечения клиентов, и заканчивая созданием турпродукта.

Турпродукты на сегодняшний день занимают одно из лидирующих мест по количеству продаж в сети Интернет. Это происходит потому, что турист сам хочет проектировать свой отдых и, соответственно, он отказывается от покупки готового турпакета через турагентства. По данным исследования Google Travel [1], только 13% путешественников все еще используют туристические агентства, в то время как 74% путешественников планируют свои поездки в Интернете самостоятельно. Осознавая эту тенденцию, туристическая отрасль адаптировала свою деятельность по продвижению турпродукта, используя интернет-технологии для большего привлечения клиентов.

В первую очередь Интернет в индустрии туризма применяется в маркетинге. Технология задействует практически все аспекты маркетинга, среди которых выделяют:

- интернет-рекламу. Рекламная визуализация туристических продуктов и услуг с помощью мультимедийных технологий оказывает большее влияние на потенциального клиента, чем стандартные брошюры, каталоги и листовки.
- продвижение через социальные сети, блоги с отзывами клиентов, сообщества, видеохостинги и т.д. Потребители туристического рынка нуждаются в информации (фотографии, подробные описания, отзывы), которую не способны обеспечить ни печатные издания, ни телевидение, ни радио;
- специальные веб-сайты для предоставления информации о конкретных туристических маршрутах, местах размещения, транспорте и т.д. [2].

Секція 9. Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в умовах сталого розвитку

Интернет позволяет совершенствовать деятельность турфирмы и туроператоров, ускоряя взаимодействие с клиентами и предоставляя всю необходимую информацию. Одну из важных функций в планировании тура выполняют современные системы бронирования.

Цели систем бронирования:

- предлагать поставщикам туристических услуг (авиаперевозки, прокат автомобилей, отели, туроператоры, железная дорога и др.) надежную и высокоэффективную мировую сеть сбыта, предоставляющую им доступ к наибольшей в мире базе клиентуры, принадлежащей туристическим агентствам и коммерческим бюро авиакомпаний;
- предлагать туристическим агентствам мощный инструмент управления и маркетинга, позволяющий им быть конкурентоспособными и прибыльными, иметь доступ, как к местным, так и международным провайдерам, обеспечивать управление деятельностью и вести финансовый учет работы фирмы;
- предлагать авиакомпаниям возможность использования системы в их коммерческих бюро таким образом, что и авиакомпании и турагентства могут работать через одну и ту же систему;
- обеспечивать глобальное обслуживание посредством технических связей и союзов с другими системами.

Взаимодействие туроператора с компьютерными системами бронирования создает возможность:

- интегрироваться в мировой туристский рынок;
- быстро управлять своей деятельностью;
- расширять рынок сбыта туристического продукта;
- планировать маркетинговую деятельность;
- предварительно формировать списки потребителей и заблаговременно обеспечивать загрузку;
- анализировать спрос на туристическую продукцию и многое другое [3].

Современные технологии обеспечивают качественную и эффективную работу во всех отраслях экономики, включая индустрию туризма. Сегодня никто не сомневается, что современные технологии и путешествия являются идеальным сочетанием.

Таким образом, каждый год увеличивается количество туристических фирм, использующих в своей деятельности возможности сети Интернет. Он позволяет турфирмам работать по новым технологиям, на абсолютно другом уровне. С помощью Интернета, для субъектов туристической сферы возникла новая возможность успешно продвигать и продавать услуги и продукты для удовлетворения требований, потребностей и желаний потребителей. Интернет-ресурсы открывают новые формы общения и работы с клиентами, обеспечивают доступ к разнообразным информационным источникам и значительно увеличивают эффективность работы.

Литература

1. Электронный ресурс www.wearemarketing.com. – Режим доступа: <https://www.wearemarketing.com/blog/tourism-and-technology-how-tech-isrevolutionizing-travel.html>.
2. Электронный ресурс www.ijcsit.com. – Режим доступа: <https://www.ijcsit.com/docs/Volume%202/vol2issue6/ijcsit2011020666.pdf>.
3. Электронный ресурс www.works.doklad.ru. – Режим доступа: <https://works.doklad.ru/view/Xbi5YXBLgJ4/3.html>

УДК 338.48

**Кулакова Л.О., старший преподаватель кафедры УЭиФ,
Финке Ю.Р., Хомич К.Э., студентки
экономического факультета группы ЭМ-2
Брестский государственный технический университет**

Проблемы развития туризма в Республике Беларусь

Проблема устойчивости развития туризма в условиях мировой нестабильности очень актуальна, поскольку современный туризм – это быстро развивающееся социальное и культурное явление, динамика которого основана на системе взаимодействия человека с миром. Туризм как одна из стабильно развивающихся отраслей мировой экономики – это почти отрасль во всех странах, имеющая ценный потенциал возможности с точки зрения создания различного рода экономических интересов и привлекает больше и больше внимания

Современное состояние сферы туризма в Республике Беларусь свидетельствует о том, что она еще не занимает такого положения в экономике страны, как в развитых странах. Несмотря на имеющийся туристский потенциал, выгодное геополитическое положение, наличие богатого культурного и

Секція 9. Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в умовах сталого розвитку

природного наследия, республика занимает весьма скромное место на мировом туристском рынке и существенно отстает от соседних государств. Для устойчивого развития национального туризма необходимо иметь соответствующую стратегию [1].

Территориальная организация туризма – это последовательно позиционируемый комплекс крупных туристических центров, специализированных курортных и туристических регионов с высоким уровнем концентрации инфраструктуры, склонной к транспортным коридорам или небольшим населенным пунктам. Ключевые элементы для организации туризма в Беларуси являются:

- курорты и зоны отдыха с туристическими объектами;
- национальные парки наряду с другими охраняемыми территориями;
- большие города – туристические центры;
- туристические зоны, охватывающие отдельные регионы.

Государственная программа «Беларусь гостеприимная» была разработана в соответствии с приоритетами социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016 – 2020 годы, одними из которых являются рост и диверсификация экспорта товаров и услуг, обеспечение сбалансированности внешней торговли (экспорт).

Цели Государственной программы – формирование и развитие современного конкурентоспособного туристического комплекса, внесение вклада туризма в развитие национальной экономики.

В развитии туризма в Республике Беларусь можно выделить следующие недостатки:

- отсутствие государственных и частных инвестиций в сферу туризма;
- недостаточное участие региональных и местных органов власти, предпринимателей в туристско-рекреационной деятельности;
- отсутствует целостная система подготовки, переподготовки и повышения квалификации специалистов для сферы туризма;
- слабо развита система маркетинга национального туристического продукта и его продвижения на мировом и внутреннем рынке;
- отсутствует развитая система веб-сайтов, посвящённых всем видам туризма в Беларуси;
- научные исследования проблем развития туризма не имеют инициативного и систематического характера [2].

В нынешних условиях ограниченных инвестиционных ресурсов, развитие туристической инфраструктуры происходит за счет оставшихся средств. Существующая система территориальной организации туризма имеет две основные проблемы: низкая эффективность территориального управления туристическим комплексом и низкий территориальный статус рекреационного комплекса. Обе проблемы остаются актуальными, поскольку в Беларуси преобладает государственная собственность на землю, и поэтому административные методы управления развитием туристической индустрии являются непростыми и имеют большое значение. В меньшей степени используются экономические и рыночные методы [3].

Таким образом, развитие туризма в Беларуси требует комплексной реализации отмеченных мер, требует существенной государственной поддержки, включая частичное бюджетное финансирование наряду с привлечением частного и иностранного капитала в модернизацию инфраструктуры туризма, создание и продвижение национального туристического продукта. Поэтому создание современного конкурентоспособного туристического комплекса Беларуси возможно лишь в случае перехода к инвестиционно-инновационной стадии развития туристического хозяйства.

Литература

1. Электронный ресурс www.bseu.by. – Режим доступа: http://bseu.by:8080/bitstream/edoc/6864/2/Safai_Yu_N_Nac_ekonomika_RB_2011_S_232-234_ocr.pdf.
2. Электронный ресурс www.mst.by/. – Режим доступа: <http://mst.by/ru/programma-razvitiya-turizma-ru/>
3. Электронный ресурс www.gamtostyrimai.by. – Режим доступа: http://www.gamtostyrimai.lt/uploads/publications/docs/11805_8020491f2b94159aae7d7f1512841058.pdf

УДК 338.488

Матвийчук Д.В.

студентка 4-го курсу

Научный руководитель:

Филиппова Т.В., ассистент, м.э.н.,

*Учреждение образования «Брестский государственный
технический университет»*

Гостиничный бизнес в Республике Беларусь

Индустрия гостеприимства - это бизнес, направленный на обеспечение приезжих людей жильем, питанием, а также на организацию их досуга.

В Беларуси насчитывается 375 гостиниц, гостиничных, туристско-гостиничных комплексов соответственно: 331 гостиница, 37 гостиничных комплексов, 7 туристско-гостиничных комплексов и 155 объектов иного типа (мотели, кемпинги и прочее). Подавляющее большинство представляет собой гостиницы, не имеющие категорий. Они составляют порядка 85% от общего числа гостиниц и гостиничных комплексов. Сертифицировано всего 54 гостиницы и гостиничных комплекса: 8 гостиниц класса 5 звезд («Президент-отель», «Европа», «Краун Плаза», «Пекин», «Мариотт», «Хилтон», «Ренессанс», «Бута»); 5 гостиниц и 1 туристско-гостиничный комплекс класса 4 звезды («Виктория», «Минск», «Виктория-Олимп», «Монастырская», «Губернский», «На Замковой»); 23 гостиницы, 8 гостиничных комплексов, 1 туристско-гостиничный комплекс класса 3 звезды, 12 гостиниц класса 2 звезды и 1 гостиница класса 1 звезда. Минск выступает в качестве культурной, деловой и спортивной столицы страны и обладает соответствующей гостиничной инфраструктурой. В Минске располагается порядка 40 сертифицированных гостиниц и гостиничных комплексов, при этом 8 из них – гостиницы класса 5 звезд.

В 2019 г. в гостиницах и аналогичных средствах размещения проживало 2081 тыс. человек: – 46,4% – граждане республики; – 53,6% – граждане из других государств (в т.ч. из стран СНГ – 36,3%).

По данным Министерства по налогам и сборам в 2019 г. в республике действовали 2760 субъектов агротуризма (2054). Часто посещаемые агроусадьбы Беларуси:

Усадьба «Аколица»; агроусадьба «Сосновая роща»; агроусадьба «Стары Млын»; усадьба «Асавы»; усадьба «Беловежское поместье»; усадьба «Заповедный остров» и многие другие.

Численность агротуристов за 2019 г. составила 514,8 тыс. человек (90,5% – граждане Беларуси).

Обязательные требования к гостиницам разных категорий:

Для 2-х звёздочных: допускается наличие блочных номеров; предоставление только завтрака (если в гостинице меньше 50 номеров); площадь одноместного номера — 8 квадратных метров; лифт — при наличии более трех этажей; возможны перебои с горячей водой на время профилактических или аварийных работ.

Для 3-х звёздочных: только индивидуальные номера; ежедневная смена полотенец, постельного белья — 1 раз в 3 дня; наличие настольной лампы в номере, пакета для белья при его отправке в стирку; площадь одноместного номера не менее 10 квадратных метров; лифт — если более 2 этажей; наличие в гостинице бара (как минимум) и бизнес-центра; резервное горячее водоснабжение на время сбоев и отключений; поднос багажа по просьбе гостей.

Для 4-х звёздочных: наличие защитного козырька на пути гостя от авто до входа в гостиницу; отдельный от служебного вход для постояльцев; швейцар; охраняемые стоянки или гараж; ежедневная смена белья и полотенец; обязательное наличие в номерах мини-бара и сейфа; площадь одноместного номера не менее 16 квадратных метров, санузла — не менее 4; лифт — если 2 и более этажей, его ожидание не более 30 секунд; в номерах обязательна международная связь; круглогодичное кондиционирование; чистка обуви персоналом гостиницы; обязательный поднос багажа.

Для 5-ти звёздочных: средства контроля за безопасностью номера; пол с подогревом в ванной комнате; наличие объектов питания всех видов: ресторан, кафе, банкетные залы, бар; бассейн, сауна, тренажерный зал, ночной клуб с шоу-программой; площадь одноместного номера не менее 18 квадратных метров, санузла — не менее 5; телефон даже в санузле.

Стоимость проживания в отелях Минска составляет от 15\$ (в хостеле) до 320\$ в сутки (в стандартном номере пятизвездочной гостиницы). Средняя стоимость номера в 4-звездочном отеле Минска – 180-190\$. Номер в гостинице эконом-класса – 40-50\$ за сутки.

Процентное соотношение гостиничного фонда по областям республики: в Минской области – 19,7%, затем Гомельская область – 16,5%, Брестская – 16,2%, Витебская – 14,8%, Могилёвская – 13,4%, Гродненская – 9,8%.

Литература

1. Белстат [Электронный ресурс].-2020. –Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа: 08.11.2020.

Правові аспекти роботи турагентства з надання послуг на території зони відчуження

Чорнобильська зона стає найпопулярнішим напрямком серед іноземних туристів, які відвідують Україну. Про це свідчить статистика уряду та туристичних операторів. Протягом 2019 р. Чорнобильську зону відвідали понад 107 тис. туристів, що на 44 тис. більше, ніж за аналогічний період минулого року, що є абсолютним туристичним рекордом зони. Як повідомляють у Державному агентстві з управління зоною відчуження, майже 80 % відвідувачів приїхали з-за кордону. Серед іноземних держав рекордсменами стали Велика Британія (15738), Польща (9378), Німеччина (7826), США (5580) та Чехія (4063). Українців серед гостей зони цього року також було чимало – 22468 осіб. Головна причина підвищеного інтересу – це вихід серіалу НВО «Чорнобиль», який розповідає про аварію в 1986 році і наслідки її ліквідації. За версією популярного сайту про кінематограф IMDb, навесні стрічка очолила рейтинг найкращих серіалів світу.

Найбільше туристів цікавлять місто Прип'ять, саркофаг четвертого енергоблока ЧАЕС, а також секретний радар радянських часів – Дуга-1. Проте у Міністерстві захисту довкілля та природних ресурсів України впевнені, що потенціал Чорнобильської зони більший за традиційні місця туристичного маршруту. За словами директора з науки та розвитку компанії «Чорнобиль-тур» Сергія Мирного, інфраструктуру треба розвивати і в Чорнобилі, і в прилеглих районах. З 1 червня 2020 р. діє один маршрут, розрахований на один день, – село Залісся, міста Чорнобиль та Прип'ять, об'єкт "Чорнобиль-2", село Копачі й оглядовий майданчик ЧАЕС. Крім того, є обмеження щодо кількості людей у групі, а саме не більше 10 осіб. Проте Державне агентство України з управління зоною відчуження днями оголосило, що кількість маршрутів 30-кілометровою зоною невдовзі зросте до 21. Йдеться про 13 наземних, 5 водних та 3 повітряні можливості відвідати Чорнобильську зону. Наприклад, природу території можна буде побачити під час турів річками Прип'ять та Уж.

Дозвіл на провадження окремих видів діяльності на території зони відчуження і зони безумовного (обов'язкового) відселення надає Державне агентство України з управління зоною відчуження (ДАЗВ), що передбачено ст.12 Закону «Про правовий режим території, що зазнала радіоактивного забруднення внаслідок Чорнобильської катастрофи» №791а-ХІІ від 27.02.1991. Суб'єктом туристичного бізнесу подається заява за формою, встановленою Порядком видачі спеціальних дозволів на провадження окремих видів діяльності на території зони відчуження і зони безумовного (обов'язкового) відселення, затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 20 грудня 2000 р. N 1869.

До складу ДАЗВ входить ДП «Центр організаційно-технічного і інформаційного забезпечення управління зоною відчуження» (ДП «ЦОТІЗ»), яке забезпечує на території зони відчуження прийом та інформаційний супровід іноземних, українських груп відвідувачів, та окремих громадян, які прибувають до зони відчуження з пізнавальною метою. ДП «ЦОТІЗ» забезпечує оформлення електронних квитків для відвідування зони відчуження <https://solaris.testmticket.in.ua>.

Державне агентство України з управління зоною відчуження спростило процедуру для ведення туристичної діяльності. Зокрема, скасували необхідність отримання спеціальних дозволів.

Тепер для початку діяльності з надання туристичних послуг у Чорнобильській зоні достатньо укласти три договори:

- з ДП «Центр організаційно-технічного і інформаційного забезпечення управління зоною відчуження» про надання послуг щодо підготовки програми перебування та організації відвідування зони відчуження та зони безумовного (обов'язкового) відселення з пізнавальною метою.

- з ТОВ «РК Проект» на проведення індивідуального дозиметричного контролю зовнішнього опромінення відвідувачів під час перебування в зоні відчуження і зоні безумовного (обов'язкового) відселення.

- з ДСП «Екоцентр» про надання послуг з прямого радіаційно-дозиметричного контролю автотранспорту.

У липні 2019 р. в Офісі президента створено робочу групу щодо покращення туристичної привабливості зони відчуження. Результатом роботи групи став указ Президента № 512/2019 «Про деякі питання розвитку територій, що зазнали радіоактивного забруднення внаслідок Чорнобильської катастрофи» від 10 липня 2019 р. В робочій групі розроблено положення, які усувають штучно створену монополію діяльності певних туристичних операторів.

Таким чином, чорнобильський туризм сьогодні стає незаперечним фактом, який необхідно перетворити на позитивний чинник сприяння зацікавленості світу Україною, чому сприятиме конкуренція між туристичними підприємствами, що працюють в зоні відчуження.

Мошковська К. А., студентка гр. ТЗ-4м, ФБСО
Романів О.Я., доцент, канд. географ. н.,
доцент кафедри туризму і ГРС
Державний університет «Житомирська політехніка»

Реалії та перспективи ринку антикафе в Україні: геомаркетингові та суспільно-географічні аспекти

Антикафе (інші назви being place, time safe, time club) – це формат закладів, призначенням яких є виключно культурний відпочинок, зустрічі, робота та проведення дозвілля. Це заклади, де люди платять не за їжу, а за час перебування у них. Вони стають дедалі популярнішими. Формат антикафе затребуваний, адже люди хочуть відпочивати по-новому, а у кого мале коло спілкування – знайти нових друзів.

Варто згадати появу комп'ютерних ігрових клубів в кінці 1990-х, які набули популярності в перше десятиліття XXI ст. В таких клубах відвідувачі платили погодинно за користування комп'ютером. Звідси й пішли витoki ідеї тайм-клубів. А в деяких публікаціях згадується, що творцем моделі антикафе є Деніз Серре, який відкрив кафе в американському місті Солт-Лейк Сіті, засноване на принципі «free donations», тобто «плати, скільки хочеш». Але за іншою версією автором концепції «антикафе» вважається російській підприємець Іван Мітін. Перший свій заклад він відкрив у 2010 році в Москві. Називався він «Будинок на дереві».

Проводячи час в «Будинку на дереві», платити можна було скільки завгодно, складаючи гроші в спеціальну валізу. У «Будинку на дереві» були кава, чай, можна було приносити свої частування (але не спиртне), був інтернет, принтер, інші пристосування для того, щоб плідно провести час. «Будинок на дереві» відкрився восени 2010-го року, коли кілька друзів склалися коштами на оренду невеликого приміщення в центрі Москви і запросили всіх бажаних приходити в гості. На сьогодні московське антикафе «Будинок на дереві» не функціонує. Але саме воно стало поштовхом для створення однієї з відомих мереж антикафе: вже восени 2011 року в Москві з'явився єдиний на той час заклад вільного простору «Циферблат» (засновник також Іван Мітін). [4].

У 2012 році почалося масштабне відкриття антикафе і поширення їх в країнах СНД і Європи (Чехія, Словаччина, Франція, Німеччина, Фінляндія, Великобританія), США і Канаді. Найбільші мережі антикафе були побудовані на основі франшизи. Зараз кількість вільних просторів в світі оцінюється в сотні.

В Україні відомі тайм-кафе «Циферблат», «Бергамот», «Mr.Bukovski» (Київ), «Гости», «Уровень», «Обломов», «Дома» (Харків), «soMMuna» (Львів) та інші. Найбільш вони розповсюджені в Києві, де вперше і з'явилися. Також вільні простори є в Харкові, Дніпропетровську, активно конкурують між собою подібні заклади в Запоріжжі, популярні вони й в Одесі, хоча тут більш активно розвиваються ідеї «коворкінгу». Можливо, саме завдяки значній варіативності їхніх функцій така велика чисельність антикафе може існувати поруч навіть в одному місті й знаходити своїх прихильників всередині однієї цільової аудиторії.

Охарактеризуємо кілька визнаних антикафе України.

«Циферблат» – це перше кафе такого типу у світі, це перша мережа вільних просторів. До того ж, її можна вважати міжнародною. Також представник даної мережі став першим антикафе, відкритим в Україні, в Києві. «Циферблат» в столиці розташований біля Золотих Воріт, які колись були центральним в'їздом в історичний Київ. Зручне розташування, затишне півтора-поверхове приміщення та домашня атмосфера. Цей заклад підійде як для нестандартного романтичного побачення, так і для дружньої розмови, або для організації робочого процесу. Для всього цього та багато іншого тут є всі зручності. Щодо цінової політики, то в «Циферблаті» вона стандартна для всіх крупних антикафе: 1 година – 30 грн, всі наступні – по 15 грн. Оплата похвилинна. Також періодично діють акції, можна отримати фларс за кожні 3 години на наступний раз зі знижкою («30 безкоштовних хвилин щастя»). [4]

На початку 2013 року перше антикафе було відкрите у Львові, яке і досі приваблює відвідувачів. «SoMMuna» – це місце вільних людей, тут немає обмежень, окрім розпивання алкоголю. Вдень 15 хвилин – 5 грн. Перша година – 20 грн., а усі наступні – по 16 грн. Вночі 30 хвилин – 5 грн., 1 год – 10 грн. У вартість однієї хвилини або ж години входить користування настільними іграми (яких більше п'яти), нетбуками й стаціонарними комп'ютерами, смакування какао, узвару, печива, цукерками. У антикафе є мольберти, де можна малювати, а також різні сучасні журнали. Кожен охочий, за додаткову вартість, може купити собі так звані «снеки», роздрукувати або зробити ксерокопію необхідного, а також телефонувати закордон [6].

Позиціонують себе власники «SoMMuna» як комуну інтелектуалів. Тому головною фішкою закладу в плані меню є те, що вони не подають стандартні каву та чай, а варять лише какао – адже саме цей напій дають дітям в дитинстві для кращого розумового розвитку. Як і в інших антикафе, тут наявні настільні ігри, книжки, багато місця для маленьких та великих компаній. Також у користування відвідувачам надаються стаціонарні комп'ютери та нетбуки, а за додаткову плату можна навіть скористатися послугами ксероксу або принтеру. Все для студентів.

Ще однією особливістю стало те, що «SoMMuna» працює цілодобово, що не є характерним для більшості антикафе. А також цікавим є наявність місячного абонементу на відвідування закладу з 50% знижкою. У львівському закладі ціни нижчі від столичних. Ідея коворкінга втілюється у роботу антикафе. Тут створені умови для проведення різних заходів, фотосесій, конференцій, свят тощо. Вільний простір для вільних людей (натяк на фрілансерів) [6].

До прикладу історія створення антикафе у м. Полтава. Формат «антикафе» завжди важко приживався в Полтаві.

Секція 9. Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в умовах сталого розвитку

Можливо, колись ще не був час для таких закладів, вони були незрозумілі для відвідувачів та сприймалися з подивом чи навіть острахом. Та Friendzone з'явилися: заклад у Полтаві дуже симпатичний ззовні із не менш гарним змістом. Швидкісний Інтернет, проєктор з екраном, зручні меблі дають можливість проводити семінари та тренінги на будь-яку тематику, та у той же час блискавично переключатися між роботою та відпочинком. Слідуючи головному принципу антикафе, відвідувачі сплачують у закладі лише за проведений час. Кава/чай та солодощі входять у вартість. Можна приносити свої напої, їжу, проводити свята, спільні вечори з друзями, побачення [2].

Прикладом може бути й історія створення антикафе у Дніпропетровську у 2016 році. Це найбільше в Європі антикафе. Площа закладу більше 600 м², на яких можна усіляко розважатися [5].

Антикафе «Місце», яке знаходиться в самому центрі Дніпра, відмінно підходить як для веселих посиденьок з компанією, спокійного проведення часу для двох, так і для роботи або відпочинку на самоті. Тут можна послухати акустичний концерт, вдосталь танцюватись, пограти в настільні ігри або ж зіграти в настільний теніс.

Відкриття декількох антикафе в українських містах: Київ, Львів, Дніпропетровськ, Полтава тощо, доводить, що цей формат кафе є перспективним. І користуються такі заклади великим попитом серед клієнтів, які цінують, в першу чергу, комфорт, затишок і спілкування, а не можливість добре повечеряти, попиту пиво чи потанцювати. За словами підприємців бувають дні, коли у їхніх антикафе, взагалі, не залишається вільних місць. Розвиток креативної економіки в Україні пов'язаний із розвитком креативних вмінь, збільшенням кількості творчо мислячих працівників та із зростанням кількості фірм в креативних індустріях. Рівень доходів представників творчого класу і компаній, що входять в креативний сектор, перевищує середній загальнонаціональний рівень. Люди надають перевагу новому, а особливо це стосується молоді, тому формат «антикафе» є не набридливим для відвідувачів. У антикафе можна провести святкові заходи, організувати семінари, лекції, тренінги, презентації або просто посидіти і поговорити за чашкою кави або чаю. Крім того, в антикафе пропонують послуги: безкоштовний Wi-Fi, паркування, настільні ігри, дитячу кімнату. Все це приваблює клієнтів, які не люблять проводити вільний час вдома, а прагнуть до спілкування.

Як показали дослідження, основною цільовою групою антикафе є молодь віком 15-27 років, комунікабельна, яка любить подібний вид відпочинку, яка має вільний час і володіє невеликими грошовими коштами для відвідування антикафе. Аналіз ринку показує, що на кожні 250 тисяч населення міста рентабельно відкриття одного антикафе.

Комерційним плюсом формату антикафе є те, що відкриття подібного закладу не вимагає багато узгоджень, на відміну від традиційного кафе, оскільки такий майданчик може бути оформлено за класом «організація заходів». Для реалізації проєкту пропонується зареєструвати ТОВ із зазначенням наступних видів діяльності відповідно до КВЕД-10.96.09: надання інших індивідуальних послуг. Більшість антикафе вказують це як основний вид діяльності [3].

Отже, мережа антикафе не втрачає своєї позиції на ринку, а навпаки завойовує все більше і більше прихильників в різних містах та країнах. Основним плюсом такого закладу є, звісно, атмосферність та вигідна відмінність на ринку послуг. Антикафе виконує безліч функцій, а саме робочу, що дозволяє комфортно працювати віддалено; розвиваючу, так як на території антикафе проводяться різні тренінги, майстер-класи, лекції та інше; розважальну і комунікативну. Дані функції принципово відрізняють цей формат від інших видів дозвілєвих просторів і роблять їх одними з найбільш затребуваних в сучасному українському суспільстві.

За результатами проведених досліджень, були розроблені блоки, на які необхідно звернути увагу власникам антикафе для посилення їх позицій на ринку, а саме: ведення та управління сторінками в соціальних мережах (Телеграм, Фейсбук, Instagram); реклама в соцмережах; роздача листівок; зовнішня реклама (вивіска); розміщення постерів в освітніх установах міста; купонні знижки і роздача флаєрів; проведення рекламних акцій; продаж абонементів. Перспективним для антикафе є залучення відомого блогера свого міста. Він має авторитет серед свої підписників (їх може бути від 20-30 тисяч). І те, що він порадить, люди захочуть це спробувати, відвідавши заклад.

Також власникам необхідно досконало підготувати персонал до зустрічі гостей.

Для перспективної роботи антикафе рекомендовано провести заходи щодо вдосконалення дизайну; урізноманітнити меню (з урахуванням своєї специфіки); звернути увагу на заохочення постійних відвідувачів з метою закріплення клієнтури і її розширення. Все це дуже важливо для антикафе, адже завдяки цьому воно буде розвиватися і приваблювати до себе все більше людей. І прибуток його буде збільшуватися [1].

Для перспектив у антикафе радять збільшувати кількість заходів на свіжому повітрі. Цей крок привертає нових відвідувачів та розширює потенціал закладу. Антикафе може планувати дві зони відпочинку – внутрішню залу та літню терасу, де достатнім буде розмістити пуфики для сидіння, рослини та, наприклад, екран для перегляду фільмів.

Отже, антикафе та їх діяльність – це досить привабливий та перспективний напрям ресторанного бізнесу. Адже в сучасному суспільстві все більше урізноманітнюються види організації дозвілля. Для України є актуальним даний вид бізнесу, практикується він в країні на рівні з європейськими державами.

Література:

1. Антикафе – місце де володієш часом. URL : <https://tinyurl.com/y9kdrxyq>
2. Мелюхнов Ігор. Креативні простори Полтави. Тут реалізуються задуми. URL : <https://zmist.pl.ua/analytics/kreativni-prostori-poltavi-tut-realizovuyutsya-zadumi-chastina-2>
3. Назва видів економічної діяльності та пояснення до них. URL : <http://kved.ukrstat.gov.ua/>

Секція 9. Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в умовах сталого розвитку

4. Новое место: Пространство «Циферблат». URL : <https://www.the-village.ru/village/service-shopping/service/109477-novoe-mesto-svobodnoe-prostranstvo-tsiferblat>
5. У Дніпропетровську відкрили найбільше в Європі антикафе. URL : <https://11tv.dp.ua/news/dp/20160125-26405.html>
6. Communa: у Львові відкрилось перше антикафе. URL: <https://inspired.com.ua/creative/interior/communa-lviv/>

УДК 338.48:338.1

Ненько О.І., аспірантка
Боровік Л.В., д.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки та фінансів
Херсонський державний аграрно-економічний університет

**Розвиток готельної галузі на основі індикативного планування
(на прикладі Херсонської області)**

Індикативне планування в сучасному світі виступає однією з форм державного регулювання динамічної ринкової економіки.

Більш точне і підходяще до готельної сфери на практиці виявилось структурне планування. Таким чином, доцільно розглянути індикативне планування даного типу як засіб досягнення певних структурних змін в економіці, адже воно полягає в тому, що для забезпечення розвитку пріоритетних галузей, які потребували значних інвестицій, держава планувала державні інвестиції, стимулювала приватні інвестиції та розробку кількісних завдань для галузі.

Важливе місце у впливі держави на економічні процеси займає індикативне планування. Воно є однією з найбільш адекватних ринковим відносинам формою макроекономічного планування. Як показала практика, регулюючі функції держави в умовах ринкової трансформації не можуть бути ефективними за відсутності надійної системи стратегічного прогнозування та індикативного планування.

Актуальність формування матриці розвитку готельної галузі з використанням факторів впливу в індикативному плануванні обумовлена можливістю високої точності керування факторами життєздатності певного готельного підприємства в обраній для аналізу галузі господарювання.

Метою індикативного планування є реалізація цілей державного впливу на економічний і соціальний розвиток.

Як платформу для побудови матриці та розрахунку прогнозу використаємо сайт Держкомстату України. Відповідно до наведених функцій серед наданої статистичної інформації виділимо необхідні індикатори впливу на готельну галузь Херсонської області. А саме такі індикатори:

1. Наявний дохід населення області.
2. Витрати населення області.
3. Екологічна ситуація.
4. ІСЦ (індекс споживчих цін).
5. Валовий регіональний продукт на особу.

Для прогнозу приросту індикаторів у 2020-му році розрахуємо показник екологічної ситуації за даними Держкомстату по регіонах та розрахуємо приріст цього та всіх інших індикаторів Херсонської області за останні роки. Дані внесемо у таблицю 1.

Таблиця 1

Приріст індикаторів впливу на готельну галузь Херсонської області за період 2015-2019 років*

Індикатор	Показник					Темп приросту (округлено)				
	2015	2016	2017	2018	2019	2015	2016	2017	2018	2019
1. Наявний дохід населення, млн. грн.	29695	34913	43834	52318	58983	-	0,85	0,80	0,84	0,89
2. Витрати населення, млн. грн.	27304	33119	41563	49162	62317	-	0,82	0,80	0,85	0,79
3. Еколог. ситуація, тис. т	66374	52754	51657	50667	50554	-	1,26	1,02	1,02	1,00
4. ІСЦ	146	113	114	110	103	-	1,29	1,00	1,04	1,07

Секція 9. Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в умовах сталого розвитку

5. Валовий регіональний продукт на особу, грн	30246	36585	45532	52922	54280	-	0,83	0,80	0,86	0,98
---	-------	-------	-------	-------	-------	---	------	------	------	------

* використано данні Держкомстату України без урахування тимчасово окупованих територій України [6]

На основі даних вищенаведеної таблиці складемо прогноз приросту показників обраних індикаторів готельної галузі Херсонської області на 2020 рік (рис. 1).

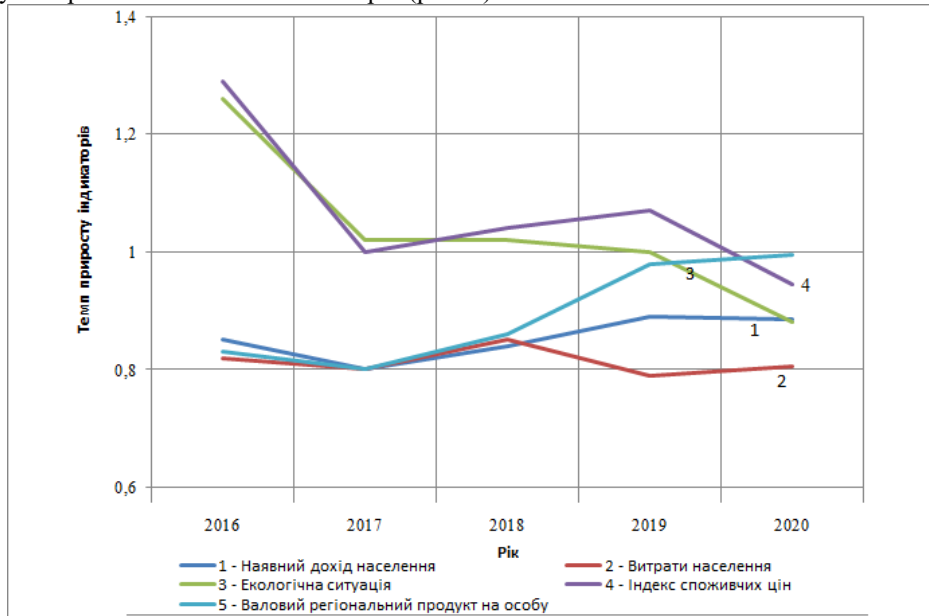


Рис. 1. Прогноз темпу приросту індикаторів розвитку готельної галузі Херсонської області на 2020 рік шляхом використання лінійного тренду

Принципи індикативного планування виражають головні вимоги до побудови індикативних планів. До них належать: поєднання інтересів усіх суб'єктів ринкових відносин – держави, регіонів, підприємств і окремих підприємців; порівняння витрат і доходів; комплексність, яка передбачає системний підхід у вирішенні економічних, соціальних, культурних, екологічних, зовнішньоекономічних та інших проблем. В готельній галузі індикативність виступає як спосіб визначення цілей і пріоритетів соціально-економічного розвитку, впливає на розробку способів їх досягнення на базі глибокого аналізу об'єктивного стану і динаміки розвитку суспільства, поєднання планового і ринкового регулювання розвитку економіки. Аналіз розвитку готельної галузі також передбачає безперервний процес прогнозування і планування, орієнтацію на вирішення соціальних завдань.

В Україні потрібно сформувати сучасні механізми прогнозування та індикативного планування, відповідні інституційні структури та статистичну базу, або посилити вектор регулюючої функції економічних процесів, що не суперечить ринковому вектору економіки.

Література.

1. Остапенко Я. О. Статистичний аналіз підприємств готельного господарства та прогнозування його розвитку. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. Вип. 8. С. 1216-1221
2. Тимошук М. Р. Індикативне планування як інструмент управління соціально-економічним розвитком муніципальних підприємств. *Науковий вісник НЛТУ України. Серія економіка*, 2017, вип. 27, № 2. https://nv.nltu.edu.ua/Archive/2017/27_2/34.pdf
3. Державна служба статистики України <http://www.ukrstat.gov.ua/>

УДК 338.486

Олійник О.В., д.е.н., проф.,
професор кафедри туризму та готельно-
ресторанної справи,
Ярмолюк Д.І., асистент кафедри туризму та
готельно-ресторанної справи
Державний університет «Житомирська політехніка»

Напрями підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств

Функціонування підприємства відбувається в умовах постійної конкуренції, що вимагає підвищеної уваги до оцінювання власної конкурентоспроможності та управління нею. Конкурентоспроможність підприємства слід розглядати як результат ефективного формування та використання ресурсного забезпечення, а саме конкурентних переваг. Тому бути конкурентоспроможним для підприємства означає функціонувати на ринку, отримувати прибуток, виконувати фіскально-соціальні функції перед державою.

Актуальність даного питання характеризується необхідністю детального дослідження підходів до оцінювання конкурентоспроможності туристичних компаній, виявлення їх сильних і слабких позицій, вибору методів підвищення ефективності функціонування і посилення займаних позицій. Серед вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів не існує єдиної думки щодо сутності категорії конкурентоспроможності підприємства та її співвідношення з іншими взаємопов'язаними категоріями, зокрема конкуренції, конкурентних переваг, конкурентного статусу, конкурентної позиції підприємства. Аналізуючи сучасні дослідження варто зазначити про не уточнений понятійний апарат теорії конкурентоспроможності в сфері туризму, відсутня чітка розробка системи критеріїв, показників та методів оцінки конкурентоспроможності туристських підприємств, мало дослідженими залишаються питання розробки конкурентних стратегій та не визначені фактори впливу на конкурентоспроможність.

Термін конкурентоспроможності підприємства можна розглядати як: – здатність виробляти й реалізувати швидко, дешево, якісно, продавати в достатній кількості, при високому технологічному рівні обслуговування; – можливість ефективно розпоряджатися власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку; – можливість кращого, ніж у конкурентів, задоволення потреб покупців.

Туризм як сфера підприємницької діяльності має свою специфіку, тому важливо зупинити увагу на деяких особливостях конкурентоспроможності туристичних підприємств: 1) оцінка і методи забезпечення конкурентних переваг туристичних підприємств, пов'язані із специфічними рисами послуг у складі турпродуктів; 2) нерівномірність споживання турпродуктів обумовлене коливаннями рівня в окремі періоди року; 3) залежність як від внутрішніх, так і зарубіжних конкурентів; 4) залежність від конкурентних позицій безпосередніх виробників, та від задоволення попиту споживачів та ін.

Конкурентоспроможність туристичного підприємства – це узагальнююча характеристика стійкості підприємства, що зумовлюється ефективністю використання наявного ресурсного потенціалу, здатністю надавати привабливі за ціновими і неціновими характеристиками туристичні послуги, можливістю адаптуватися до змін динамічного конкурентного середовища.

Підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств передбачає реалізацію таких аспектів:

- вживати заходів з захисту туристів та їх вільного пересування; підвищення безпеки туристів; гармонізацію страхування туристів і їхнього автотранспорту; інформування про їх права;
- розробити загальні правила діяльності в індустрії туризму щодо стосуються податкової політики, взаємного визнання рівня кваліфікації і дипломів професійної підготовки фахівців; поділу відпускних періодів для зняття навантаження на туристичну індустрію в пікові сезони;
- розвивати регіональний туризм з метою його просування в нерозвинені регіони;
- державне стимулювання туризму, через вдосконалення системи оподаткування;
- забезпечувати підвищення якості туристичних послуг і розширення асортименту;
- поетапна приватизація туристичних об'єктів з їх інфраструктурою;
- будівництво нових, реконструкція та модернізація діючих туристичних об'єктів;
- державне фінансування відновлення пам'яток архітектури, культури, історії;
- залучати підприємницькі структури з метою фінансування;
- просувати продукти на міжнародний туристичний ринок через міждержавні угоди і програми;
- створювати сучасну інформаційно-маркетингову служби у сфері туристичного бізнесу;
- проводити наукові, проектні та інші дослідницькі роботи на актуальні проблеми туризму.

Забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств сфери туризму вимагає формування принципово нової системи управління. Основними ознаками мають стати удосконалення єдиної організаційної структури регулювання туристичної діяльності в країні, збалансування пов'язаних з цим повноважень та відповідальності органів центральної виконавчої влади і місцевого самоврядування, створення ефективного механізму їх взаємодії з господарюючими в галузі суб'єктами.

Особливості та рівні стандартизації готельних послуг

Стандартизація готельних послуг, з точки зору гостя, є обов'язковим атрибутом будь-якого готелю. З одного боку у гостя є чітке уявлення про заявлений рівень якості в готелі, він може бути впевнений в безпечності продукції та послуг, а готель працює як єдиний злагоджений механізм для забезпечення його (гостя) комфорту. Однак, наразі проблема в тому, що гостям, які багато подорожують, більш не цікаво «все стандартне», їм потрібна «родзинка». Якщо її немає, то ніякі найвищі стандарти не допоможуть готелю виділитися серед конкурентів. При цьому, зрозуміло, засіб розміщення повинен дотримуватися всіх затверджених готельних стандартів.

При розгляді стандартів обслуговування необхідно розглянути певні рівні стандартів обслуговування, які можна представити, як:

Міжнародні стандарти. Вони розробляються такими організаціями як IH & RA, UNWTO, ICCA і ін. Тут представлені незмінні істини для обслуговування клієнтів: наприклад, співробітникам готелю не можна сперечатися з клієнтом і доводити свою правоту, замість цього слід уважно і доброзичливо вислухати скарги гостя і негайно на них реагувати.

IH & RA (International Hotel & Restaurant Association) - це міжнародна торгова організація, що представляє інтереси готельєрів та рестораторів. Штаб-квартира IH & RA знаходиться в Лозанні (Швейцарія). Члени IH & RA - національні асоціації готелів і ресторанів по всьому світу (близько 100), а також міжнародні та національні мережі готелів і ресторанів (представляють близько 50 брендів).

World Tourism Organization UNWTO - всесвітня туристична організація, заснована ООН і регулює загальні питання стійкого і загальнодоступного туризму.

ICCA (International Congress and Convention Association) - Міжнародна асоціація конгресів і конференцій, заснована в 1963 році групою турагентств для обміну інформацією про міжнародні конгреси і конференції.

Законодавство України щодо забезпечення високих рівнів надання готельних послуг включає:

1. Правила обов'язкової сертифікації послуг з тимчасового розміщення (проживання), затверджено наказом Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики від 27 січня 1999 р. №37 (у редакції наказу Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики від 17 червня 2010 р. №238).

2. Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг, затверджено наказом Державної туристичної адміністрації України від 16 березня 2004 р. №19.

3. Порядок надання послуг з тимчасового розміщення (проживання), затверджено Постановою Кабінету Міністрів України від 15 березня 2006 р. №297.

Цими Правилами регламентуються основні вимоги щодо роботи засобів розміщення усіх форм власності, що здійснюють діяльність на території України.

Третій рівень – це Державні стандарти України. Вони визначають умови безпеки і гігієни в готелях, відповідальність засобів розміщення, порядок вирішення скарг, загальні рекомендації до якості обслуговування (комфорт, етичність персоналу і ін.). Наприклад: ДСТУ 4527:2006 Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення; ДСТУ 4268:2003 Послуги туристичні. Засоби розміщення; ДСТУ 4269:2003 Послуги туристичні. Класифікація готелів; ДСТУ ISO 9000:2015 Системи управління якістю. Основні положення та словник.

I, четвертий рівень, – це внутрішні стандарти обслуговування готелю або іншого засобу розміщення. Вони вміщують покрокові інструкції і регламенти для кожного співробітника та регулюють як обов'язки співробітника (порядок їх виконання), так і правила взаємодії його з іншими співробітниками (в тому числі з інших відділів).

Вважається, що стандарти готельних мереж (і особливо міжнародних) вище, ніж стандарти незалежних готелів. Однак тут багато чого буде залежати від самого готелю. При цьому, якщо готель прагне підкреслити свою індивідуальність, стандарти обслуговування також можуть бути задіяні до створення концепції закладу. Наприклад, складно порівнювати крафтове і «звичайне» пиво відомих брендів.

Деякі готелі (в тому числі мережеві) зуміли стати відомими саме завдяки якійсь незвичайній послугі. Для прикладу:

Reabody Hotel (м Мемфіс, штат Теннесі, США) класу люкс став відомий на весь світ завдяки качкам, що живуть на його даху, яких службовець готелю щодня виводить через лобі по червоній доріжці до фонтану і ввечері «проводжає» назад.

П'ятизірковий готель Andaz Liverpool Street в Лондоні пропонує своїм гостям почитати їм казки на ніч. У ролі «казкарів» виступають відомі письменники і журналісти.

Секція 9. Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в умовах сталого розвитку

Готель The Benjamin в Нью-Йорку подбав про те, щоб навіть найменший шурхіт не порушував спокій гостей. Для цього в готелі є спеціальний співробітник, який запобігає можливому шуму і ліквідує сторонні звуки, а по всьому готелю розстелені килими з дуже товстим ворсом, що поглинають звуки кроків.

У 2010 році весь туристичний бізнес обговорював нову послугу, введenu мережею Holiday Inn в трьох свої готелях в Великобританії (два в Лондоні і один в Манчестері), а саме підігрів ліжка. Інтрига полягала в тому, що, за бажанням гостя, співробітник готелю, надівши спеціальну вовняну «піжаму», лягав в ліжко гостя до досягнення в ліжку необхідної температури 20 градусів за Цельсієм. Як повідомляла прес-служба готельної мережі, цей метод нагадував старовинний спосіб обігріву ліжка за допомогою теплої грілки.

Яким би не був готель (мережевим або незалежним), його співробітники завжди повинні дотримуватися затверджених готелем стандартів, включаючи такі «дрібниці», як спосіб застилення ліжок і розкладання аксесуарів у ванній кімнаті. Винятком з правила може бути лише прохання гостя зробити щось по-іншому.

Не останню роль тут відіграє організаційна структура готелю, наскільки ефективною, злагодженою вона може бути. Це одна з ключових умов хорошого сервісу. Структура взаємин різних служб формується виходячи з обсягу номерного фонду і спрямованості готелю. У міні-готелях, найімовірніше, один співробітник буде виконувати кілька функцій: наприклад, адміністратор, може займатися також бронюванням і продажами.

Отже, що таке готельний сервіс та як оцінити якість обслуговування. Однозначної відповіді немає, але можемо стверджувати, що це рівень задоволення гостя, коли у гостя створюється позитивне (або негативне) враження про сервіс в готелі, це означає, що в готелі дотримані (чи ні) такі критерії:

Технологія обслуговування. Це означає, що в номерному фонді, в ресторанах і барах, на ресепшн ін. повинні бути чітко прописані і дотримуватися процедури розміщення гостей, прибирання номерів, подачі страв та ін.

Стандарт зовнішнього вигляду співробітників. Пред'являються до форми одягу, зачіски і гігієни. Зрозуміло, форма одягу і взуття повинні бути чистими і в належному стані. Тут важливо зазначити, що співробітникам, які виконують однакові завдання, необхідно носити однакову форму (ресепшн, клінінг, офіціанти та ін), всі співробітники повинні носити іменний значок, який кріпиться зліва; піджаки і сорочки слід носити застібнутими на всі гудзики, в приміщеннях обслуговування дозволені тільки довгі рукава; вміст кишень одягу не повинно спотворювати її форму тощо; дотримуватись чітких правил щодо зачіски та гігієни, співробітники, які мають справу з їжею, напоями або з технікою, повинні носити захисний головний убір; волосся у жінок: не довше нижнього краю коміра, в іншому випадку вони збираються в пучок або акуратно зав'язуються ззаду; чоловікам не слід носити ніяких браслетів або сережок, тільки обручку; жінкам - не більше двох кілець, сережки стриманого стилю.

Стандарти поведінки обслуговуючого персоналу. Наприклад, привітання та прощання: вітати гостя радо, з посмішкою; якщо вам відомі імена гостей, звертайтеся до них так, щоб вони знали, що ви пам'ятаєте їх імена; прощаючись з гостем, слід обов'язково йому посміхнутися, побажати всього доброго і подякувати за візит.

Дії персоналу у випадку певної допомоги гостям: передбачати потреби відвідувачів та пропонувати їм допомогу перш, ніж вони попросять; вимогами відвідувачів треба займатися негайно, не відсилаючи їх в інший відділ або до іншої людини; всі прохання та скарги вирішуються до того, як гості покинуть готель. Службовці повинні бути знайомі з особливими побажаннями гостей, щоб автоматично прискорити їх виконання. Для цього формуються реєстраційні бази гостей готелю, де зазначають особливі побажання кожного з гостей.

Дружелюбність і ввічливість: з будь-яким відвідувачем, що знаходиться від вас в радіусі 2 м, треба першим починати розмову; завжди, коли можливо, використовуйте титули перед прізвищем гостя (пан, сер, сеньйор, доктор і т.п.); слід встановлювати хороший зоровий контакт з кожним відвідувачем, завжди посміхатися, якщо гість знаходиться в радіусі 8-10 м; за будь-яку незручність гостю приносяться вибачення.

Дотримуватися конфіденційності будь-якої інформації, пов'язаної з гостем, включаючи номери кімнат, терміни проживання, особисту інформацію та ін.

Отже, якщо клієнт задоволений сервісом, то є ймовірність, що він повернеться в готель знову або порекомендує його друзям (про роль фото і відео в соціальних мережах як про безкоштовну рекламу теж треба пам'ятати). Правда, якщо сервіс гостю не сподобається, він також про це може повідомити всьому колу друзів-знайомих. Так що хороша репутація - це потенційні доходи, погана - їх відсутність. Якщо говорити математично, то залучення нового клієнта коштує в середньому в 5-7 разів дорожче, ніж утримання вже існуючого.

Моноконцептуальні заклади. Тренд чи необхідність?

Гастрономічний тренд останнього часу - моноконцептуальні ресторани, тобто ті заклади, меню яких вибудовується навколо однієї страви або інгредієнта. Бургери, сморреброди, денери, сендвічі та інші хіти вуличної їжі здобули таку популярність, що стали головною позицією в меню моноконцептуальних закладів, які один за одним відкриваються в Україні.

Історії більшості ресторанів такого типу починаються з пересувних закусочних, які працюють в найбільш туристичних місцях міста, на ярмарках або фестивалях. Кухарі моноресторанів можуть вигадувати нові, оригінальні рецепти з обов'язковим використанням основного інгредієнта, на якому спеціалізується ресторан.

З недавнього часу стає все більш популярним відкривати ресторани, що надають один тип страв або його компоненту з різними поєднаннями, так звані "моностравні" ресторани. За простотою у виборі криється цілий ряд переваг, адже у господарів з'являється можливість істотно знизити витрати на персонал, скоротивши чисельність не лише кухарів, але також і офіціантів. Тим самим, заощаджені гроші та енергія можуть бути спрямовані на розвиток самої страви. Кухарі можуть імпровізувати додаткові види тієї страви, на які орієнтується ресторан, не загубивши при цьому основних його елементів.

Тренд на моноконцептуальні заклади прийшов в Україну з Європи і США. Спочатку розвивалася мода на ресторани з фермерськими продуктами, які швидко ставали популярними. Люди приїжджали не просто що-небудь поїсти - їх цікавили конкретні продукти в певних місцях. Хтось готував ідеальну качку або курку, а хтось довів до досконалості рецепт приготування мідій. Гостям залишилося тільки вибрати локацію, відповідну по смакових перевагах. Взагалі «монозаклад» - це дуже зручний формат, оскільки він дозволяє працювати з професіоналами, що спеціалізуються на окремому напрямі або продукті. Краще бути успішним в чомусь одному, чим намагатися обійняти неосяжне. Крім того, це економічно вигідно, тому що потрібно набагато менше устаткування.

Монозаклади існують дуже давно, і вони набули світової популярності. Чого варта одна тільки французька мережа L'Entrecote, яка існує з 1952 року, або заклад у В'єтнамі, що спеціалізується виключно на смаженій рибі з 1871 року. І їм це не заважає збирати черги перед відкриттям. Ясна річ, що і до України цей тренд теж добрався, і вже досить давно. Існує багато монозакладів у Києві, Львові і Одесі. Тут компактне меню, і це дуже зручно. По-перше, можна працювати з невеликою кількістю продуктів і використовувати кожного з них повністю, що дозволяє робити щоденні закупівлі, зберігаючи максимальну свіжість. По-друге, монопродуктовий заклад відразу орієнтує гостя на те, що він тут отримає. По-третє, є простір для необмеженої фантазії, адже потрібно постійно працювати фактично з одним і тим же продуктом, а пропонувати щось нове".

Монопродуктивні ресторани Києва - це цікавий формат, що набирає популярності, суть якого полягає в спеціалізації закладу на одному продукті або страві.

На початку березня 2017 року свої двері відкрив ресторан «Chicken Kyiv» - заклад з цілком очевидною спеціалізацією. У «Chicken Kyiv» відтворена атмосфера ресторанів, в яких вечеряла київська інтелігенція 70-80х років минулого століття. Тут ламають стереотип про те, що курка - продукт звичайний і нудний.

«Caliber 10» являє абсолютно новий для Києва формат моно-ресторану зі спеціалізацією на смаженій картоплі. Подібний фуд-тренд прийшов в Україну з Бельгії, адже там frite (картопля фри) це знаковий стрітфуд, який подають з різними соусами.

Не оминув своєю увагою сучасний тренд і кондитерські заклади. В «Eclair Little Artwork» кожен еклер - це витвір мистецтва, втілення польоту фантазії і майстерності автора-кондитера. Тут люблять відкривати нові поєднання смаків, створювати нестандартні мікси і просто дивувати гостей. «Tiramisu Bar» славиться широким вибором класичного італійського десерту з вершковим сиром, печивом савоярді і кавовим просоченням - тірамісу.

Отже, прості меню приносять користь не тільки відвідувачам, але і власникам, дозволяючи їм значно зменшити витрати на утримання великого штату кухарів і офіціантів і зосередитися на якості продуктів. У світі нескінченного вибору моноресторани - це відмінна можливість не витратити час на гортання меню, більше схожого на книжковий том.

Література

<https://delo.ua/lifestyle/sytnyj-god-obzor-restorannogo-rynka-329410/>

<https://posteat.ua>

<https://bzh.life/ua/mesta-i-veshi/mesta-i-veschi-pochemu-populyarny-monozavedeniya>

Свидрук І. І.,
д.е.н., проф. кафедри менеджменту
Львівський торговельно-економічний
університет, м. Львів

Особливості розвитку туристичної галузі в умовах пандемічної кризи

Вибір та обґрунтування стратегічних альтернатив розвитку туристичної галузі в умовах пандемічного локдауну і у посткарантинному періоді актуалізує необхідність прицільного дослідження цього питання.

Найбільшого удару з усіх секторів економіки пандемія Covid-19 завдала туристичній галузі, яка ще до 2019 р. генерувала до 10% зростання глобальної економіки. Туристично-рекреаційна сфера України виявилася однією з найбільш чутливих галузей економіки, які у 2020 р. постраждали внаслідок пандемічних і карантинних обмежень. Тим не менше слід відзначити, що впродовж останніх років вітчизняна туристична галузь стрімко інтегрувалась у світову туристичну індустрію та проявила себе як один з найбільш перспективних напрямів структурної переорієнтації вітчизняної економіки. На жаль, позитивні тенденції розвитку галузі у 2020 р. було повністю знівельовано безпрецедентними карантинними заходами, викликаними пандемією Covid-19. Така ситуація виявилась притаманною не лише для українського туризму. Так, за оцінками Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) можливого впливу пандемії на міжнародний туризм, туристичні потоки у 2020 р. очікувано скоротяться на 20-30%, що може спричинити скорочення доходів на 300-450 млрд. дол. США [1].

Отож, для пошуку шляхів виходу з кризи варто розглянути стратегічні альтернативи розвитку суб'єктів туристичної галузі, які включають інноваційні стратегії, розвиток креативного туризму, стратегії антикризового розвитку ринку, залучення додаткових ресурсів, скорочення витрат.

Креативний туризм, який вважається безпосереднім чинником особистісного розвитку туриста [2], дозволяє отримувати туристичні послуги шляхом занурення в мистецьку і культурно-побутову спадщину дестинації.

Для якісного розуміння становлення і розвитку концепції креативного туризму варто зазначити, що його базові поняття тісно переплетені з культурним туризмом. Загалом намагання дізнатись про щось нове, ознайомитись з визначними пам'ятками певної місцевості завжди виступають в якості основних мотивів подорожування. Очікування місцевих культурно-пізнавальних переживань набуває популярності як в середовищі українських, так і міжнародних туристів, які намагаються таким чином задовольнити особисті творчо-креативні прагнення. Сучасні тенденції занурення в місцеву автентичність передбачають не стільки ознайомлення з визначними пам'ятками історичної спадщини регіону подорожу, скільки намагання подорожуючого отримати досвід реального проживання в культурному середовищі нової для себе місцевості.

Впроваджуючи якісно нову туристичну пропозицію та створюючи впізнавану ідентичність туристського регіону, креативний туризм здатний окреслити нові виміри якісних цілей, яких можна досягти за рахунок інтеграції всіх стейкхолдерів мікродестинацій та їх інтересів у загальному векторі розвитку туризму регіону. Розвиток креативного туризму вимагає насамперед креативного управління туристичним об'єктом, спрямовувати розвиток туризму в бажаному напрямку, використовуючи синергію всіх факторів зовнішнього впливу: місцевого самоврядування, місцевих жителів, власників готельно-ресторанного бізнесу тощо.

Висновки. Узагальнення досліджень особливостей функціонування туристичної сфери в умовах виходу із соціально-економічної кризи, зумовленою пандемічними обмеженнями, дає підстави стверджувати, що відновлення ефективної діяльності суб'єктів господарювання має відбуватись керовано, цілеспрямованою дією всіх учасників управління. При цьому забезпечення ефективності туристичної галузі потребує імплементації креативних технологій в управлінські алгоритми на усіх стадіях виходу з кризи. Ціль постпандемічного відновлення галузі можна узагальнити так: створення креативної туристичної пропозиції (включаючи туристичний досвід і пропозицію оригінального туристичного продукту) на основі високоякісної індустрії розваг, впровадження європейських тенденцій на ринку, з акцентом на автентичні цінності та соціокультурний вимір дестинацій.

Література:

1. UNWTO. International tourist arrivals could fall by 20-30% in 2020. URL: <https://www.unwto.org/news/international-tourism-arrivals-could-fall-in-2020> (дата звернення: 24.07.2020).
2. Sugathan P., Ranjan K. Co-creating the tourism experience. *Journal of Business Research*. 2019. Vol. 100. P. 207-217.

Проблеми розвитку туризму в Україні у контексті сталого розвитку

Туристична галузь є однією з найбільш динамічних і прибуткових серед усіх галузей світового господарства. Кількість міжнародних туристичних прибуттів у 2019 році досягла близько 1,5 мільярда, що на 4%, або на 54 мільйони перевищує показники 2018 року¹. Такі дані наводить ВТО, зазначаючи, що 2019-й став для світового туризму вже десятим поспіль роком з позитивною динамікою, а це дає підстави віднести туризм до надійного та сталого сектору економіки, навіть в умовах нестабільності, невизначеності й соціальних потрясінь.

В умовах зростання потреб населення в рекреації та туризмі, екстенсивної та інтенсивної взаємодії суспільства і природи, виникає цілком обґрунтована необхідність у планомірному використанні саме природних багатств за рахунок застосування відповідних механізмів збалансованого природокористування, одним із яких є екологоорієнтований туризм, що має на меті реалізацію концептуальних основ сталого розвитку.

Сталий розвиток туристичної галузі повинен бути орієнтований на усунення трьох головних проблем, необхідних для формування людської спільноти, зокрема: 1) удосконалення якості життя людей, сфери їх проживання та подорожування; 2) покращення туристичного сервісу до рівня світових вимог та стандартів; 3) підтримка і ренатуралізація природного довкілля. Отже, розвиток туризму в контексті сталого розвитку передбачає впровадження екологічно безпечних технологій в туризмі, які сприятимуть поліпшенню або збереженню природного середовища, для зростання туристичної привабливості України.

Територію України можна віднести до таких територій, які володіють значним потенціалом в плані туристичного розвитку. Проте, слід відмітити, що туристична діяльність України далека від принципів сталого розвитку та збереження екологічної рівноваги. Зокрема, вважаємо, що до проблемних питань розвитку туризму України у контексті сталого розвитку слід віднести:

- недосконалість законодавчої та нормативно-правової бази у сфері екологічного туризму (держава не приділяє необхідної уваги інституційній підтримці розвитку туризму та рекреації);
- нераціональність використання історичної та культурної спадщини України і довкілля (часто на місцях ігнорують принципи сталого розвитку туризму, порушують екологізацію туристичної та рекреаційної діяльності);
- недостатній асортимент і низька якість туристичного продукту (туристичних послуг) на туристичному ринку;
- низька якість сервісу та невідповідність стандартам засобів розміщення;
- відсутність взаємодії місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування щодо забезпечення розвитку туризму і рекреації в регіоні;
- не відпрацьованість єдиного підходу до раціонального використання наявних курортних ресурсів;
- відсутність поінформованості потенційних туристів про можливості рекреаційно-туристичного потенціалу області;
- незабезпеченість професійними кадрами у сфері туризму і рекреації;
- незбалансованість соціальної та економічної ефективності використання рекреаційних ресурсів та необхідність їх збереження;
- неефективне використання туристично-рекреаційного потенціалу в сільській місцевості;
- відсутність сучасної методології статистичного спостереження у галузі туризму та готельного господарства;
- відсутність цільових маркетингових заходів та їх державної підтримки, що погіршує туристичний імідж України. В Україні відсутня система комплексної інформаційно-маркетингової підтримки розвитку національного ринку рекреації та туризму. Відсутня налагоджена робота туристичних інформаційних центрів.

Вважаємо, пріоритетним напрямом вирішення проблеми конфлікту між природним середовищем та розвитком туризму, між потребами туристів у екологічно чистому середовищі та комфортних умовах відпочинку є ефективне використання природно-ресурсного потенціалу країни. Це означає ведення зрівноваженої туристичної діяльності, яка буде в гармонії з потребами туристів та природним середовищем і одночасно буде сприяти збереженню довкілля та сталому розвитку туризму в Україні.

¹Укрінформ Мультимедійна платформа інововлення України. URL:<https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2859960-torik-zafiksovano-15-milarda-turistichnih-podorozezj-unwto.html>

**Суходольська Є.Є., студентка гр. ГРС-1, ФБСО
Чагайда А.О., к.т.н., доц.
Державний університет «Житомирська політехніка»**

Особливості харчування населення України часів війська запорозького

Харчування належить до основних чинників, що безпосередньо, протягом усього життя, впливає на здоров'я людини, забезпечує її фізичну та розумову працездатність, визначає тривалість життя та активність. Марк Твен казав: «Єдиний спосіб зберегти здоров'я – їсти те, що не любиш, пити те, що не подобається, і робити те, чого не хочеться робити». Людський організм потребує повноцінного харчування, із достатньою кількістю білків, жирів, вуглеводів, макро- та мікронутрієнтів, у кількостях, що залежать від статі, віку, фізичних навантажень тощо. Приготування і споживання національних страв має багатовікові традиції із певними звичками та заборонами стосовно щоденних або святкових страв, способами обробки напівфабрикатів та приготування їжі, набором характерних продуктів та історично сформованим переліком приправ та спецій.

Запорозькі козаки мали у громадській власності найбільш родючі землі, значну частину яких, поблизу річок або на схилах балок і в долині, використовували для вирощування різноманітних злакових культур: більшою мірою то були гречка, ячмінь, овес і горох, меншою – жито та значно меншою – пшениця. Більш важливою галуззю господарства, порівняно із хліборобством, було скотарство із утриманням незліченної кількості великої рогатої худоби. Окрім впливу особливостей місцевості на харчування козаків були певні релігійні та матеріальні обмеження. Ці обставини вплинули на особливості харчування звичайних козаків, їжа яких завжди була простою, адже страви готувались на весь курінь одним кухарем, якому допомагали декілька хлопчиків, в обов'язки яких входило підтримання багаття, принесення води та чищення казану. Саме казан, завжди натертий до блиску, з якого їли усі козаки куреня, стояв на найпочеснішому місці і був символом військової єдності.

Історичні факти свідчать про те, що запорозькі козаки були фізично загартованими, мали неабияку силу та витривалість, а харчування завжди було важливою частиною здоров'я. Відома козацька приказка: «Запорожці, як діти – дай багато – все з'їдять, а дай мало – довольні будуть». Значну частину харчування запорожців складали бобові культури – горох, боби, квасоля тощо, а з овочів використовували свіжу або квашену капусту, моркву, буряки, редьку та гарбузи. За межами куреню заможні верстви козацтва більш часто вживали м'ясні страви: тушковані чи смажені качки, гуси, індички, різними способами приготовлену свинину, баранину, телятину та конину, не оминаючи увагою м'ясо впольованих звірів. Під час приготування їжі використовували тваринний жир та олію.

Військовий побут козаків не передбачав особливих вимог до харчування, але до столу завжди подавали смачні, калорійні та різноманітні страви. Головне місце у харчуванні традиційно займали страви з риби, особливо зважаючи на велику кількість днів посту у глибоко віруючих православних козаків. Враховуючи велике різноманіття риби (карась, щука, соми, лящі, лини, плотиця), її сушили, солили та в'ялили, що дозволяло суттєво урізноманітнити раціон харчування козаків як влітку, так і взимку. Важливим для повноцінного харчування було те, що м'ясо річкової риби значно швидше засвоюється організмом людини, порівняно із тваринним. Окрім того, річкова риба містить в значній кількості вітаміни А, Е, РР, групи В.

Вранці на сніданок кухарі готували запорозьким козакам соломаху, гарячу страву із звареного з водою житнього борошна, засмаженого олією; на обід подавали тетерю, зварене на квасі пшоно або житнє борошно; вечеря здебільшого складалась із юшки з риби або гречаних галушок з часником. Сіль при приготуванні їжі використовувалась у мінімальній кількості, а от практично до всіх страв додавали велику кількість прянощів – дику цибулю та часник (черемшу), що суттєво знижувало можливість виникнення і поширення інфекційних хвороб. Окрім цього, як приправу до страв, використовували місцеві рослини – кріп, хрін, м'яту, калган, а також привезені з інших держав перець і корицю. Під час походів у козаків із собою було кілька горщиків тетері, круто звареної каші (толокна), сушені галушки з салом та сушена риба, яку кришили у різні варива. Хліб у їжу під час походів козаки не вживали, а щодня варили куліш.

Запорозькі козаки відповідали усім критеріям гармонійної особистості, адже мали добре самопочуття і притримувались здорового способу життя. Повноцінне харчування і фізичне здоров'я завжди були запорукою довголіття, тому проблемою сьогодення є індивідуальний підхід у виборі продуктів харчування та рекомендованій кількості їх споживання. За часів Війська Запорозького таких обмежень не існувало і хоча раціон харчування козаків не вирізнявся різноманітністю та складався здебільшого із калорійної їжі, усталений режим споживання сприяв максимальному засвоєнню усіх поживних речовин і тривалому повноцінному життю.

Ткачук А.Ю., студ.4 курс, гр. ТЗ-4, ФБСО
Науковий керівник: **Мілінчук О.В., к.е.н., доц.**
Державний університет «Житомирська політехніка»

Розвиток гастрономічних свят та фестивалів в Україні

Українська місцева культура є безцінним ресурсом для формування нових туристичних послуг і продуктів для залучення туристів. Найкращий спосіб познайомитись з місцевими традиціями – подорож гастрономічними районами. З кожним роком гастрономічні свята та фестивалі привертають все більшу кількість туристів і є однією з найважливіших програм відпочинку.

Закарпатська область славиться кулінарними фестивалями далеко за її межами. Вони проводяться протягом усього року і зазвичай збирають досить велику кількість відвідувачів, зокрема фестиваль виноградарів-виноробів «Уточанська лоза» в м. Виноградів, фестиваль меду та вина «Сонячний напій» в м. Ужгород, фестиваль «Біле вино» у м. Берегово, «Ужгородська палачінта» у м. Ужгород.

Надзвичайною популярністю славиться фестиваль домашнього вина «Червене вино» у м. Мукачево, що традиційно проводиться на Старий Новий Рік. Це якраз той час коли вино з минулорічного врожаю якраз настоялось та придбало всі свої найкращі смакові якості. З кожним роком кількість відвідувачів, як і учасників збільшується, досягнувши рекордної відмітки в 150 тис. осіб. Гостям тут пропонують біле, червоне, рожеве, гаряче та холодне вина. Окрім традиційних для Закарпаття – Ізабелли, Лідії, Кадарки, Сапераві та Каберне, можна спробувати вина Європейських сортів – Цвайгелт, Трамінер, Черсегі, Фюсереш, Іршаї, Олівер, Мускат, Мюллер та Тургау. Фестивальний туризм в області постійно розвивається і має значні перспективи, особливо враховуючи близькість Європи, що може забезпечити стабільний потік відвідувачів з різних країн [1].

Символічною стравою української кухні є борщ. Щодоосені на Тернопільщині проводиться Фестиваль борщу «Борщ'їв». Коли починається збір врожаю, кожний населений пункт Борщівського району пропонує свою унікальну рецептуру. Загалом відвідувачі можуть спробувати близько 50 видів національної страви і навіть борщ, зварений у гарбузі. Окремо готується борщ у величезному казані, аби вистачило всім [2].

На Тернопільщині також проходить фестиваль «Галицька дефіляда». Фестиваль популяризує Тернопільщину як центр галицької гастрономії. На гостей дефіляди чекають кулінарні майстер-класи, виступи народних музик, феєр-шоу, конкурси краси, дискотеки під відкритим небом і головне – українська кухня. На фестивалі готуються страви, які готували ще батьки та бабусі наших батьків. Для страв використовують продукти, які виростили на території краю без шкідливих домішок [3].

Полісся славляється урожаєм картоплі, що значною мірою впливає на раціон місцевої кухні. Щорічно у другу суботу вересня проходить фестиваль у Коростені, присвячений дерунам. Головне змагання події – кулінарний конкурс на найсмачніші деруни. У рамках свята проводяться конкурси на найкращий плакат про деруни, найкращий рецепт дерунів, найкращу пісню, вірш, анекдот, комічну історію про деруни. Окрім основної програми на фестивалі, як правило, проводять різноманітні вікторини, конкурси, дегустацію місцевих напоїв, виставки, виступи фольклорних ансамблів [4].

Херсонщина має найбільш сприятливі кліматичні умови для вирощування кавунів, тому він є символом цього краю. Щорічно у третю суботу серпня в місті Гола Пристань проходить фестиваль «Український кавун – солодке диво». В програмі фестивалю — важення кавунів, дегустація овочів, кавун-карвінг тощо [3].

Офіційним символом Полтави є галушка. Свято полтавської галушки найкраща можливість посмакувати цю страву у найширшому асортименті. Фахівці проводять майстер-класи з їх виготовлення та діляться власними рецептами та секретами приготування найсмачнішої галушки [3].

Підсумовуючи, в Україні започатковано чимало гастрономічних фестивалів, що привертають все більшу кількість туристів. Це є доказом того, що українська кухня сьогодні активно відроджується.

Література:

1. Фестивалі вина [Електронний ресурс] / Спілка приватних виноградарів та виноробів Закарпаття. – Режим доступу: <https://spilka-vinorobiv.com.ua/фестивалі-вина/#1476910249909-78fe514d-a48f>
2. Топ-5 гастрономічних фестивалів України [Електронний ресурс] / Studway. – Режим доступу: <https://studway.com.ua/gastro-festivali/>
3. Гастрономічні фестивалі українців [Електронний ресурс] / Львівський інститут економіки і туризму – Режим доступу: file:///C:/Users/Downloads/44_i_i_i_i_i_.pdf
4. Міжнародний фестиваль дерунів в Коростені [Електронний ресурс] / – Режим доступу: <http://korosten.in.ua/index.php?page=1740>

**Ущипівська О.М., студентка магістратури
Романів О.Я., доцент, канд. географ. н.,
доцент кафедри туризму і ГРС
Державний університет «Житомирська політехніка»**

Аналіз конкурентного середовища та шляхи підвищення конкурентоспроможності готелю Hilton Kyiv

Конкурентне середовище – це результат і умови взаємодії суб'єктів ринку, що визначає відповідний рівень економічного суперництва і можливість впливу окремих економічних агентів на загальноринкову ситуацію. Особливо актуальними є питання досягнення конкурентоспроможних позицій для новостворених суб'єктів. Дослідимо, в якому конкурентному середовищі доводиться працювати готелю Hilton Kyiv, який був готовий до заселення в березні 2014 р. Це 5-зірковий готель, який є філією мережі Hilton Hotels. Це частина житлового комплексу H-Tower, знаходиться в центрі м. Києва на бульварі Тараса Шевченка. Комплекс був розроблений відомою британською архітектурною фірмою John Seifert Architects Limited у співпраці з київським відділенням.

Проаналізувавши, як змінювалася в столиці кількість учасників ринку колективних засобів розміщування (КЗР) та показники їхньої діяльності за 2011-2019 рр. [6], робимо висновок: на ринку послуг КЗР м. Києва переважали негативні тенденції. Кількість КЗР м. Києва в цілому прямує до скорочення. У 2014 році спостерігався найбільший спад кількості осіб, що перебували у КЗР м. Києва. Причиною було зменшення турпотоку через військові події на сході та півдні держави. До 2016 р. показники покращилися, але відтоді залишаються практично на одному рівні. За кілька років до розпаду пандемії коронавірусу дещо активізувався іноземний туризм у м. Києві. Але менша прибутковість КЗР привела до того, що чисельність закладів з 2016 р. постійно зменшується.

В м Києві з 2016 р. кількість відвідувачів саме готелів серед всіх видів КЗР стабільно йде на спад. Припускаємо, що причиною є наявність значної кількості закладів, які пропонують послуги-замінники готельних послуг (хостели, мотелі, приватні помешкання тощо). Оскільки після 2014 р. впало число в'їзних туристів в м. Київ, коефіцієнти використання місткості в КЗР вкрай низькі, тому заклади ще більше конкурують між собою за відвідувачів. Отже, між КЗР загострилась конкуренція за туристів у столиці. Конкурентне середовище в цілому для готелю Hilton Kyiv, погіршилось, стало більш агресивним.

З точки зору цінової конкуренції у м. Києві також не дуже сприятливе середовище як для споживачів, так і для готелів. Найнижчі ціни у готелях та аналогічних засобах розміщення впродовж років спостерігаються у областях: Кіровоградська, Луганська, Тернопільська, Херсонська, Чернівецька, Хмельницька. Найвищі ціни традиційно в областях: Київська, Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська, Одеська, Харківська. Київ – лідер за цінами в країні.

Серед усіх видів КЗР Hilton Kyiv реалізує діяльність як підприємство готельного бізнесу високого класу. В Києві станом на початок 2020 р. є 412 готелів. З них за категоріями: «5 зірок» – 8 готелів, «4 зірки» – 41 готель, «3 зірки» – 113 готелів, «2 зірки» – 45 готелів, без категорії – 205 готелів. І всі вони між собою є конкурують. Hilton Kyiv має категорію «5 зірок», тому йому властиві конкурентні переваги насамперед за якістю послуг. Найближче його конкурентне оточення, з яким доцільні порівняння, це п'ятизіркові готелі Києва, що формують одну ринкову нішу. Розглянули оцінки таких готелів відвідувачами за даними сайту <http://www.booking.com/> за критеріями: чистота, комфорт, місцерозташування, зручності, персонал, співвідношення ціна/якість, Wi-Fi. Найвищі оцінки (понад 9) отримали готелі: Riviera House, InterContinental - Kyiv, Опера Готель. Найнижче споживачі оцінили готель Сіті Холідей Резорт та СПА (8,6). [11] Hilton Kyiv обійняв IV позицію серед п'ятизіркових готелів столиці.

Сайт про подорожі «TripAdvisor» склав рейтинг 25 кращих готелів України. Серед них 12 готелів знаходяться у Києві, 7 – у Львові, 3 – в Одесі, по одному у Харкові, Запоріжжі та Рівне. Hilton Kyiv в цьому рейтингу займає VI місце по Україні. [10] За даними оцінок, які залишали туристи на сайті, Hilton Kyiv – №2 із 150 готелів у Києві. Його оцінки: розташування – 9 з 10, чистота – 10 з 10, сервіс – 9 з 10. Із оцінювачів щось не подобалося лише 5,7% респондентам.

Аналізуючи конкурентне середовище, не слід забувати, що Hilton Kyiv належить до однієї із найбільших готельних мереж світу. Тому конкуренція відбувається і на рівні готельних ланцюгів. Станом на 2018 р. в Україні діяли 22 міжнародні готельні мережі. Вони включали 27 готелів Reikartz Hotel Group, 5 готелів Radisson Blu Hotels and Resorts, 6 закладів мережі Accor, по 2 заклади Starwood Hotel & Resorts Worldwide та Windham Hotel Group, а також по одному закладу Hilton Hotels and Resorts, Hyatt Regency, Rixos та ін. Відзначимо, що до готельних ланцюгів входять п'яти- та чотиризіркові готелі, які розташовані здебільшого у м. Києві. На території України діють й національні готельні оператори. Першим вітчизняним готельним ланцюгом є Premier Hotels and Resorts, котрий започаткував свою діяльність у 2003 р., а станом на 2018 р. налічував уже 16 готельних закладів по всій Україні.

Стратегічна діяльність у готельному бізнесі повинна забезпечувати конкурентоспроможне функціонування та розвиток підприємств з урахуванням стабільності зовнішнього середовища. 2020 р. повинен був відзначитись ростом портфеля Hilton. 48 нових готелів із 14487 номерами планували відкрити у світі. Зважаючи на пандемію COVID-19, багато з планів відсунуті у 2021 р. Від того, як ситуація розвиватиметься, залежить, яким буде стан на ринках, на які орієнтована компанія. Враховуючи огляд діяльності мережі Hilton, в тому числі й з урахуванням перспектив її розширення в Україні, провели SWOT-аналіз (табл. 1). Оскільки можливості переважають над загрозами, а сильних сторін більше, ніж слабких, то вважаємо, що стратегічні перспективи розширення мережі Hilton матимуть успіх.

SWOT-аналіз мережі готелів Hilton (розробка авторів)

S - сильні сторони	W – слабкі сторони
1. Великий досвід та широка сфера бізнесу. 2. Ефективні схеми утримання клієнтів. 3. Сильний портфель нерухомості. 4. Сильне й ефективне керівництво. 5. Високий рівень обслуговування за рахунок технологічної інтеграції.	1. Надмірність на американському ринку (80%) та недостатність на європейському (9%). 2. Високий рівень заборгованості. 3. Мала частка світового ринку, не дивлячись на великий портфель брендів. 4. Відсутність гнучкості через великі розміри.
O – можливості	T – Загрози
1. Подальше розширення міжнародного ринку. 2. Формування стратегічних альянсів. 3. Зосередження уваги на наукових дослідках та розробках. 4. Створення присутності в бюджетному секторі готельного середнього ринку	1. Загроза політичної нестабільності 2. Неприятливі зміни макроекономічного клімату. 3. Втрата ключових талантів і ключових кадрів.

В умовах конкурентної боротьби підприємствам необхідно правильно обрати стратегію, принципи стратегічного управління, що є актуальним і гострим питанням сьогодні. Найбільш ґрунтовно стратегії розвитку міжнародних готельних мереж розглянуто у праці [4]. Серед згаданих стратегій найбільший прогрес в розвитку мережі досягається при стратегії зростання, тому для Hilton у Києві ми пропонуємо саме її. Проте наразі офіційних заяв про розширення мережі готелів Hilton в Україні не озвучувалося. Навпаки, у ЗМІ України ще у квітні 2019 р. прозвучала інформація про те, що співвласник готелю Hilton у Києві та мережі кінотеатрів Cinema City Борис Фуксман повідомив про припинення інвестиційних проектів в Україні. За словами бізнесмена, таке рішення він прийняв в зв'язку з «політико-економічною ситуацією в країні і відсутністю у населення достатньої купівельної спроможності для реалізації великих девелоперських проектів преміум-класу». Фуксман також розповів про розвиток комерційних проектів в Україні, зокрема в готелі Hilton. За його словами, верхні поверхи готелю розвиваються як апартаменти. «Там проживають дуже серйозні клієнти, такі як співробітники багатьох посольств», — сказав він. Бізнесмен відзначив, що розширення мережі Hilton поки не планується через слабкий потік іноземних і внутрішніх туристів. [8] Проте, на нашу думку, при нормалізації соціально-економічної, політичної, епідемічної ситуації розширення може стати реальним. Тим більше, що невдовзі після інформації про скорочення інвестицій, прозвучала в пресі й інформація від імені керівництва міста Львова про можливу побудову нового готелю Hilton у Львові. [2] Для розширення мережі Hilton в Україні пропонуємо застосувати як перспективний такий варіант: ефузію за рахунок брендів, які матимуть успіх на ринку. Це такі бренди: Canopy by Hilton, Signia by, Hilton Garden, Home2 Suites By Hilton, Motto by Hilton.

Для забезпечення конкурентоспроможності й стійкості на ринку Hilton Київ вважаємо за доцільне застосовувати комплекс стратегій: BTL-стратегія, інноваційна стратегія, стратегія аутсорсингу [7, с. 304], стратегії маркетингу готельного бізнесу (диференціації [9, с. 214], [6, с. 211], конкуренції [1]), стратегія маркетингу персоналу, стратегія бенчмаркінгу [3]. Діяльність готелю будувати на принципах стратегічного управління: ітеративності, комплексності, директивності й адресності, системності, оптимальності, динамічності, безперервності, інноваційності. [1, с. 13] Подібний підхід передбачає розгляд системи Hilton Київ не в одному якомусь аспекті, а в усій багатогранності.

Так, загалом критичний період 2014-2015 рр., коли призупиняли діяльність деякі готелі на ринку, позаду. Хоч стрімкого росту немає, але ринок змінився якісно. І це позначилося на появі готелів під міжнародними брендами, що ускладнює конкурентне середовище та ставить вищі вимоги до послуг. Hilton Київ є одним з лідерів готельного ринку м. Києва та України. Конкуренція відбувається на рівні не лише окремих готелів, але й на рівні готельних мереж. Окремі з них мають амбітні плани на розширення своєї присутності на українському ринку. Тому це слід врахувати при розробці стратегії подальшого розвитку Hilton Київ. Опрацювання та реалізація стратегії розвитку готелю є необхідною складовою успішного та конкурентоспроможного функціонування у постійно змінних умовах економічного середовища та глобалізації готельного бізнесу. Україна має бути зацікавлена у співпраці з мережею Hilton, адже це сприятиме розвитку якісної інфраструктури гостинності та активізації внутрішнього і в'їзного туризму.

Література:

1. Довгань Л. С., Каракай Ю. В., Артеменко Л. П. Стратегічне управління : навч. посіб. вид. 2-ге. К. : ЦУЛ, 2011. 440 с.
2. Другий пішов: В Україні може з'явитися ще один Hilton. URL : <https://investory.news/drugij-pishov-v-ukraini-mozhe-zyavitisya-shhe-odin-hilton/> (дата звернення: 20.05.2020)
3. Дубровін В., Риженко О., Корецький М. Бенчмаркінг як один з інструментальних засобів загального керування якістю. *Стандартизація, сертифікація, якість*. 2000. № 3. С. 39–41.
4. Катькало В., Шемракова В. Сетевые стратегии гостиничного бизнеса. СПб. : Высшая школа менеджмента, 2008. 384 с.

Секція 9. Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в умовах сталого розвитку

5. Колективні засоби розміщування. URL : <http://kiev.ukrstat.gov.ua/p.php3?c=2697&lang=1> (дата звернення: 19.09.2020)
6. Міщенко А. П. Стратегічне управління : навч. посіб. К. : Центр навч. л-ри, 2004. 336 с.
7. Ноздріна Л. В., Яцук В. І., Полотай О. І. Управління проектами / за заг. ред. Л. В. Ноздріної. К.: ЦУЛ, 2010. 432 с.
8. Співвласник готелю Hilton у Києві згортає інвестиції в будівництво в Україні. URL : <https://nv.ua/ukr/biz/consmarket/spivvlasnik-gotelyu-hilton-u-kiyevi-zgortaye-investiciji-v-budivnictvo-v-ukrajini-50014609.html> (дата звернення: 20.05.2020)
9. Тимошенко З., Мунін Г., Дишлевий В. Маркетинг готельно-ресторанного бізнесу. К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2007. 246 с.
10. ТОП-25 краших готелів України. URL : <https://www.tripadvisor.com/TravelersChoice-Hotels-cTop-g294473#3> (дата звернення: 20.09.2020)
11. <http://www.booking.com/>

УДК 621.5

Чагайда А.О., к.т.н., доц.
Державний університет
«Житомирська політехніка»

Аналіз використання енергонакопичувальних систем в харчових технологіях

Взаємодія між матеріальними і енергетичними потоками наближається до оптимізації за умови використання відповідних алгоритмів, застосування автоматизації енергозберігаючих технологій, приладів обліку теплової енергії, частотно-регульовальних приводів, точних і автоматичних систем локального регулювання, диспетчеризації керування об'єктами теплових мереж. Зважаючи також на доцільність різних заходів щодо користі екологічної системи, варто зазначити, що в абсолютному обчисленні діючих підприємств людство продовжує перебувати у величезному боргу перед природою, адже якщо оцінювати зусилля у напрямку пошуків енергетичного забезпечення сучасних технологій, то беззаперечно перевагою користується лише один напрямок – активно зростаючі пошуки і використання первинних природних енергоносіїв. Разом із тим, останнім часом все більшого поширення набуває думка, що саме використання вторинних енергетичних ресурсів в технологіях створює перспективи виживання людства у майбутньому.

Енергоресурси харчових технологій представлені хімічними з'єднаннями, тепловою енергією, енергією розчинених газів, при цьому два останні види енергетичних потенціалів у взаємодії з гравітаційним полем та термодинамічними параметрами приводять до нестаціонарних гідродинамічних станів середовищ і їх цільове використання повинно супроводжуватися відповідними алгоритмами. Інтенсивність і якість перебігу окремих процесів визначаються загальними вимогами технологій, які найчастіше розпочинаються "холодними" вхідними матеріальними потоками і завершуються за інших температур. Це означає, що в процесах трансформації матеріальних потоків існує теоретична можливість такої схеми, в якій енергетичні витрати були б мінімізованими.

У більшості випадків в харчових технологіях передбачається організована взаємодія між матеріальними і енергетичними потоками, результатом якої є трансформації сировини і перетворення останньої у відповідну продукцію. Енергоекономічне використання теплових систем значною мірою стосується вторинних теплових ресурсів, на додаток до такого ж використання першоджерел, при цьому можливими є різні комбінації у використанні первинних і вторинних енергоресурсів. Враховуючи те, що більшість із енергоспоживачів у харчових технологіях самі є джерелами низькопотенціальної енергії та часто, в межах одного виробництва, виникає необхідність використання теплоти і холоду, актуальним і доцільним стає енергозабезпечення з використанням теплонасосних або теплохолодильних установок, при цьому енергоекономічний ефект може суттєво підвищуватися за рахунок використання енергетичних накопичувачів, у яких носіями енергетичних потенціалів є технологічна вода, робочі середовища або, навіть, проміжні середовища.

Створення математичних формалізацій перебігу технологічних процесів стосується як поглиблення інформації щодо їх особливостей, так і феноменологічного узагальнення в рамках класичних законів фізики, термодинаміки, механіки тощо. І хоча харчові та мікробіологічні технології характеризуються наборами різних фізико-хімічних показників, однак універсальність класичних фізичних і термодинамічних законів дозволяє розраховувати на можливості їх використання. Розуміння термодинамічних наслідків холодильних циклів свого часу призвело до створення кондиціонерів і спеціальних пристроїв, що уможливило перенесення теплової енергії від охолоджених середовищ до середовищ з більш високими температурами. Але поряд із високою оцінкою цієї технології необхідно не забувати і про недолік: перенесення енергії потребує операцій стиснення і розширення газової фази, що означає необхідність використання механічної енергії та її започаткування у формі електричної, тобто присутність в ланцюгу енергетичних перетворень теплових циклів з низькими ККД.

Завдяки фазовим переходам проміжних енергоносіїв досягаються інтенсивні теплообмінні процеси за їх випаровування і конденсації і високі потенціали енергоперенесення за рахунок прихованої теплоти пароутворення та конденсації. Обмежувальним фактором при використанні теплохолодильних установок є необхідність синхронізації двох генерованих вихідних потоків, адже в традиційних системах холодинних машин роль накопичувача теплової енергії відіграє, в результаті взаємодії конденсаторів з повітряними потоками або з охолоджуючою водою на градирні, навколишнє середовище. Перехід на систему з тепловим насосом потребує присутності енергоматеріального накопичувача (із визначенням параметрів цього пристрою за сукупністю матеріальних і енергетичних балансів) або комбінації останнього з можливістю передавання небалансу теплової енергії в навколишнє середовище. Очевидно, що теплоносій в таких випадках повинен програмовано передавати свій потенціал на технологічні потреби в дискретному або в безперервному режимах. Реалізація таких можливостей потребує певних трансформацій порівняно зі звичайними схемами відведення теплової енергії від конденсатора.

УДК 379.84

Шишківська Д. С. студентка групи ТЗ-4М, ФБСО
Горшкова Л.О. старший викладач кафедри
туризму та готельно-ресторанної справи
Державний університет «Житомирська політехніка»

Курортні комплекси: закордонний екскурс

Морські курорти Болгарії різні за популярністю, бюджетом, по природі, пляжам, наявності інфраструктури і пам'яток. Вони розташовані уздовж всього берега Чорного моря (а це близько 400 км) в двох великих регіонах Болгарії: на північному узбережжі і південному узбережжі. Розділяє їх гірський хребет Стара – Планіна, покритий лісами. Він врізається в Чорне море між курортними містечками Обзор і Еленіте. У цьому місці над хвилями височіють скелі мису Еміне, крайньої точки Старої-Планіни.

Найпопулярнішими морськими курортами Болгарії є [1]:

1. Золоті Піски – самий популярний і в той же час самий елітний курорт Болгарії. Тут розташовано більше 60 першокласних готелів. У містечку доступний великий асортимент першокласної курортної нерухомості, апартаментів і вілл.

2. Сонячний берег – найбільший курорт Болгарії, впевнено тримає лідерство за кількістю туристів. Нерухомість на Сонячному березі – відмінна можливість вигідно вкласти свої кошти.

3. Албена – ідеальне місце для сімейного відпочинку, один з найбільш екологічно чистих курортних комплексів Болгарії.

4. Святий Костянтин і Олена – містечко, розташоване неподалік від Варни в екологічно чистому районі густих хвойно-листяних лісів. Це місце, облюбоване любителями природи і чистого морського повітря.

5. Несебр – унікальний морський курортний комплекс елітного класу з дивно красивою природою і різноманітним найстарішим архітектурним пам'яток.

Розглянемо детальніше наймолодший морський курорт Болгарії – Албена.

Албена – долина весни і здоров'я. Албена розташована за 35 км. від м. Варна на березі мальовничої затоки і поруч із заповідником Балтата з унікальним для цієї частини Європи ліановим лісом і болотним проліском. Стародавні фракійці називали місцевість, де розташований курортний комплекс, “Долиною весни”. З одного боку Албена оточена природним лісопарком, а з іншого – найчистішими пляжами. Для того, хто цінує таке поєднання природних чинників, – Албена правильний вибір.

Уже багато років курорту присвоюється “Блакитний прапор” і за чистоту пляжів зокрема. Довжина пляжної смуги становить близько чотирьох кілометрів, а ширина місцями сягає 150 метрів.

В Албені створені прекрасні умови для активного відпочинку як на морі, так і на суші. Широко представлені водні види спорту. Курортний комплекс має найбільший спортивний центр з багатофункціональним спортивним залом, 7 футбольними стадіонами, баскетбольними і волейбольними майданчиками, 13 відкритими і 3 закритими тенісними кортами, з майданчиками для міні-гольфу, хокею на траві. Крім того, в Албені є й кінноспортивний комплекс. Останнім часом Болгарія стала дуже популярною у гольфістів. На курорті створені прекрасні умови і для конгресного туризму.

Албена – універсальний курорт, де добре всім віковим категоріям відпочивальників. Тут є і дитячі майданчики, невеликий Луна-парк для малюків і нічні бари, клуби і дискотеки для всіх інших.

Курорт вже багато років працює за єдиною системою обслуговування “все включено” з досить високим рівнем організації харчування і анімації. Але, звичайно, в Албені є й ресторани з національною і європейською кухнею.

В Албені вже багато років успішно працює медичний центр “Медика Албена” – найбільший на узбережжі Болгарії бальнеологічний комплекс. Послуги центру ліцензовані відповідно до стандартів Євросоюзу (ISO 9001).

Секція 9. Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в умовах сталого розвитку

В Албені більше сорока готелів, розташованих в різних місцях курорту. У готелях “Раліца Суперіор”, “Фламінго Гранд” і в самому центрі “Медика Албена” розроблені і SPA-програми, і процедури на основі природних продуктів високої якості болгарського виробництва і відомих зарубіжних марок. За кожним готелем закріплена окрема ділянка пляжу, а за кожним номером – одна парасолька і два лежачки.

Курортний комплекс Албена закритий для випадкового транспорту. В’їхати в Албену можуть тільки машини зі спеціальними перепустками.

Література:

1.Офіційний сайт Міністерства туризму Болгарії URL:
<http://www.tourism.government.bg/en/pages/about-us>

УДК 338.48

Юхновська Ю.О.

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри менеджменту та туризму

КЗВО «Хортицька національна навчально-реабілітаційна академія» ЗОР м. Запоріжжя, Україна

Інноваційний розвиток туристичної діяльності шляхом створення кластерів

На основі аналізу наукового доробку з проблеми дослідження, нами запропоновано визначення туристичного кластеру як неформального об’єднання установ, організацій, фірм туристичного профілю, що розташовані на території туристичної дестинації або туристичного регіону з метою розробки, просування та продажу конкурентоспроможного туристичного продукту. Метою діяльності туристичного кластеру є об’єднання можливостей та потужностей партнерів з метою створення інноваційних туристичних послуг, диверсифікація туристичного продукту, його покращення та удосконалення, спільна розробка та реалізація маркетингової політики, реклама та брендінг туристичної дестинації, участь у інвестиційних проектах та державних програмах розвитку туристичного регіону та ін.

Для багатьох країн світу, в тому числі і України, характерним є створення кластерів у туристичній галузі. Туристичні кластери ефективно функціонують у США, Італії, Іспанії, Польщі, Чехії, Словаччині тощо. В Україні успішні туристичні кластери працюють у м. Львові, Хмельницькій, Полтавській, Івано-Франківській, Волинській областях. Перевагами кластерної моделі у туристичній галузі є:

- ефективне використання туристичних ресурсів, удосконалення та підвищення конкурентоспроможності регіонального туристичного продукту;
- підвищення інвестиційної привабливості регіону, сприяння інноваційним інвестиційним проектам в туристичній галузі;
- координація зусиль влади, бізнесу та громадських організацій з метою розвитку туристичної інфраструктури;
- спільне використання кадрового потенціалу, реалізація програм підготовки та підвищення кваліфікації персоналу;
- зниження собівартості туристичних послуг за рахунок преференцій для учасників кластеру, спільного використання ресурсів, узгодження стратегії і тактики бізнес-діяльності;
- реалізація спільних маркетингових та рекламних заходів, участь у туристичних виставках та ярмарках, розробка та просування туристичного бренду регіонів;
- розширення можливостей для розвитку інноваційних форм і напрямів туристичної діяльності.

Туристичні кластери є територіально об’єднаними підприємницькими структурами та організаціями в межах регіону, що прямо або опосередковано пов’язані з використанням туристично-рекреаційних ресурсів, туристичної інфраструктури, обслуговуванням туристів, провадженням популяризації туристичних послуг, перебуваючи в конкурентних відносинах між собою [1]. Створення в Україні та регіонах моделі інноваційної інфраструктури на 2012–2020 рр., а також розпорядженням Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції створення кластерів в Україні», у якому передбачено «визначення загальних умов створення та розвитку кластерів для забезпечення високих темпів економічного зростання й диверсифікації економіки», робить кластеризацію пріоритетним напрямом державної та регіональної політики, що й відображено в державних й регіональних цільових програмах» [2].

Світовий і поки що невеликий український досвід демонструють такі переваги кластерної моделі:

- кластери спроможні забезпечувати поєднання конкуренції з кооперацією, вони уособлюють „колективну ефективність”, створюють „гнучку спеціалізацію”;
- кластери будуються на використанні ефекту масштабу;
- кластери є механізмом підвищення регіональної і національної конкурентоспроможності [3].

Секція 9. Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в умовах сталого розвитку

Створення кластерів або кластеризація – один з найважливіших шляхів інноваційного розвитку туристичної діяльності, поєднання традиційних та новітніх форм організації бізнесу, раціонального природокористування та громадських інституцій у сфері туризму. Практичне втілення кластерної моделі, особливо її просування з боку державних та регіональних управлінських структур, потребує глибокого методологічного й методичного відпрацювання відповідних механізмів. Необхідність становлення науково обґрунтованих логіко-структурних кластерних моделей зумовлює актуальність дослідження економічної доцільності взаємодії підприємств, організацій, установ, закладів у форматі виробничо-туристичних кластерів.

Література:

1. Ніколаєв Ю. О. Туристичні кластери в Україні. Вісник соціально-економічних досліджень. Вип. 4 (47). 2012. С. 336–341., с. 337
2. Проект концепції створення кластерів в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://biznes.gov.ua>
3. Соколенко С.І. Кластери в глобальній економіці. Київ. Логос, 2004. 848 с.

ЗМІСТ

<u>СЕКЦІЯ 1. СУЧАСНІ МОДЕЛІ ЕФЕКТИВНОГО БІЗНЕСУ ПІДПРИЄМСТВ</u>	
Ochilova N.A. Ways to manage farms and increase their economic efficiency	3
Абдуллаева А.Т. Малое предпринимательство: состояние, проблемы и перспективы развития в Республике Таджикистан	5
Аминов Д.Г. Эволюционные изменения теорий экспортоориентированного развития территориальной системы	7
Беляков Д.О. Оптимізація витрат нафтогазових підприємств	10
Біловодська О.А. Електронна комерція: категорії та сучасні виклики	11
Бірюченко С.Ю., Орлов І.В. Особливості планування соціальної підприємницької діяльності	12
Бунько С.А. Реалии и перспективы управления отходами в Республике Беларусь	13
Власюк О.В. Особливості встановлення цін на медичні послуги підприємств галузі охорони здоров'я	15
Гайдаєнко Т.М. Використання матричного методу визначення прав, повноважень та відповідальності працівників відділу маркетингу	17
Гаюров Х.Ш., Тошматова М.Д. Роль малого предпринимательства в условиях глобализации экономики	18
Грабовська Н.В. Розвиток малих підприємств в умовах децентралізації	20
Денисюк О.Г. Комплексна оцінка вартості підприємства	22
Ермакова Э.Э. Роль рейтингов в развитии образовательной и научной деятельности вузов	23
Зелінський Ю.П., Бужимська К.О. Формування механізму управління конкурентоспроможністю підприємства	25
Касимов Ж.Р. Кооперации в сфере плодоовощной продукции	27
Ковалевський В.О. Клієнтоорієнтована система антикризового управління підприємством	29
Козловская И.А., Бадурян Т.А. Использование КРІ в управлении проектами в строительстве	30
Котыш А.Ю. Бизнес-модель интернета вещей	32
Мазбутов М.А. Основные факторы конкурентоспособности продукции	33
Мартиненко О.М. Особливості організації маркетингової діяльності підприємства	35
Марчук А.В., Куган С.Ф. Роль государственно-частного партнерства в логистике	36
Мингяшаров А.Т. Рынок труда в условиях развития в обеспечении экономического роста	38
Мишкова М.П. Управление цепями поставок в строительстве с позиции финансовых потоков	40
Молодиченко Д.А. Диверсифікація підприємства як інструмент забезпечення його конкурентоспроможності	41
Носко Н.В., Носко О.П. Факторы, влияющие на формирование организационных форм и структур управления строительством	42
Постриган В.С., Мальованна А.О. Визначення впливу мотивації персоналу на ефективність фінансово-економічної діяльності та продуктивність праці ДП «Новоград-Волинське досвідне лісомисливське господарство»	44
Равшанов А., Хасанов Ш.Х. Формирование инвестиционной политики Республики Узбекистан	46
Родіна О. Г., Колотило А.Д. Реалізація концепції цілей сталого розвитку в діяльності сучасного бізнесу	48
Сафаралиев Б.Н. Инновационного развития животноводства	50
Сиротенко А.О. Хмарні SAAS технології - ефективний інструмент для бізнесу	51
Смачило В.В., Кузьменко І.М. Розвиток бізнесу під впливом COVID-19	53
Смачило В.В., Попова Є. Передумови розвитку соціального підприємництва в Україні	55
Сотник А.А. Процес проведення комплексного дослідження ефективності діяльності підприємства	56
Суюнов Ш.Б. Развитие малого бизнеса и предпринимательства	57
Таргоня К.О. Іміджева складова розвитку туристичного бізнесу	58
Ткачук Г.Ю. Опінка показників якості масельної продукції	59
Турабоева К.У. Развитие цифровой экономики в Узбекистане	61
Хильчук Е.В. Соціальний пакет як інструмент реалізації соціальної відповідальності роботодавця	64
Хлуп'янець Д.І. Особливості b2b маркетингу	65
Храпак В.Ю. Тайм-менеджмент як засіб підвищення ефективності діяльності керівника	66
Хусаинов О.Дж., Эргашев Р.Х. Инновационное развитие инфраструктуры в отрасли животноводства	67

Черниш Г.М. Концептуальні засади розвитку інтелектуального потенціалу підприємства	69
Черняєва А. О. Інвестування в професійне навчання - зарубіжний досвід	71
Чирко О.Ф., Портянко І.Б. Економічна сутність фінансового стану підприємства і значення його оцінки	73
Шептуха О.М. Інвестування бізнес-ангелами проєктів в Україні	75
Шодиев Б.Т. Развитие эффективности в использовании пастбищ	76
Юшкевич О.О. Економіко-екологічна модель управління факторами впливу на розвиток сільськогосподарських підприємств	79
Ярошик Д.В., Зазерская В.В. Информационные технологии как часть реинжиниринга	81

СЕКЦІЯ 2. МОДЕЛЮВАННЯ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Алексеюк Е.В. Проблемы экологии в зеркале экономики	82
Ткачук В.О., Бащинко М.О., Лишенко К.О. Захист персональних даних в цифровій економіці	84
Березівська М.Г. Теоретичні аспекти оцінювання персоналу підприємства	85
Білоус О.Ю. Оптимізація бізнес-процесів на підприємствах України в сучасних умовах	87
Бобровник В.М. Місце і роль людського капіталу в економічному зростанні країни	88
Бужимський В.В. Суть та значення маркетингової логістики у здійсненні підприємницької діяльності суб'єктів господарювання	89
Карпук П.С. Процесс прогнозирования в экономике	90
Козинец М.Т. Региональные привлекательность и риски предпринимательства в сфере электронной экономики	91
Корнилюк М.В. Глобализация и ее последствия	93
Кулаков И.А., Кулакова Л.О. Транспортная логистика в Республике Беларусь.	94
Мельник Т.Ю., Власенко Н.О. Сутність та складові економічної безпеки сільськогосподарських підприємств.	95
Назарчук О.В. Управління ризиками (ризик-менеджмент) в умовах глобалізації.	97
Наумчук Б.Р. Сутність, об'єкти та функції бюджетування на підприємстві.	98
Поливода Н.Д. Тенденции развития малого и среднего предпринимательства в Республике Беларусь	99
Рижук А.В. Маркетингова стратегія ПАТ «Житомирський маслозавод»	101
Сачук Г.М. Аналіз та вплив телекомунікаційної галузі на економіку України	102
Семіглазов А.А. Конкурентоспроможність підприємства в сучасних умовах	103
Шамсиев Ф.К. Государственно-частное партнерство как фактор развития корпоративных структур в промышленной системе региона	104
Юрасов А.Р. Економічна безпека України в умовах глобалізації.	106
Юрківський О.Й. Соціальна справедливість як основа податкової довіри	107
Svirko S.V., Yurchuk V. Has Ukrainian economy fall into the raw material trap on its way to sustainable development?	108

СЕКЦІЯ 3. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ МЕНЕДЖМЕНТУ В ГЛОБАЛЬНОМУ КОНКУРЕНТНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Olîinyk O., Ramat H. Socially responsible interaction of medical institutions with stakeholders	109
Orlova K. Mechanism of business subjects' adaptation to the conditions of external environment	111
Антоненко С. Теоретичні засади управління фінансовим станом підприємства	113
Будурян Т.А. Креативность и творчество в инновационном менеджменте	115
Бурачек І.В. Планування робочого дня менеджером у відповідності до технік тайм-менеджменту	117
Бутрик Я.В. Теоретичні засади антикризового управління діяльністю підприємства	119
Ващенко О. В. Управління асортиметном продукції підприємства	120
Верстова В.Я., Виговський В.Г. Вплив особистісних якостей топ-менеджерів на вартість фірм	121
Гладищук Я.А. Управління діяльністю організації за сучасних умов середовища	122
Грищенко Ю.А., Рудницький Г.О. Управління ризиками в аспектах підвищення стійкості і надійності ланцюгів поставок	124
Дашкевич Т.В. Стратегическое управление предприятиями газовой промышленности Республики Беларусь	126
Дуль М.А. Современныe методы управления персоналом	128
Ігнатова Н.П. Особливості реалізації вітчизняної державної кадрової політики в сфері медицини	129

Міжнародна наукова конференція «Сучасні виклики сталого розвитку бізнесу»

Кіріна І.В. Теоретичні аспекти визначення сутності поняття конкурентоздатності підприємства	130
Ковальчук О.А., Тарасюк Г.М. Формування брендингу на підприємстві	131
Козак О.А. Міжнародний бенчмаркінг як інструмент підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств аграрної сфери	133
Козак Т.М., Копитова І.В. Особливості управління персоналом на підприємствах в умовах діджиталізації економіки	136
Корж У.А. Основні завдання управління розвитком персоналу організації	138
Кос К.П., Виговський В.Г. Удосконалення системи екологічного менеджменту на підприємстві	139
Крошонкин Д.В., Будурия Т.А. Управление персоналом как фактор конкурентоспособности организации	141
Куліш Н. В. Ідентифікація сутності й ролі понять «ефективність» і «результативність» у діяльності підприємства	143
Лаврентьев Т.П., Ханько К.В. Организация и планирование инноваций	144
Лосвська А. Проектування інформаційного середовища менеджменту організації на основі застосування SADT-методології	145
Льовкін Б.С. Організація логістичного управління діяльністю підприємства	147
Меджибовська Н.С. МСБ в системі публічних закупівель PROZORRO	148
Миколайчук Н.М. Врегулювання конфліктів з клієнтами – важлива навичка менеджера в сучасних умовах розвитку бізнесу	150
Наливайко Т.Л. Еволюція організаційних структур та їх класифікація	152
Остапчук Т.П., Лавренчук О.О. Управління земельними ресурсами: питання права власності на них	153
Пашенко О.П. Особливості реалізації концепції корпоративної соціальної відповідальності в сучасних умовах	155
Поліщук Т.Б. Управління асортиментом торговельного підприємства	156
Резанович А.Г., Будурия Т.А. Современные тенденции развития теории и практики в глобальной конкурентной среде	157
Руденька Т.В. Управління трудовими ресурсами в умовах кризи	158
Рибак О.В. Особливості формування корпоративної культури організації	159
Сайфиддинов А.Б. Анализ структуры и динамики иностранных инвестиций в экономику республики Таджикистан	160
Сита Т.М. Стандартизація та сертифікація якості продукції	162
Смачило В.В. Стартапи та малий бізнес: спільне й відмінне	163
Старікова А.А. Прожитковий мінімум в контексті забезпечення соціальної справедливості	165
Тарасюк Г.М., Лагута Я.М. Місце корпоративної соціальної відповідальності в репутаційному менеджменті компанії	167
Тищук О.С. Роль потреб особистості в процесі мотивування працівників організації	169
Фёдоров А.В. Жизненный цикл продукта и концепция «петли качества»	170
Харитонович Ю.П. Организационная структура будущего	172
Хилькович А.В. Основные конкурентные преимущества кластеров промышленных предприятий	173
Ходынюк А.С., Филиппова Т.В. Кадровая политика в Республике Беларусь	175
Шавурська О.В. Створення сучасної системи оцінки персоналу на підприємстві	177
Шикасюк А. И. Менеджмент знаний как конкурентная стратегия	180
Шикасюк Е.И. Концептуальные основы развития финансового менеджмента	181
Шкабара Т.С. Забезпечення ефективності системи менеджменту суб'єкта бізнесу	182
Шульган Н.А., Жуков И.В. Актуальные проблемы развития логистики в Республике Беларусь	183
Яблонська І.В., Виговський В.Г. Корпоративна соціальна відповідальність як напрям розвитку сучасного менеджменту	184
Якубовская Н.С., Филиппова Т.В. Современные тенденции проведения деловых переговоров	185

СЕКЦІЯ 4. ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ, КОНТРОЛЮ І АНАЛІЗУ

Басок А.М. Звіт про управління: проблеми підготовки в Україні	186
Бачо Р.Й., Макарович В.К. Система бухгалтерського обліку: аспекти впливу COVID-19	187
Букач І.А., Филиппова Т.В. Налогообложение Республики Беларусь в условиях развития цифровой экономики	188
Гараздівська Ю. І. Облік і аналіз лізингових операцій.	190

Гриненко Ю.І., Петрик О.А. Актуальна судова практика у сфері трансфертного ціноутворення.	191
Жидкова В.В., Легенчук С.Ф. Вплив COVID-19 на видобуток корисних копалин: облікові аспекти	193
Іванова С.М. Особливості ведення бухгалтерського обліку основних операцій інститутів спільного інвестування.	194
Іскоростенська Є.О., Мазуревич Н.В. Особливості залучення додаткового фінансування діяльності підприємств та роль нематеріальних активів в оцінці вартості суб'єктів господарювання	196
Каблова О.В. Проблеми та шляхи удосконалення обліку розрахунків з ПДВ	198
Калюжна А.В., Ничипорчук Д.О., Вигівська І.М. тартап як ризиковий вид інноваційної діяльності: облікові аспекти.	199
Клецко А. С., Муха А.А. Проблемы внедрения и эффективность применения Международных стандартов финансовой отчетности на предприятиях Республики Беларусь	201
Легенчук С.Ф. Вплив GDPR на бухгалтерські інформаційні системи	203
Лозова Ю.В. Орендна плата за умов боротьби з пандемією захворювання COVID-2019	204
Маньковська С.С. Бухгалтерська термінологія: особливості перекладу з англійської	205
Мельниченко Т.П. Порядок проведення судово-бухгалтерської експертизи	206
Осіпчук Д.С. Якісні характеристики фінансової інформації та розкриття інформації про державну допомогу	207
Поплавська В. В. Методологія бухгалтерського обліку придбання прав на торгівлю марку на підставі договору про передачу виключно майнових прав інтелектуальної власності	209
Протасов В.В. Документальне оформлення списання товарів	211
Редчиць О.П. Фальсифікація як вид шахрайства з фінансовою звітністю.	212
Севастьянов В.Р. Методичні підходи до аналізу прибутку підприємства та шляхи збільшення.	213
Синицький А.І. Особливості організації обліку суб'єктів малого підприємництва	214
Сівак В.С. Особливості обліку і аналізу лізингових операцій.	215
Толкачева Т.А., Филиппова Т.В. Виды учета в Республике Беларусь. Бухгалтерский учет как основная составляющая хозяйственного учета	217
Шавурська О.В. Внутрішній аудит лісових ресурсів як засіб забезпечення сталого лісокористування	219
Яценко А.Л. Теоретичні засади інформаційної безпеки в бухгалтерському обліку.	221

СЕКЦІЯ 5. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ФІНАНСІВ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Абрамович Б.Г. Вплив туризму на економіку держави.	222
Адаменко А.С. Дивідендна політика підприємств корпоративного типу. Теоретичний аспект	223
Александрова М.М. Фінансова культура населення в Україні.	227
Білецька А.Ю. Розробка фінансової стратегії підприємства (на прикладі ПАТ «Житомирголовапостач»).	228
Довгалюк В.В., Борисенко С.А. Біржовий інтернет-трейдинг в Україні.	229
Бояр Д. С. Аналіз динаміки пенсійного забезпечення в Україні.	230
Бугайчук Р.Я. Принципи формування фінансової архітектури підприємства.	232
Вахнюк Н.П. Теоретичні основи бюджетного менеджменту	234
Вигівська О.А. Особливості реалізації концесії у транспортній галузі	236
Вигівський В.Г., Кучинський О. Напрями ефективного управління фінансовим потенціалом підприємства.	238
Вишневська Л.В. Загрози та напрями забезпечення фінансової безпеки фондового ринку України	240
Воленко В.Г., Воронкова О.М. Система державного фінансового контролю за використанням публічних фінансів	241
Гарник М.О. Роль фінансового ринку в економіці України: тенденції його розвитку.	243
Дем'янчук М.А., Донецький А.Ю. Розвиток фінансового сектору України у сучасних умовах	244
Дончук Ю.Ю. Удосконалення діяльності кредитних спілок на ринку фінансових послуг	245
Дячек С.М. Зарубіжний досвід формування видатків бюджету.	247
Іванисько Н.М. Сутність екологічного податку та його роль в системі оподаткування.	250
Карась І. В. Фінансове забезпечення діяльності ломбардів.	251

Міжнародна наукова конференція «Сучасні виклики сталого розвитку бізнесу»

Корнійчук Є.М. Проблеми програмно-цільового методу бюджетування в системі охорони здоров'я	253
Костишин Ю.С. Методичні підходи до оцінки ефективності митного контролю.	254
Левченко Ю.Р. Розвиток фінансового нагляду за небанківськими фінансовими установами в Україні.	256
Галатюк К., Лозова В. Динаміка фінансування освіти в Україні у 2011-2019 рр.	258
Луцик М.В. Психологічні причини використання готівки у час цифрових зрушень.	260
Новак О.С., Скородинська Н.М. Роль похідних фінансових інструментів в управлінні державним боргом	262
Носко Н.В., Козловская И.А. Жилищный лизинг как новый инструмент финансирования жилищных инвестиций в Республике Беларусь.	263
Одінцов М.Р. Бюджетна політика в умовах нестабільності соціально-економічного розвитку	265
Ольховський Д.Е. Концептуальні засади формування бюджетної політики.	266
Погорельцева І.В. Сучасні тенденції банкрутства вітчизняних підприємств.	267
Руцишин Н.М. Структурні зміни як основа розвитку національної економіки.	269
Соломка Я.А. Перспективи введення сімейного оподаткування в Україні.	270
Сосновська К.С. Теоретичні основи бюджетної політики в Україні.	271
Тарасюк О.В. Стратегічний та оперативний контролінг в управлінні підприємством	272
Тімкова І.С. Державне регулювання фінансового ринку України.	273
Ткаченко М.С. Становлення інвестиційної політики держави в умовах сталого розвитку.	274
Топило В.А. Бюджетування як інструмент фінансового управління	275
Фіногенова К.В. Особливості формування місцевих бюджетів в період децентралізації.	277
Фісюк Е.В. Особливості розвитку фондового ринку України.	278
Фурсов К.В., Довгалюк В.В. Основні загрози борговій безпеці України.	280
Хвіст В.В. Проблема формування амортизаційної політики для специфічних активів підприємств.	281
Ярошук О.В. Шляхи вдосконалення ринку похідних фінансових інструментів в Україні	282

СЕКЦІЯ 6. РОЗВИТОК БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Василевська М.Ю. Теоретичні основи процесу відмивання грошей, одержаних злочинним шляхом, через комерційні банки	283
Вишнеvsька Л.В. Особливості оподаткування банків у різних країнах світу.	285
Галицький О.М. Напрямки підвищення рівня фінансової безпеки банківської системи України в умовах політико-економічних дисбалансів.	286
Горегляд У.А. Роль банкової системи в розвитку економіки областей республіки.	288
Зазерская В.В., Звягинцева Е.С. Внедрение ИКТ в банковскую сферу деятельности	289
Каменец А.Г. Необанки: преимущества и недостатки перед традиционными банками	291
Килимник А.М., Литвинчук І.В. Інтернет-банкінг в Україні: сучасний стан і перспективи розвитку	293
Кравчук В.С. Методичні засади оцінювання капіталізації банків	294
Невмержицька М.В. Управління валютними ризиками	295
Новицкая В.Ф., Филиппова Т.В. Банковская система Республики Беларусь.	297
Перішко Н.П. Проблемні кредити банку: сутність і фактори виникнення	299
Петрук А.О. Необхідність та практика запровадження валютних та процентних свопів в Україні	301
Prystupa L. Conceptual framework of financial security management of domestic banks in the current economic conditions	303
Приходько В.Ю. Тенденції формування капіталу у банківському секторі України.	305
Соловей Д.Э. Развитие банковской системы в современных условиях хозяйствования.	306
Фісюк Е.В. Особливості розвитку банківської системи в Україні	307
Фурман О.Ю. Напрямки вдосконалення управління ризиками банків в Україні.	309

СЕКЦІЯ 7. ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ СТРАХОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Бут-Гусаим И.П. Формирование приоритетов развития страховых организаций РБ	310
Доманчук А.І. Вплив зміни регулятора страхового ринку на управління фінансами страхових компаній та її оцінка	311
Кондратюк А.Э., Филиппова Т.В. Система страхования в Республике Беларусь	312
Корват О.В. Розвиток методичних підходів до оперативного аналізу страхової діяльності	314
Коломієць О.О. Зарубіжний досвід управління страховими резервами	316

Ніколайчук Т.О. «Заповідне страхування», як інструмент еколого-економічних перетворень в галузі природно-заповідного фонду України	317
Ярош В.В. Перспективи розвитку страхування туристів в Україні	319

СЕКЦІЯ 8. ПРОБЛЕМИ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН НА ЗАСАДАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТА В УМОВАХ ВИКЛИКІВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Войналович І.А. Соціально-економічні ризики трансформації зайнятості в умовах цифрової економіки	321
Годованюк А.В., Герасимова Т.І. Цифровий маркетинг: тренди та переваги	323
Джабарова М.И. Динаміка привлечення іностраних інвестицій в економіку країни на період 2014-2018 рр. та її перспективи	324
Каштальян О.О. Аналіз профілю двосторонньої торгівлі як основа для зовнішньоекономічної політики	327
Клепанчук О.Ю. Узгодження структурного реформування внутрішнього ринку України з досягненням цілей сталого розвитку	329
Клименко К.В., Савостьяненко М.В. Актуальні питання співробітництва України зі Світовим банком в умовах економічної рецесії та пандемії COVID-1	331
Краснобока А.М. Вплив цифровізації економіки на логістичну діяльність підприємства	333
Круглов В.В. Цифрова трансформація як спосіб побудови смарт-суспільства	335
Лишняк А.О. Підтримка міжнародних фінансових структур та фондів інтернаціоналізації бізнесу України на засадах сталого розвитку	336
Лобода Н.О., Чабанюк О.М., Кольба Р.М. Діджиталізація як функція облікової діяльності: коронакриза як контекст	337
Мартиненко О.М. Екологічне пакування продукції – шлях до торгівлі на засадах стійкого розвитку	339
Мельник К.О. Перспективи розвитку фандрайзингу в умовах глобалізації та цифровізації економіки	340
Миронюк М.А. Просування українського національного бренду на міжнародних ринках.	341
Мишаковська Л.О. Ділова етика в міжнародному бізнесі в контексті реалізації концепції сталого розвитку	343
Обіход С.В. Електронний бізнес як форма розвитку підприємництва в умовах глобалізації	344
Овандер Н.І. Інноваційні та інтернет-технології у проведенні фандрайзингової діяльності.	346
Прокопчук М.Б. Цифрові трансформації в економіці: світовий досвід та можливості для України	347
Пчелянська Г.О., Рзаєва Д.Ш. Особливості ціноутворення брендів в умовах цифрової економіки	348
Саакян А.Д. Міжнародні рейтинги як джерело інформації для дослідження виконання екологічних вимог для виходу на ринки ЄС	349
Ткачук В.О. Вплив цифрової трансформації на зміни в підходах до формування корпоративної культури підприємства	351
Ткачук М.О. Brexit: «плюси» та «мінуси» для Великобританії	352
Ткачук М.О. Місце та роль світової автомобільної промисловості в сучасній світовій економіці	353
Чередніченко Н.С. Цифровізація державного управління	354
Шевцова Г.З. Питання забезпечення синергії сталого та розумного розвитку регіонів NUTS 1	356
Шестакова А.В. Розвиток міжнародних економічних відносин в умовах викликів цифровізації та карантину	357
Шиманська К.В. Міграція біженців крізь призму концепції сталого розвитку	358
Bondarchuk V.V. Monetary Policy and Economic Growth in Ukraine: Case of Small Open Economy	360
Kiian Y.S. Sustainable Finance Taxonomy of the EU	361

СЕКЦІЯ 9. ТУРИСТИЧНИЙ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Муронов Ю.В. The Concept of Sustainable Tourism Development in the Regions: Modern Approach	362
Божко А.В., Филиппова Т.В. Туристический бизнес в Республике Беларусь	363
Вольська А.О., Годнюк І.В. Наслідки пандемії COVID-19 для туристичної галузі	365
Горшкова Л.О. Фестивальний туризм як складова івент-туризму	366
Давидюк Ю.В., Кравчук В.В. Проблеми забезпечення сталого розвитку туризму в Україні	367
Дивинська Ю.А. Туристичні дестинації в умовах соціально-економічного розвитку	368

Иванова А.С. Использование наследия спортивных мероприятий в гостинично-туристической сфере	369
Кардаш Я. Горшкова Л.О. Сільський зелений туризм: перспективи розвитку	370
Кім Е. О. Особливості підготовки та організації кейтерингового обслуговування	372
Кононова В. В., Давидюк Ю.В. Спеціальні види туризму та їх розвиток в майбутньому	373
Кулакова Л.О., Хомич К.Э., Финке Ю.Р. Роль интернет-технологий в туристической отрасли	374
Кулакова Л.О., Хомич К.Э., Финке Ю.Р. Проблемы развития туризма в Республике Беларусь	375
Матвийчук Д.В. Гостиничный бизнес в Республике Беларусь	377
Мілінчук О.В. Правові аспекти роботи турагентства з надання послуг на території зони відчуження	378
Мошковська К. А., Романів О.Я. Реалії та перспективи ринку антикафе в Україні: геомаркетингові та суспільно-географічні аспекти	379
Ненько О.І., Боровік Л.В. Розвиток готельної галузі на основі індикативного планування (на прикладі Херсонської області)	381
Олійник О.В., Ярмолюк Д.І. Напрями підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств	383
Павлова С.І. Особливості та рівні стандартизації готельних послуг	384
Павлюк В.М. Моноконцептуальні заклади. Тренд чи необхідність?	386
Свидрук І. І. Особливості розвитку туристичної галузі в умовах пандемічної кризи	387
Сироїд Н.П. Проблеми розвитку туризму в Україні у контексті сталого розвитку	388
Суходольська Є.Є., Чагайда А.О. Особливості харчування населення України часів війська запорозького	389
Ткачук А.Ю. Розвиток гастрономічних свят та фестивалів в Україні	390
Ущипівська О.М., Романів О.Я. Аналіз конкурентного середовища та шляхи підвищення конкурентоспроможності готелю Hilton Kyiv	391
Чагайда А.О. Аналіз використання енергонакопичувальних систем в харчових технологіях	393
Шишківська Д. С. Горшкова Л.О. Курортні комплекси: закордонний екскурс	394
Юхновська Ю.О. Інноваційний розвиток туристичної діяльності шляхом створення кластерів	395

Наукове видання

Сучасні виклики сталого бізнесу
тези Міжнародної наукової конференції

Відповідальний за випуск: к.е.н., доц. О.П. Пащенко

Комп'ютерний набір та верстка: к.е.н., доц. О.П. Пащенко

Відповідальність за зміст матеріалів несуть автори

Редакційна колегія може не поділяти думок авторів