

**МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ
INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL CONFERENCE**

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ, ОБЛІКУ,
ФІНАНСІВ ТА ПРАВА В ХХІ СТОЛІТТІ**

**CURRENT ISSUES OF ECONOMICS, ACCOUNTING,
FINANCE AND LAW IN THE XXI CENTURY**

**Збірник тез доповідей
Book of abstracts**

**Частина 1
Part 1**



**26 жовтня 2021 р.
October 26, 2021**

**м. Полтава, Україна
Poltava, Ukraine**





**МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА
КОНФЕРЕНЦІЯ
INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL
CONFERENCE**

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ,
ОБЛІКУ, ФІНАНСІВ ТА ПРАВА В ХХІ СТОЛІТТІ**

**CURRENT ISSUES OF ECONOMICS,
ACCOUNTING, FINANCE AND LAW
IN THE XXI CENTURY**

**Збірник тез доповідей
Book of abstracts**

**Частина 1
Part 1**

**26 жовтня 2021 р.
October 26, 2021**

**м. Полтава, Україна
Poltava, Ukraine**



УДК 33

ББК 65

Актуальні проблеми економіки, обліку, фінансів та права в XXI столітті:
збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Полтава,
26 жовтня 2021 р.): у 2 ч. Полтава: ЦФЕНД, 2021. Ч. 1. 59 с.

У збірнику тез доповідей представлено матеріали учасників Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми економіки, обліку, фінансів та права в XXI столітті» з:

Vaku State University

Вінницький національний аграрний університет

ВСП «Мукачівський фаховий коледж НУБіП України»

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Дніпровський національний університет залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

Донецький національний університет імені Василя Стуса

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

Інститут економіки промисловості НАН України

Інститут продовольчих ресурсів НААН

Київський національний торговельно-економічний університет

Київський національний університет технологій та дизайну

Київський університет імені Бориса Грінченка

Криворізький факультет Національного університету «Одеська юридична академія»

Львівський національний аграрний університет

Львівський національний університет імені І. Франка

Мукачівський державний університет

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Національний університет «Чернігівська політехніка»

Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова

Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого

Одеський державний аграрний університет

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

Сумський державний університет

Сумський національний аграрний університет

Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

Університет банківської справи

Університет державної фіскальної служби України

Університет митної справи та фінансів

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

**Харківський торговельно-економічний інститут УПА
Харьковский институт ЧАО «ВУЗ» МАУП»
Чорноморський національний університет імені Петра Могили**

У збірнику тез доповідей висвітлюються результати наукових досліджень з актуальних питань економіки, обліку, фінансів та права.

Тематика конференції охоплює актуальні проблеми: економіки та управління національною економікою; економіки та управління підприємствами; продовольчої безпеки та екологічної політики в сучасному світі; екологічної економіки і сталого розвитку; економіки торгівлі та послуг; економіки природокористування; підприємництва, торгівлі та біржової діяльності; розвитку продуктивних сил і регіональної економіки; інновацій та інвестиційної діяльності; демографії, економіки праці, соціальної економіки і політики; туризму та готельно-ресторанної справи; бухгалтерського обліку, аналізу та аудиту; фінансів, банківської справи, страхування; математичних методів, моделей та інформаційних технологій в економіці; маркетингу; менеджменту; публічного управління та адміністрування; конституційного права, муніципального права, міжнародного публічного права; цивільного права та процесу, сімейного права, житлового права, міжнародного приватного права; господарського права та процесу; трудового права та права соціального забезпечення; екологічного, земельного та аграрного права; адміністративного права та процесу, фінансового права, інформаційного права; кримінального права, кримінально-виконавчого права, кримінології, кримінального процесу, криміналістики.

Видання розраховане на науковців, викладачів, працівників органів державного управління, студентів вищих навчальних закладів, аспірантів, докторантів, працівників державного сектору економіки та суб'єктів підприємницької діяльності.

ЗМІСТ
CONTENTS

СЕКЦІЯ 1. ПРОДОВОЛЬЧА БЕЗПЕКА ТА ЕКОЛОГІЧНА ПОЛІТИКА В СУЧАСНОМУ СВІТІ SECTION 1. FOOD SAFETY AND ECOLOGICAL POLICY IN THE MODERN WORLD	7
<i>Бокій О. В.</i> ОСНОВНІ ЗАСАДИ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ ТА ЇЇ МОНИТОРИНГУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	7
СЕКЦІЯ 2. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНОЮ ЕКОНОМІКОЮ SECTION 2. ECONOMICS AND MANAGEMENT OF THE NATIONAL ECONOMY	8
<i>Годухін Г. І., Мельник А. О.</i> АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙ В НОВІ ТЕХНОЛОГІЧНІ КОМПАНІЇ.....	8
<i>Корх Н. О.</i> PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE UKRAINIAN ECONOMY IN A PANDEMIC CONDITION	9
СЕКЦІЯ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ SECTION 3. ECONOMICS AND MANAGEMENT OF ENTERPRISES	10
<i>Дубовик С. Г., Миненко Р. Ю.</i> ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ В МЕДИЧНІЙ ГАЛУЗІ.....	10
<i>Кононов І. А., Спивакова Н. А., Галена Е. Г.</i> РОЛЬ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧЕСКИХ МЕТОДОВ В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ	11
<i>Лісовець А. М.</i> ФІНАНСОВІ РИЗИКИ ТА СПОСОБИ УПРАВЛІННЯ НИМИ	12
<i>Позднякова О. О.</i> ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК СТАТЕГІЧНОГО, ТАКТИЧНОГО ТА ОПЕРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	14
СЕКЦІЯ 4. ЕКОЛОГІЧНА ЕКОНОМІКА І СТАЛІЙ РОЗВИТОК SECTION 4. ECOLOGICAL ECONOMICS AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT	16
<i>Драчук Ю. З., Чейлях Д. Д.</i> ДО ШЛЯХІВ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ ПРОМИСЛОВОСТІ.....	16
<i>Самусевич Я. В., Новикова Д. А.</i> ДОСВІД ПРОВЕДЕННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ ПОДАТКОВИХ РЕФОРМ У КРАЇНАХ СВІТУ	19
СЕКЦІЯ 5. ЕКОНОМІКА ТОРГІВЛІ ТА ПОСЛУГ SECTION 5. ECONOMICS OF TRADE AND SERVICES	21
<i>Прокопишин О. С., Баглай А. О.</i> СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ	21

СЕКЦІЯ 6. РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА SECTION 6. DEVELOPMENT OF PRODUCTIVE FORCES AND REGIONAL ECONOMICS	22
<i>Максютова О. В.</i> ОСОБЛИВОСТІ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО БІЗНЕСУ	22
СЕКЦІЯ 7. ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ SECTION 7. ENTREPRENEURSHIP, TRADE AND EXCHANGE ACTIVITIES	23
<i>Голуб Д. Р., Соломаха І. В.</i> ЦИФРОВІЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВ	23
<i>Качан Т. Є.</i> СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	25
СЕКЦІЯ 8. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ SECTION 8. ENVIRONMENTAL ECONOMICS	27
<i>Лазарєва О. В., Кузнєцова М. Д.</i> ПЕРСПЕКТИВИ ВЕДЕННЯ ЗЕМЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	27
СЕКЦІЯ 9. ІННОВАЦІЇ ТА ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ SECTION 9. INNOVATIONS AND INVESTMENT ACTIVITIES	28
<i>Касімова Т. О.</i> КРАУДФАНДИНГ: СУТНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	28
<i>Панасенко М. В.</i> ІНВЕСТИВАННЯ В УКРАЇНІ: РОЗБУДОВА ФІНАНСОВОГО РИНКУ	29
<i>Челомбїтько Т. В.</i> РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙ В КИТАЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ СПІВПРАЦІ З УКРАЇНОЮ	31
<i>Чухраєва Н. М., Сівоха І. І.</i> ТЕХНОЛОГІЧНІ ІННОВАЦІЇ В ХАРЧОВІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ	32
СЕКЦІЯ 10. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА SECTION 10. DEMOGRAPHY, ECONOMICS OF LABOR, SOCIAL ECONOMICS AND POLICY	33
<i>Кліменко О. М.</i> СУЧАСНІ ФОРМИ РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ	33
СЕКЦІЯ 11. ТУРИЗМ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА SECTION 11. TOURISM AND HOTEL-RESTAURANT BUSINESS	34
<i>Пронтекер В. Є.</i> ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ	34
СЕКЦІЯ 12. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ SECTION 12. ACCOUNTING, ANALYSIS, AND AUDIT	36
<i>Бурій Є. П., Лободзинська Т. П.</i> РОЛЬ МІЖНАРОДНИХ ФІНАНСОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ФУНКЦІОНУВАННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ ТА СВІТУ	36

Єрмоленко Н. С. ДИНАМІКА РІВНЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ.....	37
Жерліцина С. В. АСПЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ НОВОГО ЦИФРОВОГО СТАНДАРТУ ПОДАННЯ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ – iXBRL В УКРАЇНІ.....	39
Гусєв А. О. АВТОМАТИЗАЦІЯ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ ЗА ПОДАТКАМИ Й ПЛАТЕЖАМИ У ПРОГРАМНОМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННІ «1С: ПІДПРИЄМСТВО».....	41
Сологуб Н. В. АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ (НА ПРИКЛАДІ ПрАТ «ПЕРВОМАЙСЬКИЙ МОЛОЧНОКОНСЕРВНИЙ КОМБІНАТ»).....	43
Мала І. С. ОБЛІК І АУДИТ КРЕДИТНИХ ОПЕРАЦІЙ БАНКУ У СУЧАСНИХ УМОВАХ	45
Ус А. О. ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АНАЛІЗУ ТА АУДИТУ РОЗВИТКУ ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ.....	46
Федорів М. М. ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ЗАПАСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ	47
СЕКЦІЯ 13. МАРКЕТИНГ SECTION 13. MARKETING	49
Приходько А. В. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ МЕДІА-СТРАТЕГІЇ.....	49
СЕКЦІЯ 14. МЕНЕДЖМЕНТ SECTION 14. MANAGEMENT	50
Байда Н. В. УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЯМИ З КЛІЄНТАМИ В УМОВАХ ЗМІН	50
Боровик М. В., Лисенко К. С. ОРГАНІЗАЦІЙНА ДІАГНОСТИКА ПРИЧИН ВИНИКНЕННЯ КОНФЛІКТІВ В УПРАВЛІННІ ОРГАНІЗАЦІЮ	52
Рудінська О. В., Бессарабова Н.-К. ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ	53
Копішинська К. О., Топунова В. Ю. ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ ЦИФРОВІЗАЦІЮ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА.....	55
Рудінська О. В., Чепурна Л. В. БРЕНДИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ЯК ОСНОВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	56
СЕКЦІЯ 15. МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ SECTION 15. MATHEMATICAL METHODS, MODELS, AND INFORMATIONAL TECHNOLOGIES IN ECONOMICS	58
Заболоцький М. В., Заболоцький Т. М., Петришин М. Ю. ВПЛИВ АВТОКОРЕЛАЦІЙ ДОХІДНОСТЕЙ НА ВЛАСТИВОСТІ ОЦІНКИ БЕТА- КОЕФІЦІЄНТА.....	58

**ОСНОВНІ ЗАСАДИ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ
ТА ЇЇ МОНІТОРИНГУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

В останні роки, коли світ потерпає від пандемії, змінюється клімат на планеті, мають місце регіональні конфлікти, порушуються ланцюжки постачання продовольства, проблема оцінки рівня та шляхів досягнення продовольчої безпеки набуває все більшого значення. Систематизація напрацювань вчених та спеціалістів ФАО щодо еволюції та визначення поняття й основних принципів та аспектів продовольчої безпеки вивила доцільність єдиного визначення на законодавчому рівні термінів і понять у галузі продовольчої безпеки і створення дієвої системи моніторингу її показників [1, 2].

На основі проведених досліджень виявлено, що основні засади продовольчої безпеки та шляхи її досягнення й моніторингу мають містити наступну послідовність дій:

1) обґрунтування та затвердження на законодавчому рівні єдиного визначення основних понять – «продовольча безпека» і «продовольча незабезпеченість». Визначення основних принципів продовольчої безпеки, цілей та напрямів її досягнення у сучасних умовах;

2) аналіз світових підходів до оцінки та моніторингу продовольчої безпеки та впровадження їх на національному рівні;

3) оцінка ризиків, викликів та загроз продовольчій безпеці, прогнозування розвитку економіки та продовольчої системи;

4) узгодження основних індикаторів продовольчої безпеки вдосконалення системи її моніторингу з урахуванням світових тенденцій;

5) аналіз динаміки та стану виробництва, споживання, експорту та імпорту харчової продукції з позиції їх відповідності продовольчій безпеці;

6) визначення та оцінка показників стану продовольчої безпеки, місця України у світі за обраною системою показників;

7) формування плану заходів, спрямованих на досягнення продовольчої безпеки, на рівнях: держави, регіону, галузі, підприємств, людини, у коротко- середньо- і довгостроковому періодах;

8) реалізація заходів спрямованих на досягнення продовольчої безпеки, за центрами впливу;

9) моніторинг результатів і прийняття коригуючих дій.

Сучасні засади продовольчої безпеки мають бути пов'язані із Цілями сталого розвитку (ЦСР) до 2030 року, включати цільові індикатори, ризики та виклики, заходи, спрямовані на досягнення продовольчої безпеки. Важливо досягти основних підходів до продовольчої безпеки, що базуються на принципах, проголошених ФАО [3]: наявність (баланс виробництва, зовнішньоекономічної діяльності та споживання, що відповідають рекомендованим нормам), доступність (до продовольства та ресурсів), використання (природних і людських ресурсів) та стабільність (макроекономічних показників та індикаторів продовольчої системи). Також мають бути досягнені екологічний та оздоровчий ефект.

На початку двадцять першого сторіччя Україна та весь світ зіткнулися із безпрецедентними ризиками та викликами, що зумовили нові підходи до основних засад продовольчої безпеки, створили основні загрози продовольчій безпеці та розкрили її новий потенціал. І заходи, спрямовані на досягнення продовольчої безпеки, мають базуватися на

постійному моніторингу всіх показників, прогнозах розвитку ринку продовольства і макроекономічної ситуації у країні і світі.

Список літератури

1. Сичевський М. П. Глобальна продовольча безпека та місце України в її досягненні Економіка АПК. 2019. № 1. С. 6-17.
2. Коваленко О. В. Продовольча безпека в системі пріоритетів інноваційного розвитку. Інвестиції: практика та досвід. 2015. № 12. С. 24-29.
3. Положение дел в области продовольственной безопасности и питания в мире. Ежегодный отчетный доклад. ФАО, МФСР, ЮНИСЕФ, ВПП, ВОЗ. URL: <https://www.fao.org/3/CA1355ru/CA1355ru.pdf>.

**СЕКЦІЯ 2 ||| ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНОЮ ЕКОНОМІКОЮ
SECTION 2 ||| ECONOMICS AND MANAGEMENT OF THE NATIONAL ECONOMY**

Годухін Г. І.

студент ОС «Магістр»,

Київський національний університет технологій та дизайну,

Мельник А. О.

док. екон. наук, професор,

завідувач кафедри економіки та сфери обслуговування,

Київський національний університет технологій та дизайну

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙ В НОВІ ТЕХНОЛОГІЧНІ КОМПАНІЇ

Інновації – це драйвер економічного розвитку сучасної економіки. Інвестиції в інновації (грошові кошти, майно, обладнання) можуть здійснюватися різними суб'єктами (державна, великий бізнес, незалежні фонди) в безлічі організаційних форм (нові або існуючі приватні компанії, державні проекти).

Загальною практикою стало створення спеціальних, венчурних, фондів для відбору суб'єктів інвестування - нових технологічних компаній, здатних в перспективі створювати значний обсяг доданої вартості щодо вкладених коштів [1].

У доповіді розглядаються інвестиції в нові технологічні компанії. Важливість цього сегмента інвестицій складно переоцінити: наприклад, в США компанії, в які інвестували венчурні фонди, працевлаштовують приблизно 11% зайнятих приватного сектора і генерують 21% ВВП. У доповіді поняття «нова технологічна компанія» тотожне поняттям «технологічний стартап», «інноваційна компанія», «стартап», за винятком випадків, коли це спеціально не обмовляється [2].

Для віднесення суб'єкта господарювання до нових технологічних компаніям дослідники використовують два критерії – вік бізнесу і галузеву приналежність. Відповідно до даних критеріями до технологічних стартапам можна відносять компанії, що задовольняють одночасно двом умовам:

1) з моменту офіційної реєстрації бізнес пройшло менше 12 років;

2) компанія належить до однієї з галузей: біотехнології; фармацевтика; виробництво обладнання для збору, зберігання і передачі інформації; робототехніка; телеком (системи електронної передачі інформації); веб-і інтернет-технології; програмне забезпечення.

Джерелами інформації для вивчення закономірностей в області інвестицій в інноваційні компанії служать бази даних, наприклад, VentureExpert, VICO database, BusinessPlanArchive. Предметом вивчення в області інвестицій в нові технологічні компанії можуть служити різні боки інвестиційного процесу.

У доповіді будуть представлені підходи до вивчення факторів успіху інвестицій в технологічні стартапи, представлені набори чинників, найбільш сильно впливають на успіх компаній в досліджуваній сфері і виявлених в раніше проведених дослідженнях [3].

Традиційно виділяю чотири групи чинників успіху компанії: характеристики особистості підприємця (засновників компанії), характеристики продукту, характеристики ринку, фінансові умови. Для технологічних стартапів додатково виділяють дві групи

факторів успіху: можливості використання ресурсів і застосовується конкурентна стратегія. У доповіді представляється економетрична модель, що прогнозує успіх інвестицій в нові технологічні компанії [4].

Список літератури

1. Start-up rates and innovation: A cross-country examination Anokhin S., Wincent J. *Journal of International Business Studies* (2012) 43
2. Success criteria in high-tech new ventures Kakati M. *Technovation* 23 (2003)
3. The value added by government venture capital funds compared with independent venture capital funds Luukkonen T., Deschryvere M., Bertoni F. *Technovation* 33 (2013)
4. Was there too little entry during the Dot Com Era? Goldfarb B., Kirsch D., Miller D. *Journal of Financial Economics* 86 (2007).

УДК 330.3

Корх Н. О.

студентка факультету економіки
Дніпровський національний університет
імені Олеся Гончара

**PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE UKRAINIAN
ECONOMY IN A PANDEMIC CONDITION**

Today, the world is facing a global health pandemic, as almost all countries are forced to deal with the rapid spread of COVID-19. The modern economy is also adapting to the new reality. Countries are working hard to help small businesses stay afloat. This year, supporting the financial system, business and citizens suffering from restrictive anti-epidemic measures has become the number one goal in the policy of developed countries.

It is likely that the crisis of COVID-19 will lead to partial deglobalization of the world economy [1, p.8]. Corporations are already beginning to simplify their global supply chains, reducing their reliance on international outsourcing and relocation. Exports, foreign direct investment and the international mobility of human capital will decline, although the extent of this decline depends on the duration of the crisis and recovery.

Ukraine, like the rest of the world, is facing a global healthcare pandemic. The COVID-19 pandemic has forced the whole world to revise development forecasts, economic and social policies and made it clear that a new transformation phase is beginning, at which it is necessary to change approaches to setting priorities for the long term.

As for the situation in Ukraine, by the beginning of 2020 the Ukrainian economy was gradually growing, the hryvnia strengthened against the dollar and the euro and at the same time the incomes of ordinary Ukrainians gradually increased. However, the crisis in Ukraine and around the world has reversed these processes, and the quarantine imposed by the rapid spread of the coronavirus has hit the economy harder. The pandemic has also demonstrated how the development of new digital platforms and open scientific practices can greatly contribute to the intensification of global cooperation in research and innovation.

If we rely on the expert generalized opinion about the economic situation in Ukraine, according to the results of the ranking of the questionnaire (in% of the number of answers of experts): all elements of demand will have a negative trend, but the biggest drop in investment will be 14.8% [2]. To support the demand of the population and mitigate the negative consequences of the introduced quarantine measures, budget support will increase, which in the context of declining revenues will lead to a significant increase in the budget deficit to 5.6% of GDP. The most restrained economic dynamics will be retail and wholesale trade, transport, metallurgy and mechanical engineering, the most vulnerable in terms of business will be small and medium-sized businesses.

World experience shows that any crisis is over. The pandemic crisis will end, but it is time to prepare for the negative effects of the crisis. After all, the pandemic in 2020 had a negative impact on the lives of the population and on doing business in general. In order to avoid negative consequences, it is necessary to pay attention to the reduction of their scale on business, life of the population, as well as to the new challenges that will arise in the post-crisis period [2].

Economic policy measures should also mitigate the effects of declining activity on people, companies and the financial system, reduce the long-term deep damage from the inevitable severe slowdown and allow for a rapid economic recovery after the pandemic recedes. It is necessary to anticipate possible scenarios, to forecast prospects and trends, to calculate the obtained data for the implementation of the future forecast, which will help to make informed management decisions in this situation. Overcoming the crisis requires quick decisions, which are usually tactical [3].

List of literature

1. World Economic Outlook, October 2021: Recovery During a Pandemic. International Monetary Fund. URL: <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2021/10/12/world-economic-outlook-october-2021> (date of access: 24.10.2021).
2. Orlov P. A. World economic crisis and pandemic COVID-19 and their lessons for the government of countries. *Business Inform.* 2020. № 6. pp. 30–40.
3. Vyshnevsky OS Digital platformization of strategic management of the economy of Ukraine. *Economics of industry.* 2021. № 3. pp. 5-24.

**СЕКЦІЯ 3
SECTION 3**



**ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ
ECONOMICS AND MANAGEMENT OF ENTERPRISES**

УДК 338

Дубовик С. Г.

к.е.н., доцент кафедри менеджменту ім. Л. І. Михайлової
Сумський національний аграрний університет

Миненко Р. Ю.

слухач магістратури факультету економіки і менеджменту,
спец. 073 менеджмент,

Сумський національний аграрний університет

ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ В МЕДИЧНІЙ ГАЛУЗІ

Галузь охорони здоров'я як складна соціально-економічна система, являє собою один з найважливіших індикаторів рівня розвитку країни.

В XXI столітті разом із демографічним зростанням росте попит на медичні послуги та виникає потреба в реструктуризації діяльності медичних закладів та формуванні більш розвиненої медичної інфраструктури. Заклади охорони здоров'я повинні спрямовувати діяльність на підвищення ефективності виконання своїх завдань саме шляхом професійного управління. Основний акцент робиться на побудові системи управління організацією та врахування впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища на діяльність закладу охорони здоров'я.

Дослідженню питань функціонування закладів охорони здоров'я присвячено праці науковців у сфері публічного управління, юридичних, медичних, економічних наук, соціології: Артюхіна М., Бойко В., Гапонова Е., Гладун З., Жаліло Л., Зеленевиц В., Карамішев Д., Самофал М., Ціборовський О., Шевцов В., Шевченко М., Ясінська А. Теоретичні та практичні аспекти підвищення ефективності управління закладами охорони здоров'я та його значення для економічного зростання розглянуто у наукових працях багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених, наприклад, у роботах: В., О.А. Мартинюка, Л.А. Мельника, З.В. Юринця, Т.М. Ямненка.

Однак, не дивлячись на значну кількість досліджень, ще недостатньо уваги приділено проблемам ефективного управління закладами охорони здоров'я на мікрорівні, оскільки стрімкий темп змін у сфері охорони здоров'я вимагають визначення пріоритетних напрямків вдосконалення процесу управління закладами охорони здоров'я.

Вдосконалення управління закладом охорони здоров'я передбачає врахування певних особливостей: заклад охорони здоров'я є «відкритою» системою, успіх якої залежить від того, наскільки він пристосований до наявного середовища; формування у працівників відчуття причетності до спільної справи та заохочення висловлення власної думки щодо управлінських рішень керівників. Виняткового значення набувають організаційна культура,

ділова етика та мораль. Заклад охорони здоров'я перетворюються у сукупність різних підрозділів, об'єднаних для досягнення однієї спільної мети розвитку, які самостійно визначають власну стратегію та самостійно її впроваджують, несуть відповідальність за результати своєї діяльності, під час управління відбувається зміна психології планування. Планування характеризується посиленням гнучкості управління закладом охорони здоров'я. Термін, на який розробляють прогноз, залежить від характеру стратегічної мети. Нормативне забезпечення організації менеджменту у закладах охорони здоров'я складається з різних інструкцій, рекомендацій Всесвітньої організації охорони здоров'я, норм та нормативів, методичних вказівок із розрахунку фінансових показників для зазначеного закладу, що суттєво впливає на здійснення адміністрування в ньому. Інформаційне забезпечення формується за рахунок різноманітної інформації, в тому числі економічної, фінансової, комерційної, медичної, яка циркулює у системі об'єкта охорони здоров'я.

Ефективність управління медичним закладом оцінюється такими характеристиками: заклад активно підтримує баланс потрійної мети (якість-сервіс-ефективність), залучаючи інструменти менеджменту, управлінська команда медичного закладу постійно працює на підвищення якості послуги та безпеки пацієнтів, задоволеності пацієнтів та їх родин від отриманого сервісу при контролі та оптимізації витрат; медичні заклади переходять від позиції «до нас прийшли – ми полікували» до позиції «спільна відповідальність за примноження людського капіталу громади»; максимум зусиль необхідно докладати саме для збереження здоров'я людей, використовуючи співпрацю медичних підприємств різних рівнів із іншими комунальними підприємствами та службами, залученість персоналу медичного закладу визначається як «ентузіазм та лояльність до своєї роботи та робочого місця» (Gallup), відсутність належних умов призводить до високого ступеня незадоволеності роботою, цинізму, професійного вигорання та високої плинності медичного персоналу; розвиненість ефективного лідерства – відкриті прозорі конкурси на посаду керівника медичного підприємства, допуск до конкурсів ефективних управлінців без медичної освіти, формування управлінських команд на основі розділеної відповідальності за результат роботи закладу; ключовою умовою діяльності управлінської команди стає обґрунтована стратегія розвитку закладу та її послідовна реалізація, відкритість; залучення та культура навчання.

Таким чином, вдосконалення управління медичним закладом передбачає врахування особливостей побудови системи управління у медичному закладі, врахування механізмів стратегічного менеджменту, мати на меті підвищення ефективності управління медичного закладу.

УДК 330.46

Кононов І. А.

к. э. н., доцент,

доцент кафедри менеджмента,

Харьковский институт ЧАО «ВУЗ» МАУП»

Спивакова Н. А.

ст. преп. кафедры экономики и предпринимательства,

Харьковский институт ЧАО «ВУЗ» МАУП»

Галепа Е. Г.

студ. специальности «Менеджмент», 6 курс,

Харьковский институт ЧАО «ВУЗ» МАУП»

РОЛЬ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ МЕТОДОВ В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ

В ходе современного научно-технического прогресса, с его социальными и социально-психологическими противоречиями и последствиями неразрывно связано много острых проблем управления на предприятии.

Известно, что в двадцатом веке появилась тенденция к рассмотрению менеджмента как процесса управления людьми и взгляда на человека, как на объект управления, а не часть механизма. Можно провести параллель между развитием медицины, в частности, психологии,

и развитием различных школ управления. Например, медики ранее были воспитаны в духе исключительной высокой оценки анатомических, физических, химических моментов. К оценке психологических моментов они не были подготовлены, то есть они относились к нему безразлично или негативно. Медики сомневались в том, что психологические факторы вообще допускают точное научное толкование. В этот материалистический, или, лучше говоря, механистический период, медицина сделала колоссальные успехи, но вместе с тем, от своей близорукости проглядела самые важные и самые трудные проблемы жизни.

Возможность проведения параллели заключается в том, что теории, которые существовали до двадцатого века, почти не обращали внимания на то, что, в конечном счете, объектом управления, так или иначе, является человек. Если говорить об исторических предпосылках таких изменений, то можно вспомнить известные из истории социологии факты, имевшие место в начале и в середине девятнадцатого века, то есть в период, непосредственно предшествовавший появлению социологии как самостоятельной науки [1].

Несмотря на очевидную важность, вопрос повышения эффективности деятельности предприятия на основе использования психологических методов управления не нашло должного отражения в работах как отечественных, так и зарубежных авторов [2,3]. Социально-психологические методы являются самым тонким инструментом воздействия на социальные группы людей и отдельного человека. Искусство управления персоналом заключается в дозированном и дифференцированном применении этих методов. В современных условиях принципы демократизации, человеческих отношений, соблюдения прав человека должны доминировать над чисто административными методами и авторитарным стилем руководства.

Экономическая нестабильность, финансовые трудности, несвоевременная выплата заработной платы, длительные простои, конечно, не способствуют поддержанию здорового социально-психологического климата, поскольку руководитель значительно больше времени должен уделять не человеческому общению и функциям управления персоналом, а непосредственно производству, маркетингу, финансам и т.д.

Поэтому важно знать и уметь прогнозировать влияние социально-психологических факторов на работу предприятия.

Список литературы

1. Воронцов А. В. История социологии : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. В. Воронцов, М. Б. Глозов, И. А. Громов; под общей редакцией М. Б. Глозова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 366 с.
2. Осовская В. Т. Диагностика управління організацією / В. Т. Осовская. – Київ.: Юринком Інтер, 2005. – 836 с.
3. Игнатъева А. В. Исследование систем управления / А. В. Игнатъева, М. М. Максимцов. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2009 – 345с.

Лісовець А. М.

Дніпровський національний університет
імені Олеся Гончара

ФІНАНСОВІ РИЗИКИ ТА СПОСОБИ УПРАВЛІННЯ НИМИ

Фінансова діяльність підприємства в сучасному світі пов'язана з різними ризиками, які потребують безперервного аналізу, перевірки та пошуку оптимального способу управління ними.

Варто зазначити, що фінансовий ризик – це усвідомлена імовірність небезпеки виникнення непередбачуваних втрат очікуваного прибутку або майна через несподівані та несприятливі ситуації.

Дуже важливим є визначення причин виникнення фінансових ризиків, що відображені на рисунку 1.

Існує три послідовні етапи управління фінансовими ризиками: ідентифікація, оцінка ризиків та їх нейтралізація.

На етапі ідентифікації визначаються такі види ризиків, які пов'язані з фінансовою діяльністю підприємств та формування їхнього портфелю.

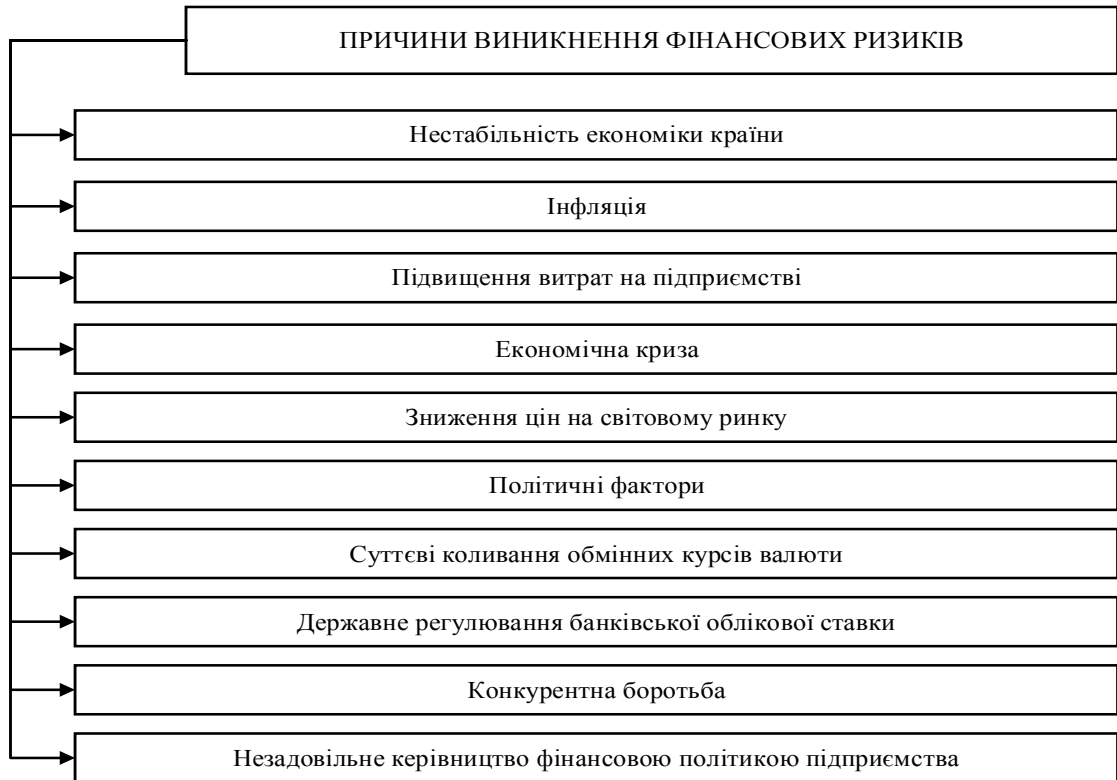


Рис. 1. Причини виникнення фінансових ризиків

Джерело: складено авторами на основі [1]

На другому етапі відбуваються такі послідовні дії:

- аналіз правдивості інформації для визначення рівня фінансових ризиків;
- вибір та використання методів оцінки фінансових ризиків;
- визначення джерел можливого виникнення збитків, яких можуть завдати фінансові ризики;
- визначення чинників, що впливають на рівень фінансових ризиків;
- затвердження допустимого рівня фінансових ризиків за окремими фінансовими операціями.

Другий етап здійснюється за такими методами:

1. Якісний аналіз, що передбачає ідентифікацію ризиків, визначення причин їх виникнення, а також виявлення можливих вигод та несприятливих наслідків.
2. Кількісний аналіз, що включає в себе визначення певного розміру збитків та втрат від окремих фінансових ризиків. Цей метод здійснюється за допомогою економіко-статистичних методів, розрахунково-аналітичних, експертних та аналогових методів.

Третій етап визначає методи нейтралізації фінансових ризиків, а саме: уникнення ризику, мінімізація ризиків (шляхом лімітування, хеджування, диверсифікації ризиків), розподіл ризику та самострахування.

Уникнення ризику – це впровадження та застосування заходів з метою повного збереження підприємства від певних ризиків. Цей метод сприяє уникненню можливих втрат, але не дає змогу отримати прибутки.

Лімітування ризиків – це встановлення конкретних фінансових лімітів за окремими напрямками фінансової діяльності з метою фіксації потенційних втрат на прийнятному рівні на підприємстві [2].

Диверсифікація передбачає розподіл капіталу між різними об'єктами вкладення, які між собою не пов'язані.

Розподіл ризику – це часткова передача фінансових ризиків партнерам за окремими фінансовими операціями. Умови розподілу ризиків регламентуються відповідними угодами.

Самострахування передбачає компенсацію підприємством своїх втрат за рахунок

запасних фондів.

Потрібно дотримуватись певних загальних правил прийняття рішень під час управління ризиками:

1. Ризикувати лише в межах власного капіталу.
2. Не ризикувати великими сумами.
3. Аналізувати ситуацію наперед, щоб уникнути негативних наслідків ризику.
4. Паралельно шукати інші варіанти з меншим рівнем ризику [3].

Отже, фінансові ризики в будь-якій ситуації можуть призвести до втрати майна, прибутку, грошей. Будь-яке підприємство у своїй діяльності повинне застосовувати ефективну систему управління ризиками. Наведені вище методи сприяють мінімізації негативного впливу фінансових ризиків та стимулюють до пошуку нових можливостей для отримання прибутку.

Список літератури

1. Квач Я.П., Орлов В.М., Орлова О.В., Толкачова Г.В. Фінансовий менеджмент у схемах і таблицях. Навч. посіб. Одеса. 2012. 72 с.
2. Крамаренко Г.О., Чорна О.Є. Фінансовий аналіз. Підручник. К.: Центр учбової літератури, 2008. – 392 с.
3. Момот Т.В., Безугла В.О., Тараруєв Ю.О., Кадничанський М.В., Чалий І.Г. Фінансовий менеджмент: Навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2011. – 712 с.

Позднякова О. О.

студентка групи ФМД-21-1

Університет державної фіскальної служби України

Науковий керівник:

Діденко Л. В.

к.е.н., доцент кафедри фінансових ринків

Університет державної фіскальної служби України

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК СТРАТЕГІЧНОГО, ТАКТИЧНОГО ТА ОПЕРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасних умовах управління інвестиційної діяльності підприємства являється важливим елементом всієї системи управління підприємства. Трансформація, яка відбувається в управлінні інвестиційної діяльності підприємства, складається ситуація, що кожен інвестор сам приймає рішення про ефективність вкладу інвестицій, звертаючи увагу на стратегічна, оперативне та тактичний управління, який відбувається у відповідному підприємстві.

Великий внесок у розвиток теоретичних основ стратегічного, тактичного та оперативного управління інвестиційної діяльності підприємств зробили науковці: Л. Бушовська, В. Геєць, В. Гриньова, М. Єщенко, О. Захаркін, С. Кривченко, Я. Крупка, А. Лівінський, М. Назарчук, А. Пересада, О. Терещенко, В. Федоренко, О. Шаманська та інші. Незважаючи на численні дослідження, присвячені формуванню теоретико-методичних засад інвестиційної діяльності підприємств, недостатньо вивченими залишаються особливості управління реалізацією інвестиційних процесів

Мета полягає у дослідженні взаємозв'язку оперативного, тактичного та стратегічного управління інвестиційною діяльністю підприємства.

Управління інвестиційною діяльністю підприємства – це система дій та заходів, методів та прийомів, за допомогою яких можна здійснювати регулювання руху капіталу підприємства, що отримується від інвесторів з метою отримання прибутку, або досягнення поставлених цілей [1, с.171].

Управління інвестиційною діяльністю підприємства можна розділити на форми відповідно до періоду та масштабу.

Відповідно масштабу та періоду управління інвестиційною діяльністю підприємства поділяється на стратегічне, тактичне та оперативне управління.

Під тактичним управлінням інноваційної діяльності слід розуміти конкретні дії для досягнення поставлених цілей в короткостроковому періоді, на базі існуючої інформації, завдяки якій можна проводити постійне порівняння показників ста стратегічного плану з

досягнутими за певний період результатами. На практиці дуже часто проводять коригування тактичних окремих показників стратегічного плану, переглядаються поставлені цілі управління. Переважно перегляд тактичного управління відбувається, якщо з'ясували вплив або безпосередня дія раніше не врахованих факторів [2, с.157].

Оперативне управління забезпечує виробництво продукції у відповідності з затвердженими планами. Воно полягає у періодичному та безперервному порівнянні фактичних результатів з плановими та нормативними. Основна задача оперативного управління – встановлення і підтримка певних кількісних співвідношень між окремими процесами виробництва продукції з метою забезпечення виконання виробничого завдання у встановлені строки і з мінімальними витратами ресурсів [4, с.46].

На практиці дуже часто ототожнюють тактична та оперативне управління, але дане порівняння являється не зовсім точно. Як показує досвід тактичне управління проводиться від 1 до 5 років, а оперативне управління відбувається протягом декількох годин.

Стратегічне управління — це управління, яке відбувається переважно в довгострокову перспективу від 10 до 15 років та направлена на розвиток окремих сфер та має основні елементи, тобто, мету, завдання, стратегію розвитку та пропонує напрями діяльності кожної ланки управління інвестиційної діяльності підприємства. Основною складовою стратегічного управління являється стратегічні плани та документи, в яких зазначається постановка мети та завдання для досягнення поставлених цілей [5, с.66].

Усі форми інвестиційного управління перебувають у тісному взаємозв'язку й здійснюються в певній послідовності, що являє собою процес інвестиційного планування.

Взаємозв'язок стратегічного, тактичного та оперативного управління інвестиційною діяльністю підприємства дає можливість досягти поставлених перспективних цілей, тобто довготривалих, та короткострокових інтересів інвестиційної діяльності підприємства.

Найкраще співвідношення оперативного, тактично та стратегічного управління інвестиційної діяльності підприємства дуже часто залежить від умов, які існують на підприємстві та які можуть постійно змінюватися. Вказане співвідношення управління інвестиційною діяльністю підприємства можливо лише при здійсненні регулятивних процесів на підприємстві, які дозволять отримати якісне управління на кожній ланці підприємстві [3, с.55].

Для ефективного співвідношення стратегічного, тактично до оперативного управління керівництва підприємства повинна навчитися оцінювати існуючий стан управління, що дозволить вчасно реагувати в потрібному напрямку. Кожна підприємства для ефективного функціонування повинна досягти високого рівня стратегічного, тактично та оперативного управління, оскільки кожен вид управління взаємодоповнює інший. При досягненні високого рівня двох видів управління, але при цьому низькій якості третього виду не дозволяє підприємству успішно функціонувати. Незважаючи на вид діяльності підприємства, керівництво повинна об'єктивно аналізувати співвідношення витрат на всі види управління, завдяки чому дозволить отримати відповідний рівень прийняття управлінських рішень в інвестиційній діяльності підприємства.

Отже, управління інвестиційною діяльністю підприємства являється складним процесом, реалізація якого залежить від багатьох чинників як внутрішнього, так і зовнішнього характеру. Взаємозв'язок стратегічного, оперативного та тактична управління полягає у досягненні злагодженості в процесі управління інвестиційною діяльністю підприємства, що допоможе досягти поставлених цілей підприємству з мінімальними витратами.

Список літератури

1. Бушовська Л.Б. Управління інвестиційною діяльністю як важливий складник економічної безпеки підприємства. *Економіка і суспільство*. 2017. Вип. 11. С. 170 – 176.
2. Єщенко М., Михайличенко В. Розроблення стратегії і тактики управління підприємством у сучасній Україні. *Галицький економічний вісник*. Т.: ТНТУ, 2020. Том 64. № 3. С. 157 – 162.
3. Захаркін О.О. Порівняльна характеристика концепцій управління підприємством в системі його інноваційної діяльності. *Вісник ЖДТУ. Економічні науки*. 2014. № 4 (70). С. 53 – 58.
4. Лівінський А. Стратегічні підходи щодо оперативного управління підприємств тваринництва в контексті їх реновації. *Вісник Сумського національного аграрного університету*, 2019. 1 (79), С. 44 – 47.
5. Шаманська О. І. Стратегічне управління персоналом підприємства в сучасних умовах. *Економіка та держава*. 2019. № 12. С. 66 – 70.

Драчук Ю. З.

д.е.н., професор,

Інститут економіки промисловості

НАН України,

Чейлях Д. Д.

інж.,

Інститут економіки промисловості

НАН України

ДО ШЛЯХІВ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Найгострішою екологічною проблемою, що стоїть перед людством, є глобальна зміна клімату, де за прогнозами провідних міжнародних наукових центрів з дослідження клімату, температура протягом наступного століття підвищиться на 2-5 градусів за Цельсієм. Це може привести до того, що різні екосистеми опиняться під загрозою зникнення. Сьогодні бачимо, що значні кліматичні зміни вже відбуваються. Треба зрозуміти, що людство не має права використовувати атмосферу планети для забруднення. Незабаром можемо наблизитися до тієї межі, коли глобальну зміну клімату зупинити буде вже неможливо і життя на планеті стане під загрозою. Виникає потреба в розробленні та реалізації плану заходів з адаптації до зміни клімату, тобто пристосуванні у природних чи людських системах, що дозволить знизити шкоду та скористатися сприятливими можливостями. Основною причиною зміни клімату є використання викопного палива та неефективне споживання енергії, що виробляється. Парникові гази, що утворюються внаслідок діяльності людини, викликають посилення парникового ефекту. Надмірна кількість газів, які утворюються в результаті діяльності ТЕЦ, транспорту, сільського господарства, промисловості, а також лісових пожеж, утримують сонячне тепло у нижніх шарах атмосфери, не даючи йому повертатись до космосу. Найбільш помітним наслідком зміни клімату буде не поступове потепління, а «надзвичайні ситуації» у вигляді сильної засухи, повенів, штормів, ураганів, надзвичайної спекоти, що можуть відбуватимуться все частіше. Рівень світового океану може піднятися й океанічні течії при цьому істотно зміняться. Людство може зіткнутися з проблемами водопостачання та деградацією сільськогосподарських земель та лісів.

Місце України в процесі глобальної зміни клімату – Україна сьогодні знаходиться серед першої двадцятки країн світу, що найбільше викидають парникових газів в атмосферу. 15 березня 1999 року Україна підписала Кіотський протокол, який передбачає певні зобов'язання з боку нашої держави. Умови протоколу виявилися дуже м'якими для України оскільки не вимагають зменшення викидів парникових газів, а навіть дозволяють їх збільшення до рівня 1990 року. Національний екологічний центр України намагається відслідковувати діяльність Українського уряду та впливати на його рішення для скорішого впровадження кліматоохоронних програм. НЕЦУ бере участь у роботі Робочої групи НУО з питань зміни клімату, та тісно співпрацює з дніпродзержинською організацією «Голос Природи» у проведенні просвітницької програми. Боротьба із зміною клімату на планеті давно стала першочерговою у більшості розвинених країн. Проблема глобального потепління, що спричиняється викидами діоксиду вуглецю (CO₂), знайшла своє відображення ще у 2015 році, коли 196 країн приєдналися до консенсусного документа "Паризька угода", що впроваджує різні заходи із зменшення викидів CO₂ з 2020 року. Україна разом з усім цивілізованим світом узяла на себе зобов'язання до 2030 року скоротити рівень викидів парникових газів на 40% порівняно з 1990 роком. Однак великий шлях декарбонізації країни тільки починається: різноманітні екоферми, водні електростанції, вітряки, сонячні панелі та навіть металургійні екозаводи. Більшість великих промислових підприємств в Україні збудовані ще за радянських часів, коли питання

економії енергоресурсів, впливу на природу чи ефективності виробництва відходили на другий план. Тривалий час невисока вартість ресурсів не стимулювала власників бізнесу інвестувати в енергоефективність чи екологічну модернізацію. Однак після впровадження ринкових цін на газ та електроенергію епоха дешевих енергоносіїв закінчилася, а значна частина підприємств досі споживає такі ж обсяги енергії, як раніше. Через це важка промисловість – великі металургійні заводи і теплові електростанції – серед лідерів з викидів CO₂. З року в рік навколишнє середовище в Україні активно забруднюють ММК ім. Ілліча, «АрселорМіттал Кривий Ріг», «Азовсталь» та численні ТЕС ДТЕК – Бурштинська, Курахівська, Запорізька, Ладижинська [1].

Відходи в країні відвойовують для себе все нові території. Якщо у європейських країнах проблема вирішується за рахунок переробки, то в країнах із слабкою економікою, до яких належить і Україна, із цим є серйозні проблеми. де, як невдовзі, шлакова гора на березі моря в Маріуполі, може закрити сонце [2]. Реєстр місць видалення відходів включає кілька сотень промислових підприємств, що потребують складування побічних продуктів своєї виробничої діяльності. І в цьому реєстрі не тільки металургійні комбінати та шахти, а й енергетики, транспортники, харчовики, будівельники. До безумовного лідера за кількістю промислових відходів та площею займаних ними територій відносяться металургійні заводи Метінвесту. Так, для прикладу, ММК ім. Ілліча та МК «Азовсталь» розміщують свої відходи на п'яти майданчиках: «Балка Грековата» – використовується двома заводами, Звалище промислових відходів МК «Азовсталь», Склади (відвали) металургійних шлаків МК «Азовсталь» (не використовується з 2018 року), Акваторія захисної дамби МК «Азовсталь», Золонакочувач МК «Азовсталь». Однак поки що чітка, зрозуміла стратегія поводження з відходами в Україні відсутня [2]. Як стверджується спеціалістами металургійної галузі, є лише два способи вирішення проблеми: або переробка, або рекультивация. У Європейському Союзі використовуються обидві практики. Наприклад, у Дюнкерку шлакова гора, як у Маріуполі, виросла прямо на березі моря. На початку 2000-х відразу дві компанії вклали кошти на те, щоб відкрити біля цієї гори виробництво будівельних матеріалів на основі металургійних шлаків. Робота проводиться протягом останніх десяти років. Гора зменшується. Отже, переробка – процес довгий. І вона може вирішити проблему в одному єдиному випадку: якщо шлаки, що знову утворюються, переробляються на 100%. Наприклад, на металургійних заводах Німеччини проблем із переробкою немає. Там уряд на законодавчому рівні зобов'язав будівельні компанії при виконанні дорожніх робіт використовувати на 50% неприродну сировину (замість кар'єрного граніту, наприклад, шлак). Тому будівельники, шляховики стоять у черзі на метзаводах, щоб забрати шлак. В Україні, з ініціативи депутатів, пов'язаних з Метінвестом, уряд також видав розпорядження про те, щоб 10% матеріалів при будівництві доріг купувалися на металургійних підприємствах. Однак будівельники не поспішають виконувати це розпорядження. Справа в тому, що доставка шлаків часто обходиться дорожче, ніж, наприклад, купівля гравію в кар'єрі, в безпосередній близькості від місця будівництва. Приклад рекультивации використаний у французькому місті Ланс. Тут перетворили на музей шахтний терикон. Музей «Лувр-Ланс» є філією паризького Лувру. І подивитися його, а також піднятися спеціально зробленими сходами на вершину терикона в Ланс приїжджають тисячі туристів. Водночас, відповідне європейське законодавство постійно розвивається, і Україні необхідно ще пройти значний шлях розвитку власної нормативно-правової бази та гармонізації її з екологічним правом ЄС», – зазначається в НП «Експертний центр».

Український сталевий шлях з декарбонізації. На українських меткомбінатах фундаментальних змін у процесах виготовлення сталі не відбувалося вже 150 років. Застарілі технології не лише призводять до надмірних викидів парникових газів, а й забруднюють повітря, води та ґрунти, що негативно впливає на здоров'я населення та довкілля – зі слів фахівців кліматичної політики Центру екологічних ініціатив «Екодія». Заступник голови комітету Верховної Ради з питань розвитку економіки упевнений, що

скоротити викиди CO₂ на вітчизняних метпідприємствах можливо лише радикальним шляхом. «На практиці це фактично означає побудову заводів чи принаймні цехів замість старих. Для українського ГМК це вимагатиме десятків мільярдів доларів інвестицій. Держава, беручи на себе зобов'язання із зниження викидів, має пропонувати металургам фінансові стимули і державну підтримку з екомодернізації, як в усіх інших країнах», – вважають в комітеті Верховної Ради з питань розвитку економіки. До речі, Україна має успішні приклади такої екологічної модернізації, що відповідає вимогам European Green Deal. Її приватні інвестори робили самостійно. У Дніпропетровській, Запорізькій та Донецькій областях працюють п'ять електросталеплавильних підприємств, побудованих 10-15 років тому. Це «Інтерпайп сталь», «Електросталь», «Енергомашспецсталь», «Дніпроспецсталь» та «Азовелектросталь». Електрометалургійний завод «Інтерпайп сталь» (місто Дніпро). Новий завод дозволив закрити застаріле, екологічно брудне мартенівське виробництво сталі. У результаті викиди CO₂ знижені в десять разів, споживання газу – у вісім разів», – стверджується директором заводу. Будівництво «Інтерпайп сталі» профінансувало італійське експортно-кредитне агентство Sase, у рамках співпраці з яким «Інтерпайпу» доводилося на кожному етапі будівництва підтверджувати відповідність європейським екологічним вимогам. Українські металурги мають подолати довгий шлях до вуглецевої нейтральності. Утім, практика розвинених країн – Японії, Австралії, Великобританії – показує, що без фінансових стимулів держави процес декарбонізації не зрушить з місця. А за словами нашого депутата, єдиним законодавчо закріпленим стимулом для металургії зменшувати викиди CO₂ є норми про зелену електрометалургію. Як відзначається в роботі [3], Україна налаштована просувати «зелений» глобальний порядок денний. У цьому питанні Україна хоче бути лідером серед країн Східного партнерства та адвокатом регіону на різноманітних міжнародних майданчиках, зокрема конференції ООН по змінам клімату (COP26) або інших форматах на рівні країн Великої сімки, як це підкреслено віце-прем'єр-міністром з питань європейської та євроатлантичної інтеграції України Ольгою Стефанішиною під час конференції «Дискусія з послами: декарбонізація, COP26, «зелена» економіка», де «Зелена трансформація та зелена економіка стали загальносвітовими трендами.

Розвиток водневої енергетики в Україні. Згідно «Правової бази для розвитку водневої енергетики: міжнародний досвід та ситуація в Україні» [4], представлено правове регулювання водневої галузі (європейський та світовий досвід), також потенційні можливості виробництва та використання водню в Україні. Україна має величезний потенціал ВДЕ, що за розрахунками Інституту відновлюваної енергетики НАН України в цілому становить 874 ГВт встановленої потужності. З урахуванням потенціалу вітрових та сонячних електростанцій експертами розраховано, що технічний потенціал виробництва «зеленого» водню становить 337-505 млрд н.куб.м (44 954 тис. т) щороку. Цього достатньо не лише для задоволення потреб внутрішнього ринку, а й для експорту в ЄС. З урахуванням цілей Енергетичної стратегії України до 2035 року щодо встановлених потужностей вітрових та сонячних електростанцій середньорічне виробництво «зеленого» водню може скласти 5,5 млрд н.куб. Останнім часом тема використання водню набуває широкого розголосу не лише у представників енергетичного сектору, а й інших дотичних секторів, що борються за декарбонізацію. Українські компанії намагаються не відставати від європейських трендів, цікавляться стрімким розвитком водневих технологій та шукають можливості розширення своєї виробничої сфери і на цю галузь. Активна політика та готовність до співпраці з боку ЄС можуть стати каталізатором розвитку виробництва «зеленого» водню в Україні. У своїй водневій стратегії ЄС розглядає Україну серед ключових партнерів у постачанні водню, враховуючи природний потенціал, взаємопов'язаність інфраструктури та технологічний розвиток. У амбіційному плані ЄС вважають, що оскільки водень є універсальним енергоресурсом, саме він може зіграти ключову роль на шляху до кліматичної нейтральності. З однієї сторони, водень може використовуватись як енергоносіє або як сировина. З іншої – його можна застосовувати для

сезонного зберігання енергії. Більше того, водень має великий потенціал для «важко декарбонізовуваних» та енергоємних промислових секторів, таких як металургія, або ж його можна використовувати як «зелене» паливо у транспортному секторі. Для стейкхолдерів, зацікавлених в інвестуванні у водневі проекти, надзвичайно важливо знати про застосовне правове поле, оскільки кожна стадія водневого проекту підлягає різним нормативним вимогам, включаючи будівництво, виробництво, транспортування, зберігання та використання ресурсу. Більше того, в умовах світової конкуренції за капітал варто враховувати також фактор розміщення – у деяких країнах та регіонах існуючі правові режими добре адаптовані до водневої економіки. Інші ж потребуватимуть реформ, щоб полегшити розробку та використання водневих технологій.

Важливим є детальний аналіз світових реформ законодавства, нормативних вимог та потенційних правових прогалин, що виникають та застосовуються до нових водневих проектів.

Список літератури

1. СПЕЦПРОЄКТ «ЕКО ПРОМИСЛОВІСТЬ» за підтримки інтерпайп сталь сталі". Український зелений курс: декарбонізація або смерть <https://www.epravda.com.ua/projects/ekopromyslovist/2021/04/19/673017/>
2. Шлаковые горы и опасные полигоны в Приазовье: как превратить проблему в развитие, ФОТО, ИНФОГРАФИКА <https://www.0629.com.ua/news/3232488/slakovye-gory-i-opasnye-poligony-v-priazove-kak-prevratit-problemu-v-razvitie-foto-infografika>
3. Драчук Ю.З., Чейлях Д.Д., Снітко Є.О. «Щодо проблем декарбонізації та «зеленого» відновлення в металургії України». Збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 31 липня 2021 р.). Полтава: ЦФЕНД, 2021. 54 с. С. 12-16.
4. Альона Корогод, Юлія Огаренко, Роман Ніцович. Правова база для розвитку водневої енергетики: міжнародний досвід та ситуація в Україні. За підтримки Європейського Союзу та Міжнародного Фонду «Відродження» в межах грантового компоненту проекту EU4USociety. DiXi Group (<http://dixigroup.org>). © ГО «Діксі Груп», 2021 р.

УДК 504:336.226

Самусевич Я. В.

к.е.н., старший викладач
кафедри бухгалтерського обліку
та оподаткування,
Сумський державний університет,

Новикова Д. А.

студентка спеціальності
«Облік та оподаткування» групи ОП-81а
Сумського державного університету

ДОСВІД ПРОВЕДЕННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ ПОДАТКОВИХ РЕФОРМ У КРАЇНАХ СВІТУ

Сучасний стан фінансування природоохоронних заходів в Україні є досить скрутним через значне зниження витрат у зв'язку з економічною кризою. Постійне вдосконалення орієнтовані на зарубіжний досвід країн в питанні екологічного оподаткування дозволить налагодити раціональні управління та контроль за надходженням грошових коштів у вигляді сплачених податків до спеціального фонду. Такі зміни можна очікувати лише у разі постійного моніторингу та дослідженнями податкових реформам у різних країнах світу, та, як наслідок, перейняття їх досвіду у вигляді адаптації під сьогочасний стан.

Дослідження даної теми потребує досконалого розуміння екологічного оподаткування наразі на теренах України. Екологічне оподаткування представляє собою обов'язковий платіж, що стягується по території всієї країни з фактичного обсягу викидів у навколишнє середовище (забруднення повітря, водних об'єктів, викидів відходів, радіоактивних решток) [1].

Екологічне оподаткування застосовується майже в усіх країнах світу, але способи справляння, нові реформи, ставки та об'єкти оподаткування можуть суттєво відрізнятися виходячи із специфіки та ступеня розвиненості країни.

Таблиця 1

Рекомендації запровадження адаптивних реформ спираючись на зарубіжний досвід

Проблематика	Зарубіжний досвід	Країни проведення реформи	Рекомендовані адаптивні заходи в Україні
Інвентаризація викидів є застарілою та проводиться підприємством самостійно за методом Міністерства охорони природного середовища та ядерної безпеки від 1995 року (без редакцій та оновлень)	Національний кадастр викидів (National Emissions Inventory, NEI) – це детальна оцінка викидів у атмосферне повітря критеріальних забруднювачів та небезпечних речовин. NEI випускається кожні три роки на основі даних, наданих державними та місцевими повітряними агентствами для джерел у своїх юрисдикціях та доповнюється даними, розробленими Агенцією з охорони довкілля США (Environmental Protection Agency, EPA). Національний кадастр викидів створено з використанням Системи інвентаризації викидів (EIS), спочатку для збору даних від державних, місцевих і плеєнних повітряних агентств, а потім для поєднання цих даних з іншими джерелами даних [2].	Сполучені Штати Америки	Орієнтація методів проведення інвентаризації викиду шкідливих речовин на сучасне виробництво та використання інноваційних технологій, створення спеціального органу контролю за звітністю підприємств щодо викидів та її оприлюднення на державному сайті.
Ірраціональне та неекономічне використання електричної енергії на підприємствах для виробництва продукції	Суттєву частку надходжень у країнах ЄС складає екологічний податок на використання електричної енергії – більше 60%, зокрема у Польщі, Німеччині та Франції близько 80%. У той час як наповнення бюджету за рахунок податків стягнених за забруднення складає 10% [3].	Країни Європейського Союзу	Встановлення податку на використання електричної енергії у виробничих цілях, що спричинить автономне вироблення електричної енергії та, як наслідок, покращення екології
Надлишкові викиди CO ₂	Торговля квотами на викиди CO ₂ , що сприяє скороченню забруднення повітря. Таким чином, Китайська Народна Республіка уклала угоди на розмір квот у об'ємі 4,1 млн. тонн, що були оцінені в 32 млн. доларів США [4].	Китайська Народна Республіка	Активізувати торгівлю квотами на CO ₂ на міжнародному ринку, що сприяє скороченню викидів та формує додаткові надходження до бюджету

У висновку даного дослідження можна підкреслити значущість екологічного податку, як рушійної сили до збереження та покращення природного середовища шляхом орієнтації на міжнародний досвід. Сьогоднішні процеси екологічного оподаткування не є ефективними та дієвими, доказом чому виступає пряма залежність розміру податкових надходжень від внутрішнього ринку та економічного циклу, а не, передусім, від податкового законодавства, реформ та дисперсії суми сплаченого до бюджету екологічного податку.

Дослідження виконано в межах науково-дослідної роботи «Структурно-функціональна мультиплексивна модель розбудови системи екологічних податків в Україні в контексті забезпечення національної безпеки» (№ д/р 0119U100759).

Список літератури

1. Податковий кодекс України РОЗДІЛ VIII. ЕКОЛОГІЧНИЙ ПОДАТОК ст. 240-ст. 242 // Державна фіскальна служба України Офіційний портал. URL: <http://sfs.gov.ua/nk/rozdil-viii--ekologichniy-podatok/> ;
2. National Emissions Inventory (NEI) // U.S. Environmental Protection Agency. URL: <https://www.epa.gov/air-emissions-inventories/national-emissions-inventory-nei> ;
3. Csaba László. The Green Tax Revolution / Csaba László // Intereconomics Volume 56, 2021 · Number 5. URL: <https://www.intereconomics.eu/contents/year/2021/number/5/article/the-green-tax-revolution.html> ;
4. Chinese National Financial News // Shanghai Securities News. – 16.07.2021. URL: <https://english.cnstock.com/> .



Прокопишин О. С.

к. е. н., доцент,

доцент кафедри обліку та оподаткування,

Баглай А. О.

здобувач вищої освіти ОС «Магістр»

ОП «Облік і оподаткування»

Львівський національний аграрний університет

СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

В умовах глобалізації й розвитку інформаційних технологій формуються нові форми господарської діяльності. Однією з них є електронна торгівля. За останні роки вона охопила великий сегмент споживчого ринку у світі. Водночас в Україні її розвиток лише набирає обертів.

Початок існування інтернет-економіки можна пов'язати з проривом системи WorldWideWeb у середині 90-х рр. XX ст. З того часу Інтернет перетворився на сервіс, інтегровану глобальну мережу з різноманітними мультимедійними цілями. Інтернет-економіка заснована на цифрових технологіях, які є взаємопов'язаними та глобальними. Термін «інтернет-економіка» підкреслює підтримку зв'язків економічних суб'єктів та процесів за допомогою електронних комунікаційних засобів масової інформації [2].

В Україні важливо законодавчо врегулювати електронну комерцію, яку на сьогодні регулює значна кількість нормативно-правових актів. Завдяки прийняттю та введенню в дію Цивільного кодексу України, Законів України «Про електронні довірчі послуги», «Про електронні документи та електронний документообіг», внесенню змін до Закону України «Про захист прав споживачів» законодавче закріплення отримали принципи інтернет-торгівлі.

Прийняття Закону «Про електронну комерцію» дало змогу інтернет-споживачам убезпечити себе від зловживань суб'єктивними правами їх контрагентів та дало міцну правову підставу для здійснення електронних правочинів. Відповідно до ст. 3 цього Закону електронна торгівля визначається як господарська діяльність у сфері електронної купівлі-продажу, реалізації товарів дистанційним способом покупцю шляхом вчинення електронних правочинів із використанням інформаційно-телекомунікаційних систем [1].

Відповідно до досліджень компанії Internet Retail, обсяги світових онлайн-продажів за останні три роки зростають у середньому на 20 % і становлять 3,46 трлн дол. США, проти 3,5 % зростання за рік так званих «офлайн»-продажів. Якщо збережуться існуючі тенденції, обсяг продажів через мережу Інтернет випередить звичайні вже у 2036 р. [3].

Активному розвитку електронної торгівлі сприяють три найсуттєвіших чинники: перший – процеси глобалізації всієї економіки та лібералізація торгівлі, тобто в сучасних умовах відбувається вільне переміщення між різними країнами капіталу, товарів, новітніх технологій; другий – розширення можливостей Інтернету, а саме зручність його використання, універсальність, надійність, повсякчасне оновлення механізмів торгівлі; третій – простота, швидкість, доступність проведення в Інтернеті торгових операцій.

В умовах карантину потенціал електронної торгівлі різко зростає. Це іноді залишається єдиною можливістю для підприємства легально працювати за допомогою зв'язку і пошти. В Україні доступу до Інтернету не мають 15 % людей, а сучасний зв'язок 4G може з'явитися у 90 % українців до 2022 р. Важливість мобільного Інтернету для забезпечення електронної торгівлі зумовлена зручністю для клієнта співпрацювати з банком у будь-якому місці та часі. Основною перевагою мобільних банківських додатків є те, що банк пристосовується до клієнта, а не навпаки, цей аспект збільшує кількість клієнтів і фінансових операцій [4].

Для електронної торгівлі важливим є функціонування таких інноваційних банківських сервісів, як Інтернет- і мобільний банкінг, зона самообслуговування для клієнтів, POS-термінали торговельних мереж, зокрема з NFC-чіпами.

Водночас електронна торгівля має певні недоліки, зокрема: можливість завдання збитків хакерами, шахрайство, крадіжки, проблеми захисту персональних даних, перебої в постачанні товарів, складність обміну чи повернення товарів, відмінності у валютних системах різних країн, недостатнє правове регулювання. Тому для успішного ведення бізнесу в Інтернеті важливо вирішити такі питання: прийняття необхідних законів, інструкцій, нормативних актів; фінансування наукових досліджень; криптографії; ефективної боротьби з кіберзлочинами; платіжних систем для ведення в Інтернеті розрахунків; цифрового підпису.

Отже, хоча в Україні електронна комерція перебуває на початкових етапах, однак уже сьогодні можемо спостерігати стрімкий її розвиток. Незважаючи на суттєві недоліки й загрози торгівлі через Інтернет, це один із найбільш перспективних видів бізнесу на майбутнє. З огляду на викладене, зараз важливо вирішити питання, що гальмують розвиток електронної комерції, тобто забезпечити законодавче її регулювання, створити прозору податкову систему з метою формування стабільного джерела надходжень до державного бюджету.

Список літератури

1. Про електронну комерцію: Закон України від 03.09.2015 р. № 675-VIII (зі змінами і доповненнями від 01.08.2021). URL: www.zakon.rada.gov.ua.
2. Сак Т. В., Ховхалюк Д. О. Електронна торгівля в Україні: стан, тенденції, перспективи розвитку. URL: <http://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/112/105>.
3. Погрібний Р. В. Розвиток електронної торгівлі в Україні і світі. URL: http://confcontact.com/2020-ekonomika-i-menedzhment/EIM_2020_tom6.pdf#page=113.
4. Севастьянов Р. В. Розвиток електронної торгівлі в сучасних умовах. URL: https://economics.net.ua/files/science/pidpr_i_torg/2020/tezy.pdf#page=119.

СЕКЦІЯ 6

SECTION 6

**РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І
РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА
DEVELOPMENT OF PRODUCTIVE FORCES AND
REGIONAL ECONOMICS**

УДК 338.49:338.48-6:332.1

Максютова О. В.

здобувач PhD кафедри економіки та фінансів,
Мукачівський державний університет

**ОСОБЛИВОСТІ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ
ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО БІЗНЕСУ**

На сьогоднішній день держава визнає туристично-рекреаційний бізнес як пріоритетний і стратегічно важливий, що сприяє появі великих можливостей для розвитку регіону. Розвиток туристично-рекреаційного бізнесу підвищує конкурентоспроможність регіону та сприяє його соціально-економічному розвитку.

Суб'єкти господарювання туристично-рекреаційного бізнесу потребують формування перспективних напрямків розвитку за допомогою економічних, фінансових і організаційних впливів як з боку органів державного, так і з боку регіонального управління.

При розробці механізму управління в туристично-рекреаційному бізнесі необхідно особливу увагу приділяти розробці регіональних програм розвитку туристично-рекреаційного бізнесу. Щоб обґрунтувати сутність і специфіку програми з розвитку регіонального туристично-рекреаційного бізнесу, необхідно перш за все виявити основні завдання даної програми, а саме:

- підвищувати конкурентоспроможність туристично-рекреаційного продукту в регіоні з метою залучення більшої кількості індивідуальних туристів і туристичних груп в регіон;
- приділяти увагу туристично-рекреаційній інфраструктурі в регіоні (якість доріг, оснащення основних підприємств, які здійснюють надання послуг туристам і т.д.);
- організувати реалізацію інформаційної системи, яка об'єднує діяльність усіх туристично-рекреаційних об'єктів на території регіону;

- удосконалювати систему перепідготовки професійних кадрів в туристично-рекреаційному бізнесі регіону, а також організувати певні тренінги та семінари з особистісного росту співробітників туристично-рекреаційного бізнесу регіону;
- сприяти підвищенню інвестиційної привабливості в туристично-рекреаційному бізнесі регіону;
- створювати програми, спрямовані на розвиток в регіоні підприємницької діяльності, а також малого та середнього бізнесу;
- сприяти підвищенню якості обслуговування в туристично-рекреаційному бізнесі регіону;
- проводити оцінку туристично-рекреаційного потенціалу, за допомогою якої можна буде виявити реальний стан туристично-рекреаційних сегментів в економіці регіону;
- розробити програму просування туристично-рекреаційного потенціалу міста – ключового центру розвитку туристично-рекреаційного бізнесу регіону.

Реалізація регіональної програми розвитку туристично-рекреаційного бізнесу передбачає поділ основного переліку заходів в туристично-рекреаційному бізнесі на підпрограми:

- 1) розвиток нормативно-правової та організаційної бази в туристично-рекреаційному бізнесі регіону;
- 2) забезпечення впізнаваності туристично-рекреаційного комплексу регіону за допомогою інформаційних ресурсів;
- 3) створення програм, що передбачають підвищення кваліфікації та перепідготовки професійних кадрів туристично-рекреаційних підприємств і організацій;
- 4) формування і подальша реалізація туристично-рекреаційних продуктів з метою підвищення конкурентоспроможності туристично-рекреаційного бізнесу в регіоні;
- 5) формування інвестиційної привабливості туристично-рекреаційного бізнесу в регіоні.

Слід відмітити, що з метою поліпшення показників розвитку туристично-рекреаційного бізнесу з точки зору впливу державних органів управління необхідно забезпечувати доступність туристично-рекреаційних послуг для всіх соціальних сегментів, а також для місцевих жителів і туристів, що прибувають з інших країн і регіонів; сприяти створенню сприятливих умов для розвитку туристично-рекреаційного бізнесу, удосконалюючи туристично-рекреаційну інфраструктуру.

Таким чином, ефективність регіонального розвитку залежить від формування дієвого механізму управління в туристично-рекреаційному бізнесі та реалізації завдань регіональної програми розвитку.

СЕКЦІЯ 7 ||| **ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ**
SECTION 7 ||| **ENTREPRENEURSHIP, TRADE AND EXCHANGE ACTIVITIES**
УДК 004.891.2:004.832.38

Голуб Д. Р.
здобувачка другого рівня вищої освіти
кафедри Підприємництва і торгівлі,
Національний університет «Чернігівська політехніка»,
Соломаха І. В.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри підприємництва і торгівлі,
Національний університет «Чернігівська політехніка»

ЦИФРОВІЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВ

Головним глобальним трендом останніх років являється цифровізація, яка стосується усіх сфер економіки та суспільного життя. Проведення цифровізації відкриє для підприємства безліч перспектив для розвитку та зростання. Зокрема, використання

цифрових платформ дозволить спростити виконання операцій, сформувати сучасні мережі зв'язків й обміну інформацією. Цифрова трансформація всіх сфер і ринків також може сприяти зростанню якості товарів і послуг при одночасному значному скороченні витрат. Окрім цього, цифровізація сприяє розвитку інновацій, перетворює ланцюжки створення вартості, відкриваючи при цьому нові можливості для збільшення доданої вартості [1, с. 7].

Важливою складовою цифрової трансформації підприємств є цифровізація їх бізнес-процесів. Зазначимо, що під цим терміном вітчизняні науковці розглядають як автоматизацію основних і допоміжних (забезпечувальних, підтримуючих) бізнес-процесів, так і бізнес-процесів управління, що проводиться в цілях їх оптимізації та забезпечення ефективності діяльності підприємства та галузі в цілому [1, с. 20]. Згідно результатів досліджень, проведених компанією Ernst & Young, цифровізація найбільше впливає на такі складові бізнес-процесів як: взаємодія з клієнтами, вартісна пропозиція та управління внутрішньою інфраструктурою. Виходячи із фактичного стану процесів підприємства та його фінансових і кадрових можливостей цифровізація бізнес-процесів може проводитись із використанням одного із способів, котрі наведено на рис. 1.

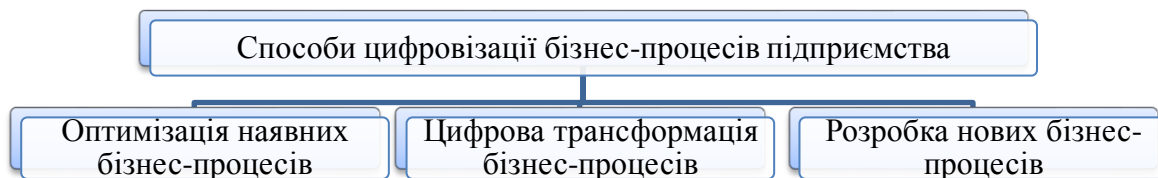


Рис. 1. Головні способи проведення цифровізації бізнес-процесів підприємства

Джерело: власна розробка автора на основі [2]

Цифровізація бізнес-процесів підприємств шляхом впровадження цифрових технологій сприяє формуванню більш досконалих бізнес-процесів, що в свою чергу, призводить до покращення їх ефективності, гнучкості, адаптивності до змін зовнішнього середовища та формування конкурентних переваг. Цифровізація бізнес-процесів підприємства передбачає послідовне виконання декількох етапів, що відображені на рис. 2.

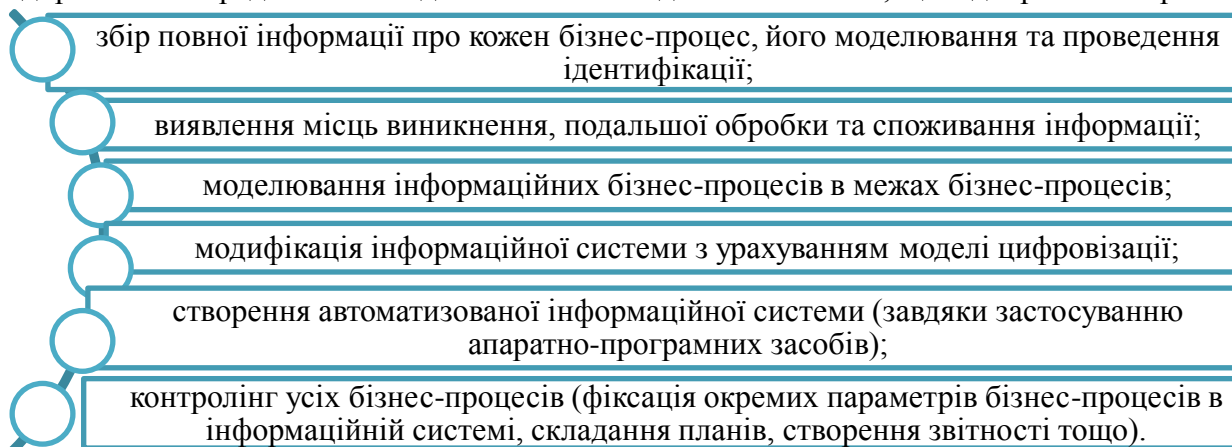


Рис. 2. Послідовність реалізації заходів щодо цифровізації бізнес-процесів підприємств

Джерело: власна розробка автора на основі [1, с. 20]

Методологія цифровізації бізнес-процесів підприємства базується на опорних концепціях інформаційних систем. Сучасна ERP-система являє собою комплекс взаємозалежних модулів (додатків), які забезпечують роботу єдиного інтегрованого інформаційного середовища за рахунок автоматизації усіх бізнес-процесів підприємства. Нині в Україні серед підприємств стає поширеним такий вітчизняний програмний продукт як ERP-система ІТ-Enterprise корпорації «Інформаційні технології». Ця система має комплексні проекти впровадження «Industry 4.0» на підприємствах, включаючи введення систем керування виробництвом, контролінгом, логістикою, бюджетуванням тощо. ERP-

система IT-Enterprise складається з багатьох модулів, кожен з яких автоматизує певні завдання [1, с. 20–21].

У Національній економічній стратегії на період до 2030 р. визначено такі вектори економічного розвитку у сфері цифровізації:

– розробити та впровадити карти цифрових трансформацій 7-10 галузей, які потенційно можуть показати значне зростання за період 3-5 років;

– запровадити пакет стимулів для створення в країні високотехнологічних виробництв (так звані «смарт-фабрики», Індустрія 4.0.) [2].

Висновки. Проведення цифровізації бізнес-процесів підприємств є важливим і актуальним кроком, який виступає драйвером до кардинальних змін в поточній діяльності та розвитку підприємства. Перед прийняттям управлінського рішення про цифрову трансформацію бізнес-процесів потрібно ретельно проаналізувати діючі бізнес-процеси підприємства, зрозуміти проблеми та можливості до їх вирішення, й лише потім обрати способи та заходи цифровізації наявних бізнес-процесів, або ж розробки принципово нових на базі цифрових технологій та платформ.

Список літератури

1. Лазебник Л.Л., Войтенко В.О. Інформаційна інфраструктура в цифровізації бізнес-процесів підприємства. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2020. Випуск 42. С. 18–22. URL: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2020/42-2020/5.pdf> (дата звернення: 16.09.2021).

2. Gerbert van den Berg, Paul Pietersma Key Management Models. The 75+ models every manager needs to know. Pearson. 2015. 326 p.

Качан Т. Є.

студентка,

ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

Науковий керівник:

Олексюк О. І.

професор кафедри комерційної діяльності і логістики,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах ринкової економіки одним із ключових елементів управління підприємством є управління комерційною діяльністю. Комерційна діяльність є невід’ємною умовою споживчого ринку, сфери комерційного підприємництва, де відбувається обмін грошей на товари та товарів на гроші. Її слід розуміти як процеси, пов’язані з купівлею і продажем товарів, задоволенням попиту покупців, розвитком цільових ринків товарів, мінімізацією витрат обігу й отриманням прибутку.

Комерційна діяльність як категорія ринкової економіки охоплює процеси, що забезпечують систему товарно-грошового обміну на різних його етапах.

В умовах ринку торговельні підприємства встановлюють принципово нові відносини з партнерами, діють властиві ринковій економіці регулятори, виробляються комерційні принципи, спрямовані на цілеспрямовану купівлю-продаж товарів [1]. Для того, щоб торгове підприємство успішно функціонувало, необхідно провести глибокий аналіз його комерційної діяльності в залежності від ринкового середовища, яке постійно змінюється. Це дозволить зробити підприємство стабільно прибутковим і конкурентоспроможним, забезпечити його розвиток, передбачувати майбутнє.

Для підвищення ефективності комерційної діяльності важливо застосовувати сучасні методи стратегічного управління [2]. Визначення дієвої стратегії поведінки на ринку, ведення переговорів з партнерами і посередниками дають можливість сформулювати взаємовигідні умови співпраці, збільшити надходження грошових коштів від реалізації шляхом задоволення потреб споживачів у товарах та послугах.

У процесі стратегічного управління виявляється необхідність проведення стратегічних змін в організації, утворення організаційної архітектури, що відповідає рівню цих змін. Оперативне управління спрямоване на визначення й реалізацію конкретних оперативних завдань, мотивацію, координацію зусиль та контроль дій виконавців встановлених завдань.

При постановці стратегічного менеджменту на вітчизняних підприємствах необхідно:

1) переконатися, що реально перша особа підприємства дійсно прагне і готова займатися стратегічним управлінням;

2) створити відділ (департамент, управління тощо) стратегічного розвитку на підприємстві, перед яким повинні ставитися завдання зведення усіх стратегічних напрацювань у задані певним форматом проекти рішень і становлення й удосконалення усіх конкретних робіт зі стратегічного менеджменту, тобто здійснення спеціалізованої циклічної діяльності з розробки, реалізації і розвитку стратегії підприємства;

3) дотримуватися певних принципів розроблення ефективних стратегій (рис. 1).

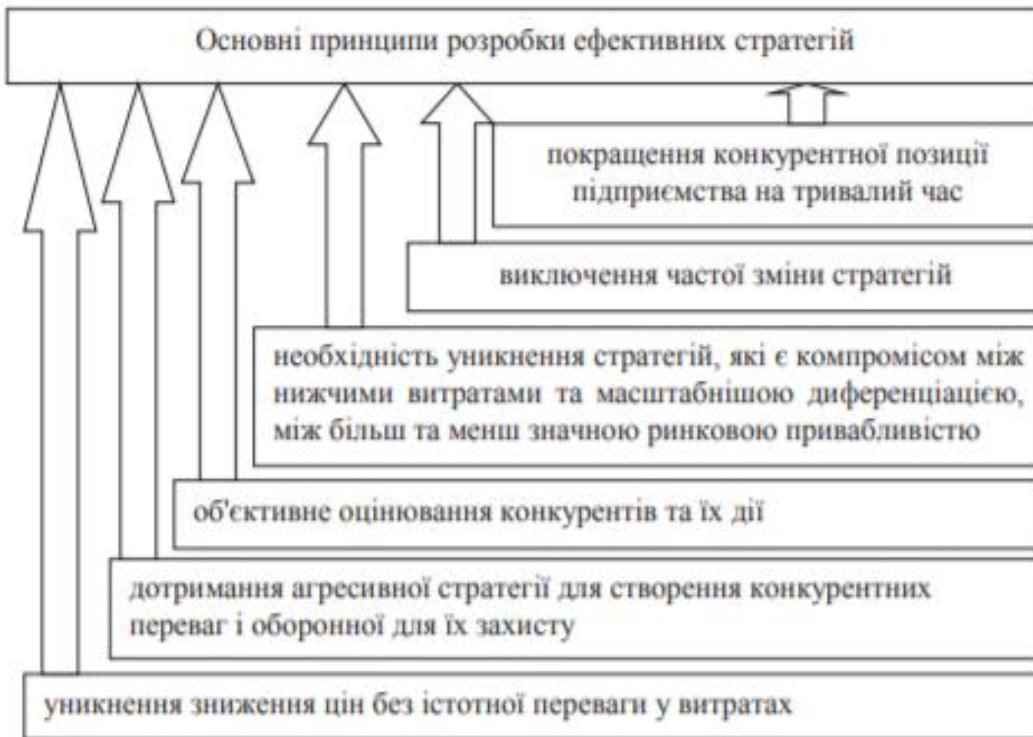


Рис. 1. Основні принципи розробки ефективних стратегій

Забезпечення ефективної комерційної діяльності підприємств, є важливим завданням підвищення темпів розвитку вітчизняної економіки. Для підвищення ефективності комерційної діяльності підприємств в сучасних умовах господарювання, необхідно застосовувати клієнтоорієнтований підхід до розробки стратегії комерційної діяльності, оскільки загальна ефективність діяльності таких підприємств залежить, передусім, від задоволеності клієнтів товарним асортиментом, комплексом супутніх послуг та методів ціноутворення. Застосування конкурентоорієнтованого підходу можливо у якості додаткового для використання найбільш ефективного досвіду поведінки підприємств-конкурентів по відношенню до своїх споживачів, але у межах свого цільового ринку.

Список літератури

1. В. К. Козлов Комерційна діяльність підприємства: Стратегія, організація, керування : навч. посіб. / В. К. Козлов, С. А. Уваров, Н. В. Яковлева та ін. ; під ред. В. К. Козлова, С. А. Уварова. – Політехніка, 2000. – 310 с.

2. Дикань В.Л. Стратегічне управління: навчальний посібник / В.Л. Дикань, В.О. Зубенко, О.В. Маковоз, І.В. Токмакова, О.В. Шраменко. – К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 272 с.

Лазарєва О. В.

д. е. н., професор,
професор кафедри управління земельними ресурсами,
Чорноморський національний університет
імені Петра Могили,
Кузнєцова М. Д.
студентка V курсу,
Чорноморський національний університет
імені Петра Могили

ПЕРСПЕКТИВИ ВЕДЕННЯ ЗЕМЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Питання ведення земельного бізнесу сьогодні набувають все більшого значення. Особливо це стосується визначення можливостей функціонування та пріоритетних напрямів ведення бізнесу на землі, що сприятиме соціальним гарантіям, створенню додаткових робочих місць, налагодженню ділових та партнерських відносин, розвитку інфраструктури та залученню інвестицій.

Вивченням цих питань займалися такі вчені, як А.Г. Мартин [1], який висловлює думку, що сьогодні вигідно і цікаво займатися агробізнесом, Третяк А.М. [2], який стверджує, що основною властивістю та особливістю землекористування є необхідна умова виробничо-господарської діяльності на землі, Новаковська І.О. [3], яка акцентує увагу на тому, що відновлення земельно-ресурсного потенціалу пов'язане із системами підприємництва.

Проте сьогодні недостатньо вивчено питання розкриття перспектив саме земельного бізнесу як у теоретичному, так і в практичному плані.

На нашу думку, інструментами для ведення земельного бізнесу є:

– зі сторони влади: стан законодавства, що регулює господарську діяльність; економічна політика по відношенню до суб'єктів ведення бізнесу; наслідки впливу політичних акцій на ринки збуту;

– зі сторони громади: внутрішні ресурси; розвиток місцевої інфраструктури; організація круглих столів з проблем ведення бізнесу; підготовка проектів; домінування місцевих ініціатив;

– зі сторони макрооточення: зовнішні ресурси; рівень інтеграції; міжнародна конкуренція у світовій економіці; врахування особливостей ведення бізнесу за кордоном; конкурентоспроможність продукції на зовнішньому ринку; кон'юнктура світового ринку;

– зі сторони бізнесу: соціальне підприємництво та партнерство; будівництво стратегії бізнесу на землі; спільне вирішення місцевих проблем; сприяння інноваційної спрямованості ведення бізнесу; створення кластерних угруповань або бізнес-інкубаторів.

На наш погляд, перспективами ведення земельного бізнесу є розробка проектних заявок для участі у конкурсі з грантів міжнародних проектів, розвиток туристичної діяльності на землі, розробка інструментів підтримки малого та середнього бізнесу, організація просування продукції місцевого бізнесу на зовнішні ринки, функціонування таких господарств, які б сприяли забезпеченню диверсифікації ринків збуту продукції та її виходу на нові ринки, налагодження нових форм кооперації між фермерами та особистими селянськими господарствами, розробка нових стратегій ведення бізнесу на землі.

Запропоновані інструменти сприятимуть злагодженій системі ведення земельного бізнесу в українських реаліях, а також забезпечуватимуть покращення позицій нашої держави на світовій арені.

Список літератури

1. Мартин А.Г. Мораторій на продаж землі ніколи не відповідав інтересам селян. URL: <https://infoindustria.com.ua/andriy-martin-moratoriy-na-prodazh-zemli-nikoli-ne-vidpovidav-interesam-selyan/>
2. Третяк А.М., Третяк В.М., Третяк Н.А., Поліщук А.С. Міфи та ризики закону України щодо обігу земель сільськогосподарського призначення. Агросвіт. 2011. № 20. URL: http://www.agrosvit.info/pdf/11_2020/2.pdf
3. Новаковська І.О., Скрипник Л.Р., Славін І.В. Економічне стимулювання впровадження заходів щодо використання та охорони земель. Проблеми системного підходу в економіці. 2021. № 2 (82). С. 150–161. URL: http://psae-jrnl.nau.in.ua/journal/2_82_2021_ukr/23.pdf



УДК 33

Касімова Т. О.

магістрант

Дніпровського національного університету
імені Олеся Гончара

Науковий керівник:

Бобирь О. І.

к.е.н., доцент кафедри фінансів,
банківської справи та страхування

Дніпровського національного університету
імені Олеся Гончара

КРАУДФАНДИНГ: СУТНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

На сучасному етапі, під час нестабільної економічної ситуації та світової пандемії, багато починаючих підприємців на початку здійснення своєї діяльності стикаються з переліком проблем, головною з яких є пошук джерел залучення коштів. Створений проєкт може мати великий економічний потенціал, а його автор – бажання розвивати бізнес, проте для того, щоб його створити, необхідні кошти, яких у починаючого підприємця зазвичай немає. Через це вивчення та розвиток сучасних інноваційних способів фінансування, таких як краудфандинг, є дуже актуальними.

Найчастіше під терміном «краудфандинг» розуміється колективна співпраця людей, котрі добровільно об'єднують свої кошти, зазвичай через Інтернет, задля підтримки ініціативи, зусиль або проєктів інших людей або організацій. Відповідно суб'єктами краудфандингу виступають інвестор, що надає кошти, та реципієнт, який є ініціатором певного проєкту [1].

Краудфандинг, як правило, використовується для фінансової підтримки нових, нестандартних проєктів, що сприяє створенню конкуренції серед проєктів, що претендують на народну підтримку. Фінансування по типу краудфандингу використовується для різноманітних цілей таких як підтримка стартапів та малого бізнесу, благодійність, просування інноваційних ідей та проєктів або фінансова підтримка культури, кіноіндустрії, провдення різноманітних заходів тощо.

Таке фінансування може існувати у формі благодійних внесків, вкладів з наступною винагородою та інвестування. У першому випадку фінансова відповідальність перед інвестором відсутня, у другому – може нести матеріальний характер та надається інвестору продукцією чи послугами. Третій варіант фінансування передбачає фінансову винагороду інвестору, що передбачає повернення інвестицій з майбутнього прибутку [2, с. 188].

Так, людина або організація, котра прийняла рішення про запуск певного продукту чи послуги, надсилає свій проєкт на розгляд на певну краудфандингову платформу. У разі одобрення, власник проєкту на просторі платформи розміщує повну інформацію про нього, описує строки реалізації, суму для його здійснення, дані автора та іншу інформацію, яка необхідна для того, щоб зацікавити інвесторів та запевнити їх у своїй надійності. Після розміщення проєкту починається збір грошових коштів, а після встановленого строку зібрані кошти перераховуються на рахунок автору проєкту, після чого починається здійснення самого проєкту.

Відповідно до вищенаведеного можна виділити такі переваги краудфандингу як простота та масова доступність, масштабність грошового збору, значна економія часу, багатоаспектність, поширеність на всі види діяльності та послуги, поява широкого кола єдинодумців.

Проте краудфандинг має також ряд певних проблем. Перелічимо головні з них: відсутність законодавчої бази, закону «Про краудфандинг», який би регулював діяльність краудфандингових платформ, інвесторів та розробників проєктів, високий рівень ризику збору на підтримку фейкових проєктів через відсутність ефективних процедур перевірки з

боку краудфандингових платформ, відсутність гарантій для розробника проекту, наявність ризику, що ідея може бути вкрадена та реалізована, ризик неповернення коштів інвестору, якщо повної суми на підтримку проекту не було зібрано, низький рівень обізнаності населення, наявність недовіри до даного способу фінансування [3, с. 135].

Враховуючи перелічені проблеми, задля ефективного функціонування та розвитку краудфандингу необхідно:

- 1) створити правове поле та сформувавши законодавчу базу;
- 2) забезпечити прозорість збору коштів та зручність їх переказу, що дозволить стимулювати інвесторів та сприятиме розвитку комунікації між авторами проектів та інвесторами;
- 3) створити механізм мінімізації ризиків для інвесторів, шляхом диверсифікації обсягу інвестицій
- 4) сформувавши різні види крауд платформ, консалтингових агенств, головною метою яких буде підтримка проектів шляхом допомоги у їх веденні, оформленні, консультуванні суб'єктів краудфандингу;
- 5) сформувавши культуру колективного фінансування шляхом інформаційного забезпечення, забезпечення обізнаності населення задля створення позитивного іміджу краудфандингу [4].

Таким чином, вирішення проблем впровадження та регулювання краудфандингу, а також його розвиток, дозволить починаючим підприємцям залучати необхідні їм інвестиції та розвивати малий бізнес загалом.

Список літератури

1. Манаєнко І. М. Краудфандинг як інноваційний інструмент розвитку бізнесу. *Актуальні проблеми економіки та управління*. Випуск №11(2017). URL: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/102780>
2. Ситник Н. І. Краудфандинг: нові можливості та тренди *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія «Економічні науки». 2018. № 31. С. 187-192
3. Гвоздь М. Я. Краудфандинг як сучасний інструмент залучення коштів для фінансування стартап-проектів: аналіз зарубіжного та вітчизняного досвідів. *Економіка та управління підприємствами*. Випуск 43. 2020. С. 131-136.
4. Шевченко О. М. Розвиток краудфандингу в умовах цифрової трансформації економіки України. *Ефективна економіка*. 2019. № 3. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6957>

Панасенко М. В.

студент,

НТУ «Дніпровська політехніка»

ІНВЕСТУВАННЯ В УКРАЇНІ: РОЗБУДОВА ФІНАНСОВОГО РИНКУ

Дослідження проблем інвестування економіки завжди перебувало в центрі уваги економічної науки. Така ситуація зумовлена тим, що, визначаючи процес економічного зростання в цілому, інвестиції мають вплив на всі галузі господарської діяльності. У сучасних умовах господарювання вони є найважливішим засобом забезпечення умов становлення економіки країни, структурних зрушень у народному господарстві, забезпечення технічного прогресу, підвищення якісних показників господарської діяльності на мікро- та макрорівнях [1].

В Україні ж дотепер не створено обґрунтованої системи державної підтримки інвестиційної діяльності підприємств. Як наслідок цього, в інвестиційній діяльності країни утворилося замкнуте коло, коли недоінвестування народного господарства посилює спад виробництва, що, в свою чергу, спричиняє зниження інвестиційних можливостей суб'єктів господарювання та держави. Вивести Україну з цієї ситуації може лише науково обґрунтована інвестиційна політика держави [2].

Отже, без збільшення іноземних інвестицій в Україну, національна економіка не зможе покращити свій стан та ефективно увійти в сучасну світову господарську систему. Саме тому дослідження сучасного стану іноземного інвестування в економіку України набуває особливої актуальності.

Таблиця 1

**Динаміка надходження/вкладення прямих іноземних інвестицій
в економіку України та з України у 2005 – 2020 рр.**

Рік	Прямі іноземні інвестиції в Україну, млн. дол. США	Приріст/падіння за рік	Прямі іноземні інвестиції з України, млн. дол. США	Сальдо
2005	7808	6093,00	275	7533
2006	5604	-2204,00	-133	5737
2007	9891	4287,00	673	9218
2008	10913	1022,00	1010	9903
2009	4816	-6097,00	162	4654
2010	6495	1679,00	736	5759
2011	7207	712,00	192	7015
2012	8401	1194,00	1206	7195
2013	4499	-3902,00	420	4079
2014	410	-4089,00	111	299
2015	2961	2551,00	-51	3012
2016	3284	323,00	16	3268
2017	2202	-1082,00	8	2194
2018	2355	153,00	-5	2360
2019	3070	715,00	648	2422
2020	-343	-3413,00	56	-399

Примітка: 2014 – 2018 рр. без АР Крим та тимчасово окупованих територій Донбасу. Джерело: складено автором за даними Міністерства фінансів України та Державної служби статистики України [2, 3]

На основі представлених даних можна зробити висновок, що суттєвий негативний вплив на обсяги прямих іноземних інвестицій в Україну спричинила глобальна економічна криза 2007 – 2009 рр. та гібридна війна проти України, розпочата у 2014 році. У 2009 році спостерігається значне скорочення обсягу залучень на 6097 млн.дол. Починаючи з 2010 року відбувається поступове покращення ситуації, завдяки приросту прямих іноземних інвестицій. Впродовж 2013 – 2014 років прослідковується несприятливе становище через стрімке падіння обсягу залучених інвестицій. Також, значення на кінець 2017 році скоротилося відносно 2016 року на 1082 млн. дол. У 2018 році прослідковується позитивна динаміка щодо збільшення обсягу прямих іноземних інвестицій на 668 мільйонів доларів. Впродовж останніх 16 років найбільший приріст прямих іноземних інвестицій прийшовся на 2008 рік. Незважаючи на стрімкі коливання обсягу залучень, у 2012 році розмір інвестицій найбільш наблизився до останнього максимального значення. При тому, за останні 6 років країна не досягла такого значного розміру приросту іноземних залучень. Дана тенденція до зниження обсягу іноземних інвестицій є наслідком невирішеної низки причин недовіри інвесторів, серед яких: високий рівень корупції в країні, недовіра до судової системи, нестабільність національної валюти, монополізація ринків і, звичайно ж, військовий конфлікт України з Росією.

Отже, Україна залишається привабливою для інвестицій та не знаходиться осторонь світових процесів, є достатньо інтегрованою у світове господарство і порушення макростабільності на зовнішніх ринках має свій відголос в Україні [4].

Прискорений розвиток економіки залежить не тільки від механізмів ефективного використання інвестованих ресурсів, але й від обґрунтованих обсягів їх залучення, для чого слід розробляти прогнози залучення іноземних інвестицій не лише на рівні окремої країни, але й на регіональному рівні. З метою стимулювання надходження іноземних інвестицій в Україну необхідно створити також ефективну систему їх залучення, в основі якої має бути достовірний процес прогнозування майбутніх надходжень іноземних інвестицій в країну, адже саме завдяки цьому держава може розробити план майбутніх економічних дій на найближчі періоди.

Список літератури

1. Як залучати прямі іноземні інвестиції: практичний посібник для українських міст та районів, 2017. – 128 с.
2. Закон України "Про режим іноземного інвестування" від 19.03.1996 р. №93/96-ВР. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua> (дата звернення: 15.09.21). – Назва з екрана.
3. OECD. (2020) Inflation and GDP statistics in Ukraine
4. Statistics Department of Ukraine: FDI, Average salary, Unemployed population, USD exchange rate

УДК 339.97

Челомбітько Т. В.

к.е.н., с.н.с.,

доцент кафедри соціально-економічних дисциплін
Навчально-наукового інституту міжнародної освіти
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙ В КИТАЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ СПІВПРАЦІ З УКРАЇНОЮ

Китайські фінансові установи розвитку стають системоутворюючим елементом сучасної фінансової архітектури. Україна об'єктивно потребує налагодження співпраці з такими новітніми гравцями на глобальному фінансовому ринку, адже саме китайські партнери мають різноманітний інструментарій для задоволення багатомільярдних потреб нашої країни в інфраструктурних інвестиціях або для полегшення тягаря економічного спаду через пандемію COVID-19.

У 2007 р. була утверджена національна стратегія інноваційного розвитку Китаю, за якою до 2020 р. Піднебесна повинна перетворитися на державу інноваційного типу. В 2017 р. було оприлюднено «План розвитку штучного інтелекту», за яким Китай повинен стати провідною державою у цій галузі до 2030 р. Пандемія тільки посилила впевненість Китаю у тому, що обраний інноваційний шлях розвитку є правильним. За даними на 2020 рік, КНР посідає 14-е місце в списку ГІІ (Global Innovation Index) і поступається лише США у світовому лідерстві в галузі штучного інтелекту [1]. За даними WIPO (World Intellectual Property Organization), у 2019 р. на Китай припала майже половина всіх патентних заявок у світі [2]. В 2018 році в Китаї було понад 11 800 інкубаторів, через які пройшло близько 620000 стартапів [3]. Уряд створює сприятливі умови для розвитку науки і технологій і є невід'ємною частиною інноваційного руху Китаю. В перспективі Китай планує витратити 1,4 трлн дол. США на завоювання лідерських позицій у сфері високих технологій у найближчі роки [4].

Китайські фаундери створюють не стартапи, а будують цілі екосистеми. Тріо ВАТ (Baidu, Alibaba, Tencent) є яскравим прикладом екосистем. Нині ми можемо говорити ще і про Meituan, який також займає велику частину китайського ринку і становить конкуренцію іншим технологічним гігантам Китаю. Кожен із цих гігантів – це сукупність компаній у різних галузях та індустріях. Майже кожна із екосистем має свої компанії, які вона створила чи в які вона інвестувала, включаючи платіжні системи, ЗМІ, електронну комерцію, економіку спільної участі, автономне водіння, ігри, освіту тощо. Багато стартапів створюється для того, щоб бути придбаним однією з екосистем. Технологічні гіганти мають досить ресурсів для швидкого масштабування в нові галузі.

Китай прагне до неймовірних досягнень в різних сферах: нова лікарня за 10 днів; 900 мільйонів Інтернет-користувачів; найбільша в світі мережа швидкісних поїздів; продано товарів на 38 млрд. доларів протягом одного свята; більше 200 компаній «єдинорогів» з мільярдною капіталізацією [5, с. 43]. У таких реаліях масштабування і швидкість відіграють дуже важливу роль у бізнес-середовищі.

Співпраця України і Китаю в сфері ІТ та інновацій буде набувати стрімкого розвитку в близькому майбутньому. Китай стрімко розвивається в технологічному плані, що створює нові можливості для співпраці з іноземними партнерами. ІТ-сфера в Україні – це одна з найперспективніших галузей. Наші ІТ-компанії вже набули популярності і добре себе зарекомендували в західних країнах. За останні декілька років в Україні з'явилися єдинороги, а декілька стартапів стали відомими на весь світ. Україна має багато ІТ талантів і передові технології для успішного досягнення нових амбітних цілей. Західні країни все ще залишаються пріоритетним ринком для нашої країни, але все складніше стає не помічати другу, а, можливо, скоро і першу, економіку світу – Китай. Україні доцільно розширювати співробітництво з Китаєм, адже його величезний потенціал та перспективи розвитку можуть надати позитивний поштовх у позитивній динаміці вітчизняної економіки.

Список літератури

1. China Economic Monitor 2019. KPMG China, Publication number: EN-MKT19-0006, Publication date: December 2019.

2. World Intellectual Property Indicators 2019. World Intellectual Property Organization, WIPO Publication number: 941E/19, ISBN 978-92-805-3094-0.
3. Державне статистичне управління КНР. URL: http://www.gov.cn/xinwen/2020-04/17/content_5503710.htm.
4. China Economic Monitor 2021. KPMG China, Publication date: August 2021. URL: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/cn/pdf/en/2021/08/china-economic-monitor-q3-2021.pdf>.
5. Сирота В. Китайська фінансова подушка безпека для України. Україна-Китай. 2020. № 2 (20). С.40-49.

УДК 338.246

Чухраєва Н. М.
к.е.н., доцент кафедри
бізнес-економіки та підприємництва,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет ім. В. Гетьмана»,
Сівоха І. І.
студентка 6 курсу
факультету економіки та управління,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет ім. В. Гетьмана»

ТЕХНОЛОГІЧНІ ІННОВАЦІЇ В ХАРЧОВІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ

Сучасний розвиток бізнесу базується на трансформації моделей управління, зокрема, такі вектори стосуються і розвитку харчової промисловості. Конкурентний стан та трансформація бізнес-моделей в харчовій промисловості може бути досягнуто за рахунок впровадження інновацій. Глобалізовані тренди свідчать про реалізацію інновацій за рахунок технологічних інновацій.

Питання впровадження технологічних інновацій харчової промисловості розглядала значна кількість науковців, зокрема, К. Г. Васильченко, Д.Ф. Крисанов, Н. М. Чухраєва, Н. В. Толстая та інші [1-4].

Під технологічними інноваціями харчової промисловості доцільно розуміти продуктово-технологічні та маркетингові способи революційної зміни процесів заготівлі, виготовлення та продажу продуктів харчування як на глобальному, так і на місцевому ринках харчових продуктів. Ключовими глобальними технологічними інноваціями харчової промисловості в даний час є: цифрові мітки щодо терміну придатності; використання технологій блокчейну для відслідковування повного ланцюга створення вартості та продукту загалом; автоматизація та діджиталізація виробничо-збутових галузевих процесів; ефективний екологічний контроль, особливо в контексті впливу COVID-19 на стан продуктової безпеки.

В сучасних умовах харчові підприємства прагнуть впроваджувати харові технологічні інновації для забезпечення власної конкурентоспроможності, в першу чергу це стосується автоматизації виробничих процесів. Робототехніка та автоматизація є ефективними способами скорочення продуктивності персоналу у виробничих бізнес-процесах, що значно покращує продуктивність виробничих технологій харчових підприємств. В аграрному бізнесі, що є основним постачальником сировини для харчових підприємств, в даний час активно запроваджуються технологічні інновації стосовно автоматизації систем сортування, очищення, мийки, обробітку, що дозволяє оптимізувати ключові функції та бізнес-процеси в технологічному ланцюгу. Також перспективними векторами розвитку технологічних інновацій є автоматизація логістично-складських процесів на підприємствах харової галузі .

Компанії оцінюють свою позицію у ланцюжку створення вартості, аналізують сучасні вектори, що впливають на їхній бізнес, і шукають інноваційні рішення у співпраці з партнерами по ланцюжку створення вартості для зміцнення своїх позицій на ринку та конкурентоспроможності. Очікувана трансформація може бути досягнута шляхом поступового, прогресивного та цілеспрямованого впровадження елементів нової стратегії. Але варто зазначити, що ці кроки відбуваються в рамках довгострокового стратегічного прагнення компанії до серйозних змін.

Наведені тренди розвитку технологічних інновацій для підприємств харчової промисловості вказують на високий потенціал впровадження діджиталізації, нових технологій обробки даних, зокрема, з використанням автоматичних технологій та сировини. Такі тренди дозволять ефективно скоригувати стратегічні вектори розвитку глобальних та місцевих підприємств харчової галузі.

Список літератури

1. Васильченко К. Г. Аналіз основних підходів і методів прийняття рішень щодо інноваційного розвитку харчових підприємств в умовах невизначеності. *Бізнес Інформ*. 2015. № 3. С. 78-82.
2. Крисанов Д.Ф. Інноваційна діяльність переробно-харчових підприємств: проблеми, виклики та їх подолання. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2013. Вип. 9 (1). С. 101-111.
3. Толстая Н. В. Інноваційний потенціал як важливий елемент стратегічного потенціалу харчових підприємств. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2016. Вип. 8 (2). С. 102-105.
4. Чухраєва Н. М. Параметри забезпечення стійкості інноваційного розвитку національних харчових підприємств. *Стратегія економічного розвитку України*. 2016. № 38. С. 138-146.

СЕКЦІЯ 10

SECTION 10

**ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ,
СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА
DEMOGRAPHY, ECONOMICS OF LABOR,
SOCIAL ECONOMICS AND POLICY**

УДК 334.78

Кліменко О. М.

к. е. н., доцент, доцент кафедри
економічної теорії та економічної політики,
Харківський національний економічний
університет ім. С. Кузнеця

СУЧАСНІ ФОРМИ РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

Прагнення бізнесу впливати на суспільні процеси виправдано, без такого впливу неможливо говорити і про соціальну відповідальність бізнесу.

Для того щоб бути по-справжньому сучасною комерційною структурою, власникам та керівництву необхідно формувати філософію фірми, чітко визначати її місію. З економічної точки зору сучасний бізнес повинен мати високі прибутки, гідну зарплату співробітників, тощо. Але ж імідж фірми формується не тільки економічним успіхом. Місія компанії відображає не тільки мету отримання прибутку, а й підкреслює суспільну роль і значимість бізнесу. Довгострокові і короткострокові задачі бізнесу тісно пов'язані з державною політикою та стратегією, тенденціями розвитку всього суспільства.

Власники та керівники успішного бізнесу, крім встановлених законом зобов'язань перед державою, добровільно вирішують прийняти на себе певну частку соціальної відповідальності. Зауважимо, що тягар зобов'язань і так дуже великий, особливо в сучасних умовах третього року пандемії. Тому зрозуміло, що соціально відповідальним підприємству бути вигідно.

Соціальна відповідальність бізнесу відбувається з усвідомлення того, що фірма повинна діяти на користь суспільству, ресурсами якого (трудовими, екологічними, інформаційними, науковими, тощо) вона користується.

Комерційні організації, реалізуючи власні корпоративні соціальні програми, є суб'єктами соціальної політики місцевого, регіонального, а деколи і державного рівня. Тому виникає необхідність встановлення конструктивного діалогу з органами влади та громадськими організаціями.

Спілкування з іноземними партнерами, інтеграційні процеси, що активно та широко розвиваються в Україні, активізують необхідність втілення соціальної відповідальності бізнесу, влади, суспільства. У класичному, прийнятому в країнах з розвинутою економікою розумінні соціальна відповідальність головним чином включає в себе:

- сумлінну та прозору ділову практику;
- професійний розвиток персоналу підприємства;
- охорону здоров'я співробітників та безпечні умови праці;

- охорону навколишнього середовища і використання ресурсозберігаючих технологій;
- розвиток місцевої громади.

Таким чином, підприємства втілюють соціальні інвестиції, доповнюють основний вид діяльності вкладеннями, що розраховані на досягнення стійких позитивних змін в суспільстві на території інтересів бізнесу. І це виявляється взаємовигідним і для бізнесу, і для влади, і для суспільства в цілому. Соціальне партнерство – це сучасне об'єднання інтересів влади, суспільства і бізнесу. Передові вітчизняні компанії вже включають систему соціального партнерства в стратегію розвитку бізнесу, залучаючи громадські організації для розробки і реалізації спільних соціальних проектів та програм.

Все частіше виникають підприємства, для яких соціальна відповідальність стає практично основною метою існування. Вони так і позиціонують себе, як соціальні підприємства. Але аналіз діяльності соціальних підприємств – це окреме дослідження та в коло нинішнього не входить.

Найрезультативніша сучасна реалізація соціальної відповідальності бізнесу – це фінансування громадських організацій. Форми можуть бути різними. Так, наприклад, можна перераховувати визначені суми громадським організаціям, і громадські організації розподіляють кошти, отримані від бізнесу, серед нужденного населення або втілюють у соціальні програми. Можна також надавати громадським організаціям, які і являють собою суспільство, продукцію свого підприємства.

Також важливим видом соціальної відповідальності є корпоративне волонтерство, коли фірма надає робочий час своїх співробітників суспільству. Наприклад, студенти проходять практику на підприємстві, їм потрібно все пояснювати, вони будуть все перепитувати. Співробітники компанії в свій робочий час консультують, навчають їх. Як наслідки, студент отримає професійний досвід при виконанні в інтересах фірми посильних доручень, і якщо виконає їх блискуче, керівник може подумати, чи не запросити його на роботу. Таким чином, фірма готує для себе кваліфікованого працівника, і при цьому заощаджує на підборі персоналу, навчанні тощо. Як видно, користь взаємна.

Соціальна відповідальність фірми може виявлятися також і в соціально-відповідальній реструктуризації, в соціально-відповідальному маркетингу, і в інших формах.

Отже, соціально-відповідальна компанія має наступні переваги:

- зміцнення репутації та іміджу;
- підвищення ефективності ведення бізнесу;
- облаштування «території» бізнесу;
- підвищення інвестиційної привабливості компанії, особливо із зарубіжними партнерами.

Довгочасна міжнародна практика доводить, що соціальна відповідальність фірми, крім позитивного ефекту для суспільства, приносить і додатковий прибуток. Український бізнес, незважаючи на тимчасові складності економічного, політичного, епідеміологічного характеру має активніше втілювати механізми реалізації моделей соціально-відповідальної стратегії.

**СЕКЦІЯ 11
SECTION 11**



**ТУРИЗМ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА
TOURISM AND HOTEL-RESTAURANT BUSINESS**

Пронтекер В. Є.
викладач,

ВСП «Мукачівський фаховий коледж
НУБіП України»

ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ

Вітчизняна туристична галузь відіграє надзвичайно важливу роль у соціально-економічному житті країни. Зростає її статус і зацікавленість держави в подальшому розвитку галузі, посилюється вплив туризму практично на всі сфери життя й діяльності людини. Нинішній і майбутній розвиток туризму потребує активнішої підтримки з боку

урядів у плані інформації та просування туризму а також забезпечення інфраструктури; необхідно освоювати нові ринки, робити кроки щодо забезпечення співпраці в усіх сферах – державних і приватних – в інтересах максимального заохочення сектора туризму.

Туристичний бізнес – одна з найбільш динамічних галузей що швидко розвиваються у світовому господарстві. Туризм входить до трьох найбільших експортних галузей, поступаючись нафтовидобувній промисловості й автомобілебудуванню. На даний час туризм найрентабельнішою сферою світового господарства.

Туристичний бізнес привабливий для підприємців з таких причин:

- невеликі стартові інвестиції;
- зростаючий попит на туристичні послуги;
- високий рівень рентабельності;
- мінімальний строк окупності витрат.

Ефективність туризму складається з таких аспектів:

1. Туризм – джерело валютних надходжень і засіб для забезпечення зайнятості населення країни.

2. Туризм розширює внески в платіжний баланс країни.

3. Туризм сприяє диверсифікованості економіки, розвиваючи галузі, що обслуговують сферу туризму: будівництво, торгівлю, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання, зв'язок тощо. Крім прибутковості, туризм є могутнім чинником посилення престижу країни. Крім того, туризм має соціальне значення як фактор підвищення освітнього рівня людей.

Фактори, що впливають на розвиток туризму, різноманітні й багатогранні. Наявність сприятливих факторів приводить до лідерства окремих регіонів і країн у світовому туризмі, і навпаки, небажані фактори знижують туристичний потік.

Основні фактори, що впливають на розвиток туризму, можна розподілити на дві групи: статичні і динамічні.

Статичні мають незмінне в часі значення. До цієї групи належать природно-кліматичні, географічні, культурно-історичні фактори.

До динамічних факторів відносяться, демографічні, соціальні, економічні, культурні, науково-технічний прогрес, міжнародні фактори. Ці постійно діючі фактори в певні періоди можуть підсилюватися чи послаблюватися різними менш масштабними й короткочасними кон'юнктурними змінами, такими як, наприклад, економічні кризи, природні катаклізми, погроза тероризму і т. п.

Найважливіші фактори, що зумовлюють розвиток туризму за кордоном:

- підтримка з боку державних органів;
- зростання суспільного багатства і доходів населення;
- скорочення робочого часу;
- розвиток транспорту і засобів комунікації;
- урбанізація;
- пріоритети в системі духовних цінностей суспільства.

Туристична галузь впливає на міжнародні зв'язки, стабілізуючи відносини між країнами та регіонами.

Залежно від напрямку туристичних потоків розрізняються такі основні види туризму:

- внутрішній туризм – діяльність відвідувачів-резидентів у межах відповідної країни під час внутрішньої туристичної подорожі або частини виїзної туристичної поїздки;
- в'їзний туризм – діяльність відвідувачів-нерезидентів у межах відповідної країни під час в'їзної туристичної подорожі;
- виїзний туризм – діяльність відвідувачів-резидентів за межами відповідної країни під час виїзної туристичної подорожі.

Основні види туризму можуть комбінуватися різними способами, утворюючи додаткові види туризму:

- туризм в межах країни – включає внутрішній туризм і в'їзний туризм, тобто діяльність відвідувачів-резидентів і відвідувачів-нерезидентів у межах відповідної країни під час внутрішніх або міжнародних туристичних поїздок;

– національний туризм – включає внутрішній туризм і виїзний туризм, тобто, діяльність відвідувачів-резидентів в межах і поза межами відповідної країни під час внутрішніх або виїзних туристичних поїздок;

– міжнародний туризм – включає в'їзний туризм і виїзний туризм, тобто, діяльність відвідувачів-нерезидентів в межах відповідної країни під час в'їзних туристичних поїздок, а також діяльність відвідувачів-резидентів поза межами відповідної країни під час виїзних туристичних поїздок.

Подорожі, пов'язані з різними видами туризму, класифікуються за:

1) основною метою, з якою відбувається туристична поїздка – особиста, ділова та професійна;

2) типом туристичного пакета – аграрний, весільний, гастрономічний, гірський, екологічний, сільський, спортивний, культурно-пізнавальний, лікувально-оздоровчий, релігійний, медичний, промисловий (індустріальний), шопінг туризм.

Перелік видів туризму не є вичерпним.

Список літератури

1. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу, Київ-2007.
2. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва, Київ «Центр учбової літератури». 2007.

СЕКЦІЯ 12 SECTION 12



БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ ACCOUNTING, ANALYSIS, AND AUDIT

УДК 657

Бурій Є. П.

студент 3-го курсу ФММ,

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»,

Лободзинська Т. П.

к.е.н., доцент,

доцент кафедри економічної кібернетики ФММ,

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

РОЛЬ МІЖНАРОДНИХ ФІНАНСОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ФУНКЦІОНУВАННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ ТА СВІТУ

На сучасному етапі розвитку фінансового ринку України велике значення надається гармонізації взаємодії організацій та інститутів, які виступають джерелом нововведень та підготовки у системі бухгалтерського обліку. Саме ці ланки системи визначають, яким чином у майбутньому будуть виконуватися аудиторські процедури, правила та стандарти оформлення замовлень на основні сфери діяльності підприємств. Також, достатньо значна увага приділяється уніфікації методів ведення бухгалтерського обліку, аби досягти порозуміння працівників сфери не лише на різних підприємствах, але і з різних країн.

Безумовно, найважливішу роль в організації функціонування бухгалтерської системи відіграють Міжнародні стандарти фінансової звітності (МСФЗ) і Рада з міжнародних стандартів бухгалтерського обліку (РМСБО), яка є нормотворчим органом Фонду МСФЗ [1, с. 33]. Однак діяльність даної організації неодноразово ставилась під сумнів через брак легітимності, «сіре» фінансування за рахунок благодійних внесків, а також нерівномірний географічний розподіл серед членів Ради. Враховуючи тенденції українського ринку до глобалізаційних процесів, Національні положення (стандарти) бухгалтерського обліку (НП(С)БО) досі залишаються недостатньо узгодженими з міжнародними стандартами, що призводить до непорозумінь, і зумовлює недовіру іноземних інвесторів до економіки країни [2, с. 25].

Значний внесок у розвиток МСФЗ зроблений Міжнародною організацією комісій з цінних паперів (МОКЦП), принципами діяльності якої визначені такі: розробка і впровадження міжнародних стандартів регулювання та нагляду за дотриманням прав

інвесторів; забезпечення прозорості ринку шляхом нагляду за діяльністю ринкових посередників; обмін досвідом на міжнародному та регіональному рівнях для зміцнення ринкової інфраструктури [1, ст. 37]. Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку у взаємодії з МВФ працює над уніфікацією стандартів та правил, з метою наближення до принципів діяльності МОКЦП.

Вартим висвітлення також є діяльність Міжнародної федерації бухгалтерів (МФБ). Ця неприбуткова глобальна організація формує та надає роз'яснення за відповідними стандартами, освітнім процесом для молодих бухгалтерів, а також, підтримує розвиток компаній та організації аудиторської спрямованості. Підтримка організацій-членів – одним із основних пріоритетів роботи федерації. На прикладі України, дійсним членом МФБ є Федерація професійних бухгалтерів та аудиторів України (ФПБАУ) – найчисельніша національна організація за відповідним напрямком. Важливо, що організації-члени МФБ взаємодіють, також, і між собою для підвищення професійних навичок працівників [3].

Щодо державного регулювання облікової системи, то найбільші повноваження у цій сфері має Міністерство фінансів України. При інституті функціонує Методологічна рада з бухгалтерського обліку, яка відповідає за удосконалення організаційних форм і методів бухгалтерського обліку в Україні. Однак, серед основних завдань ради не відзначено проект інтеграції національних стандартів до міжнародних. За умов етапу активної імплементації проектів, створених у співпраці з міжнародними фінансовими організаціями (МФО), відмінності у стандартах ведення обліку негативно впливає на реалізацію існуючих і майбутніх проектів. Лише за 2020 рік було збільшено щорічне освоєння коштів на реалізацію проектів МФО до 28,59 млрд гривень, порівняно з показником 2019-го року – 16,78 мільярдів гривень [4].

Адаптація до загальних тенденцій є важливою необхідністю в умовах глобалізації. Бухгалтерський облік залишається актуальним, обов'язковим та життєво важливим у діяльності підприємств та організацій. Український ринок має значний потенціал для розбудови та економічної реалізації, проте, без іноземних ресурсів цей процес втрачає ефективність. «Правила гри» наразі диктуються міжнародними організаціями, тому ігнорування їх діяльності може негативно впливати на вітчизняне виробництво в цілому. Необхідна злагоджена діяльність державних органів разом з професійними угрупованнями та асоціаціями.

Список літератури

1. Метелиця в. М. Регулювання та забезпечення розвитку професії бухгалтера: ієрархія міжнародних інституцій. *Облік і фінанси*. 2012. № 3. С. 32 – 38.
2. Пасько О. В. Рада з міжнародних стандартів бухгалтерського обліку: проблема легітимності. *Облік і фінанси*. 2011. № 4. С. 22 – 39.
3. Про ФПБАУ. URL: <https://www.ufpaa.org/about/>.
4. Співпраця України з Міжнародними фінансовими організаціями. Міністерство фінансів України. 2020. URL: <https://mof.gov.ua/uk/spivrobotnictvo-shhodo-zaluchannja-finansuvannja-mfo>.

УДК 338.001.36

Єрмоленко Н. С.

магістр кафедри обліку та оподаткування
Одеського державного аграрного університету

ДИНАМІКА РІВНЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

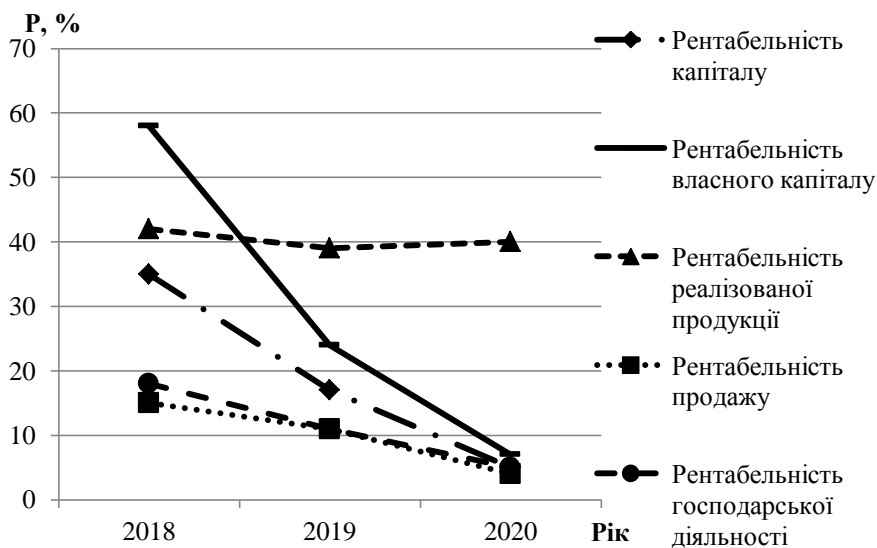
При здійсненні господарської діяльності в сучасних умовах фінансовий стан підприємства є однією з головних характеристик підприємницької діяльності, а його детальний аналіз та застосування своєчасних управлінських рішень – це запорука успіху ведення вдалого бізнесу. Фінансовий стан безумовно залежить від комерційної, виробничої та фінансово-господарської діяльності. Велика кількість формулювань терміну «фінансовий стан» переважно ґрунтується на думці, що це комплексне поняття, яке визначається певною системою показників, які віддзеркалюють ефективність використання фінансових ресурсів підприємства. Більшість з них

можна об'єднати в певні групи, що дає можливість оцінити майновий стан підприємства, фінансову стійкість, ліквідність, ділову активність та прибутковість.

Коефіцієнт прибутковості, тобто рентабельності (збитковості) підприємства, є одним з найбільш показових характеристик фінансового стану підприємства. Рентабельність – це коефіцієнт, що демонструє відносний рівень прибутковості бізнесу, тобто визначає відношення отриманого прибутку до наявних або використаних ресурсів [1, с. 170-171]. Очевидно, що прибутковість пов'язана з одержанням прибутку як кінцевої мети діяльності підприємства. Але її не можна прирівнювати до абсолютної суми отриманого прибутку, оскільки прибутковість це відносний показник, що переважно вимірюється у відсотках. Позитивним вважається зростання його значень, що дає можливість розраховувати на подальший успішний розвиток підприємства [2].

В своїй роботі Ю.М. Тютюнник наголошує, що показники рентабельності в залежності від мети аналізу можуть ґрунтуватись на різних підходах, а саме на витратному, дохідному та ресурсному [3]. Треба зазначити, в сучасних економічних умовах успіх господарської діяльності підприємства, а отже отримання чистого прибутку, в великій мірі залежить не тільки від внутрішньогосподарських факторів та прийнятих управлінських рішень, а й від зовнішніх чинників. У зв'язку з цим в останні роки під впливом соціально-економічних умов велика кількість підприємств отримували від'ємні значення прибутковості, тобто були збитковими [4].

В даній роботі розраховані деякі з вищезазначених показників рентабельності для розуміння загальної ситуації прибутковості досліджуваного підприємства, в якості якого виступило ТОВ «ТерраТарса Україна», яке займається торгівлею хімічними продуктами та сільськогосподарською технікою, а також виробництвом добрив та азотних сполук. Слід зауважити, що в даному підприємстві, за даними річної фінансової звітності за період 2018–2020 рр., кінцевим фінансовим результатом для кожного з трьох років є прибуток, а отже ці величини є саме показниками прибутковості (рис. 1).



**Рис.1. Розподіл показників прибутковості
ТОВ «ТерраТарса Україна» протягом 2018–2020 рр.**

Джерело: сформовано автором за даними річної фінансової звітності ТОВ «ТерраТарса Україна»

Рентабельність капіталу, що є характеристикою ефективності майна підприємства та демонструє відношення чистого прибутку до середньорічної вартості капіталу, показує тенденцію до зменшення за період дослідження. Максимальне значення 35 % зафіксовано в 2018 р., мінімальне ж (5 %) – в 2020 р. За результатами розподілу показників наочно продемонстровано, що практично всі коефіцієнти мають подібний часовий хід. Від'ємна тенденція спостерігається і для рентабельності власного капіталу, хоча для 2018 р. ця величина становила 58 %, що є надзвичайно високим показником і свідчить про ефективне

використання власного капіталу, однак до 2020 р. це значення зменшилось до 7%. Рентабельність господарської діяльності та продажу мають подібний тренд. Виключення становить лише рентабельність реалізованої продукції, що є відношенням валового прибутку до собівартості реалізованої продукції та характеризує ефективність виробництва та реалізації продукції. Цей коефіцієнт за три роки не зазнав суттєвих змін і відзначається на рівні 40%.

Отже, можна відзначити, що підприємство хоч і є прибутковим, проте рентабельність зменшується. Це є сигналом для товариства прийняти ефективні рішення для збільшення прибутку підприємства, можливо за рахунок збільшення обсягів виробництва та реалізації товарів, зменшення собівартості продукції, оновлення асортименту, перегляду цінової політики та інше.

Список літератури

1. Тютюнник Ю.М. Фінансовий аналіз. Полтава: ПДАА, 2014. 394 с.
2. Яцук О.О., Захарова Н.Ю. Фінансовий стан підприємства та методика його оцінки. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського*. 2018. Т. 29 (68), № 3. С. 173–180.
3. Тютюнник Ю.М., Тютюнник С.В. Особливості аналізу фінансових результатів і рентабельності діяльності суб'єктів малого підприємництва. *Економічний форум*. 2019. № 2. С. 99–105.
4. Корбутяк А.Г., Соковольська Н.Я. Особливості планування рівня рентабельності підприємств в сучасних умовах. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2017. Вип. 16 (1). С. -153–157.

Жерліцина С. В.

студент

Науковий керівник:

Шишкова Н. Л.

к.е.н., доцент

Національний технічний університет

«Дніпровська політехніка»

АСПЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ НОВОГО ЦИФРОВОГО СТАНДАРТУ ПОДАННЯ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ – iXBRL В УКРАЇНІ

В умовах постійних технічних відкриттів та новітніх технологій, які впроваджуються у практичну діяльність, постає питання щодо впровадження їх у вітчизняну практику звітування. Впровадити інформаційні технології неможливо без належної організації складання фінансової звітності підприємства, це стосується і налагодження процесу подання такої звітності. Впровадження таксономії МСФЗ фінансової звітності дало поштовх для розвитку такого стандарту електронної звітності як XBRL (eXtensible Business Reporting Language).

XBRL – це відкритий міжнародний стандарт цифрової звітності про бізнес, яким керує глобальний консорціум з неприбутковою діяльністю XBRL International. XBRL використовується у всьому світі, у більш ніж 50 країнах [1, с.85].

XBRL – це мова розмітки даних, за допомогою якої можна передавати фінансову чи іншу інформацію в структурованому вигляді. XBRL застосовується для наведення та надання звітності, складеної із використанням таксономії за МСФЗ. За допомогою програмного забезпечення та інструментів із підтримкою XBRL можна завантажувати та переглядати технічні файли таксономії МСФЗ.

iXBRL – це технологія, яка забезпечує механізм вбудовування тегів XBRL у документи HTML. Це дозволяє отримати переваги відмічених (протегованих) XBRL-даних у поєднанні зі зручною для людського читання презентацією звіту.

iXBRL-документ — це єдиний документ, який поєднує в собі структуровані дані, що читаються комп'ютером із доступною для людського читання презентацією звіту компанії, використовуючи стандарт Inline XBRL [2, с.56].

XBRL можна порівняти зі штриховими кодами або кодами ISBN на книжках. Дякуючи своїм властивостям, XBRL дозволяє здійснювати автоматичний обмін фінансовою інформацією між різним програмним забезпеченням, що взаємодіє завдяки різних інформаційних мереж, зокрема Інтернету. Важливою особливістю XBRL-стандарту є те,

що він дозволяє значно спростити процеси пошуку даних фінансової звітності в Інтернеті та їх автоматичного аналізу. Тому формат XBRL дуже зручний як для представлення звітів на вебсайтах підприємств так і для подання обов'язкової звітності в державні контролюючі органи [3, с.4].

Згідно Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» уже з звітності за 2020 рік більше 5000 підприємств України підпадають під вимоги складання та подання фінансової звітності та консолідованої фінансової звітності на основі таксономії, а саме підприємства, що становлять суспільний інтерес, публічні акціонерні товариства, суб'єкти господарювання, які здійснюють діяльність у видобувних галузях, а також підприємства, які провадять господарську діяльність за видами, перелік яких визначається Кабінетом Міністрів України [4, с.233].

Пунктом 2.1 Меморандуму «Про взаєморозуміння щодо розробки і запровадження системи фінансової звітності» від 18.12.2017 р. № 102/15, запровадження системи фінансової звітності дозволить здійснювати прийом, обробку, перевірку та розкриття фінансової звітності підприємств у єдиному електронному форматі, підготовленої відповідно до таксономії, затвердженої та опублікованої Міністерством фінансів України та розширеної (якщо необхідно) НКЦПФР та іншими регуляторами, зокрема таксономії UA XBRL МСФЗ [5].

Порядком подання фінансової звітності затвердженим постановою КМУ від 28 лютого 2000 р. № 419 визначено, що фінансова звітність та консолідована фінансова звітність, складена на основі Таксономії фінансової звітності за МСФЗ в єдиному електронному форматі, визначеному Мінфіном (пункт 2): подається до центру збору фінансової звітності, операційне управління яким здійснюється НКЦПФР; оприлюднюється разом з аудиторським звітом на веб-сторінці або веб-сайті підприємства [6].

Для реалізації проекту на практиці, в Україні було створено портал «Система Фінансової Звітності: FRS.GOV.UA», який є вебсайтом для суб'єктів звітування, що зобов'язані подавати фінансову звітність до Центру збору фінансової звітності у форматі iXBRL відповідно до таксономії UA XBRL МСФЗ. Схема формування фінансової звітності у форматі iXBRL в Україні представлена на рис. 1.

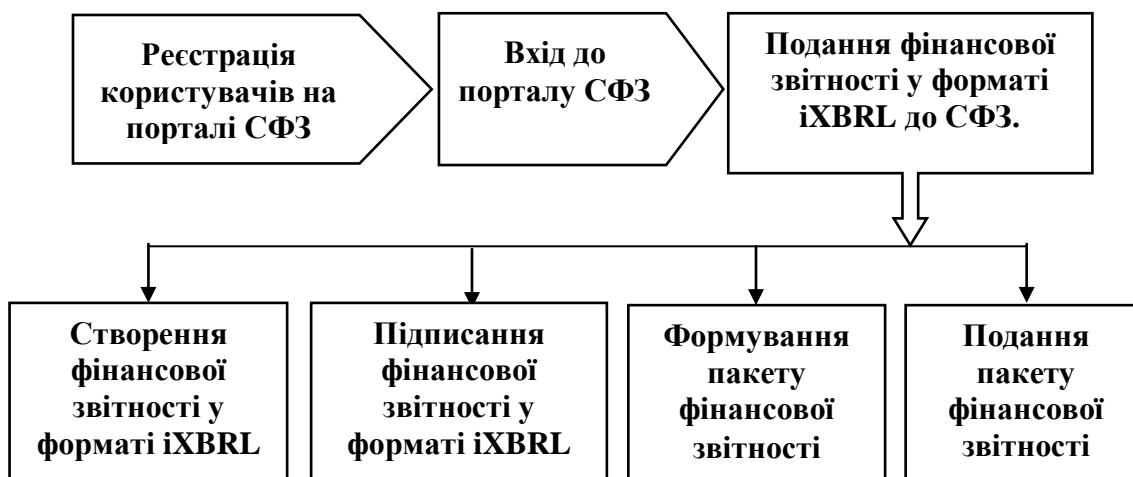


Рис. 1. Схема формування фінансової звітності в Україні у форматі iXBRL [7, с.177]

Розробником програмного забезпечення (ПЗ), яке дозволить підприємствам складати фінансову звітність у форматі iXBRL відповідно до таксономії UA МСФЗ XBRL, було обрано українську ІТ компанію JEVERA. Програмним забезпеченням для валідації фінансової звітності на безкоштовній основі є Arelle. Також для проведення валідації фінансової звітності на веб-сайті XBRL International можна знайти повний перелік програмних продуктів. Але майже всі представлені програмні продукти є платними.

Дані фінансового обліку підприємства за звітний рік слугують джерелом інформації у форматі iXBRL. На сьогодні більшість підприємств складають фінансову звітність за

допомогою готових форм в автоматизованому режимі за певною бухгалтерською програмою. Проблема лише у програмному стикуванні файлів автоматизованого бухгалтерського обліку (звітності) і системи iXBRL на рівні підприємства [7, с.177].

За думкою Бойко Р. В. та Воронко Р. М., запровадження в Україні подання звітності у форматі XBRL сприятиме залученню потенційних інвесторів, а також відкриє низку переваг:

– для суб'єктів звітування це: коректне складання та подання фінансової звітності; виключення дублювання при поданні фінансової звітності регуляторам; висока якість і точність інформації, що містить фінансова звітність;

– для державних регуляторів це: більш ефективний і менш затратний регуляторний процес; швидкість та автоматичність обробки й аналізу фінансової інформації у звітності; своєчасне виявлення ризиків діяльності компаній та оперативне реагування на них;

– для інвесторів це: розкриття інформації у відповідності до міжнародних стандартів; глибше розуміння ризиків та перспектив діяльності компанії; швидкість, автоматичність обробки та аналізу фінансової звітності, тощо [8, с.52].

Проте на шляху впровадження звітування у форматі iXBRL в Україні існує і низка проблем, зокрема: неналагоджені автоматизовані системи перевірки та затвердження iXBRL-документа; відсутність навчальних та роз'яснювальних заходів та інформаційної підтримки; відсутність часу для підготовки фахівців з відповідною кваліфікацією, а також те, що вже до 31 грудня 2021 року основні суб'єкти звітування у форматі iXBRL повинні підготувати, затвердити та опублікувати разом з висновком суб'єкта аудиторської діяльності фінансову звітність за 2020 рік та проміжну фінансову звітність за 2021 рік на порталі frs.gov.ua, що є серйозним викликом з огляду на поточну технічну частину питання та обмеженість у часі.

Список літератури

1. Шигун М.М., Безверхий К.В. Розвиток формату XBRL, як подальший напрямок цифровізації фінансової звітності: Міжнародний науковий журнал «Інтернаука» Серія: «Економічні науки». Випуск №2 (46)/2, 2 том, Київ, 2021, 114 с.
2. Парокінна А., Таран І. Підходи до створення звітності у форматі iXBRL: переваги та недоліки: Журнал «Практика МСФЗ» №4. 2021: Ел. ресурс.
3. Вакун О.В., Городиський М.П., Грабчук І.Л., СолоСвійов Б.С. Проблеми впровадження стандарту звітності XBRL: Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу : міжнар. зб. наук. пр. Вип. 2 (46). – ДУ «Житомирська політехніка», Житомир 2020, 110 с.
4. Мойсеєнко О.М. Виклики щодо обліку та діджитл-звітності в форматі XBRL в Україні: Облік, аналіз, аудит та оподаткування: сучасна парадигма в умовах сталого розвитку: зб. Матеріалів VI Міжнар. наук.-практ. конф. Київ, КНЕУ, 2020, 590 с.
5. Меморандум «Про взаєморозуміння щодо розробки і запровадження системи фінансової звітності» від 18.12.2017 р. № 102/15.
6. Постанова Кабінету Міністрів України «Порядок подання фінансової звітності» від 28.02.2000 р. № 419.
7. Малишкін О. І., Ярмоліцька О. В. Напрямки розвитку звітності в умовах автоматизації і діджиталізації: Стратегія розвитку України: фінансово-економічний та гуманітарний аспекти: матеріали VII Міжн. наук.-практ. конф. Київ: «Інформаційно-аналітичне агентство», 2020, 419 с.
8. Бойко Р. В., Воронко Р. М. Формування та подання фінансової звітності у форматі XBRL: Стан, проблеми та перспективи впровадження в Україні. Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Вип. 61, – Львів 2020, 144 с.

УДК 657.1.011.56

Гусєв А. О.

студент 1 курсу магістратури,
спеціальності 071 «Облік і оподаткування»,
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

АВТОМАТИЗАЦІЯ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ ЗА ПОДАТКАМИ Й ПЛАТЕЖАМИ У ПРОГРАМНОМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННІ «1С: ПІДПРИЄМСТВО»

Досліджувана тема є актуальною, оскільки розрахунки з бюджетом є однією з найбільш складних ділянок бухгалтерського обліку на підприємстві. В таких умовах особливого значення набуває організація системи обліку за цією ділянкою. Основним

шляхом підвищення рівня організації бухгалтерського обліку є впровадження автоматизованої форми обліку. Дослідження проблеми автоматизації бухгалтерського обліку розрахунків за податками й платежами на прикладі програмного забезпечення «1С: Підприємство» поставлено за мету в даних тезах.

Основним призначенням автоматизованої форми бухгалтерського обліку розрахунків за податками й платежами є скорочення витрат часу на обробку та передачу облікової інформації щодо всіх етапів обліку розрахунків з бюджетом та в розрізі кожного з платежів. Основними вимогами до програмного забезпечення з обліку розрахунків за податками й платежами є:

– автоматизоване формування первинних документів (податкових накладних, розрахунково-платіжних відомостей, платіжних доручень тощо);

– автоматизоване формування реєстрів аналітичного й синтетичного обліку розрахунків з бюджетом;

– автоматизоване ведення підсумкового (зведеного) обліку за податками й платежами (складання та подання фінансової і податкової звітності);

– автоматизоване формування рішень з управління податками й платежами на підприємстві на підставі даних бухгалтерського та податкового обліку тощо [1].

Найбільш розповсюдженим програмним забезпеченням бухгалтерського обліку в Україні є «1С: Підприємство». Альтернативними програмами для ведення автоматизованого обліку є «Дебет плюс», «Парус», «Діловод» та інші [2, с. 93]. Крім того, окремі елементи автоматизованого обліку розрахунків за податками й платежами можуть здійснюватися іншими програмами, зокрема «М.Е.doc», «Арт-звіт», «Соната» тощо.

У програмному забезпеченні «1С: Підприємство» облік розрахунків за податками й платежами ведеться у наступних конфігураціях:

1) «1С: Бухгалтерія» – ведення всіх елементів обліку розрахунків за податками й платежами;

2) «1С: Звіт» – формування та подання електронної звітності (підсумковий облік розрахунків за податками й платежами).

Особливостями ведення автоматизованого обліку в програмному забезпеченні «1С: Підприємство» у частині розрахунків з бюджетом є:

– єдиного розділу для ведення обліку розрахунків за податками й платежами не передбачено. Так, облік ПДВ ведеться у розділах, пов'язаних з надходженням і вибуттям товарно-матеріальних цінностей: «Продажі», «Купівлі», «ОЗ і НМА». Облік ПДФО та військового збору, в свою чергу, ведеться у складі обліку розрахунків за виплатами працівникам (розділ «Зарплата і кадри»;

– первинні документи обліку розрахунків за податками й платежами у програмному забезпеченні «1С: Підприємство» можуть не збігатися із первинними документами, створеними у паперових формах обліку (зокрема, податкова накладна, що складається в момент придбання товарів і послуг для отримання права на податковий кредит, у цій програмі є Реєстрацією вхідного податкового документа;

– синтетичний облік розрахунків за податками й платежами (в частині ПДВ) відрізняється від загальноприйнятого: під час придбання товарів і послуг до моменту реєстрації податкової накладної (вхідного податкового документа) розраховується непідтверджений податковий кредит з ПДВ із використанням транзитного субрахунку 644 «Податковий кредит»; під час їх реалізації розраховується непідтверджене податкове зобов'язання, що до моменту складання податкової накладної, обліковується на субрахунку 643 «Податкове зобов'язання»;

– вбудований план рахунків цього програмного забезпечення містить 6 аналітичних рахунків (субрахунків другого порядку) для розрахунків за податками (у розрізі субрахунку 641 «Розрахунки за податками»). При цьому аналогічної класифікації аналітичних рахунків для зборів та інших обов'язкових платежів до бюджету цією програмою не надано, однак можливим є створення власних аналітичних рахунків до субрахунку 642 «Розрахунки по обов'язкових платежах»;

– формування звітності у програмному забезпеченні «1С: Підприємство» здійснюється за допомогою спеціальної конфігурації «1С:Звіт». Однак, більшість регламентованих звітів (зокрема, фінансової та податкової звітності) можуть бути сформовані також у конфігурації «1С: Бухгалтерія» за допомогою розділу «Звіти» (підрозділ «Регламентована звітність»).

Таким чином, основним завданням автоматизованого обліку розрахунків за податками й платежами є автоматизація всіх облікових процесів (елементів бухгалтерського обліку) на зазначеній ділянці обліку. Програмне забезпечення «1С: Підприємство» відповідає всім необхідним вимогам автоматизованої форми бухгалтерського обліку в частині розрахунків за податками й зборами, однак має низку недоліків, пов'язаних, насамперед, з невідповідністю окремих облікових процесів із розрахунків за податками й платежами загальноприйнятими методиками.

Список літератури

1. Черножукова А.М., Лобозинська Т.П. Порівняльний аналіз автоматизованих систем бухгалтерського обліку на підприємствах України. Ефективна економіка: електрон. наук. фах. видан. № 6, 2017. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5661> (дата звернення: 23.10.2021).

2. Гусев А.О. Автоматизація бухгалтерського обліку товарів. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Інституційні перетворення та регулювання соціально-економічних процесів в умовах міжнародної інтеграції». Одеса: ОФФСЕТіК. 2020. С. 92-95.

УДК 33

Сологуб Н. В.

магістрантка Національного університету
кораблебудування імені адмірала Макарова

Науковий керівник:

Погорськова О. В.

к.е.н., професор,
завідувачка кафедри обліку і економічного аналізу
Національного університету кораблебудування
імені адмірала Макарова

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ (НА ПРИКЛАДІ ПрАТ «ПЕРВОМАЙСЬКИЙ МОЛОЧНОКОНСЕРВНИЙ КОМБІНАТ»)

Ефективна діяльність підприємств потребує оптимізації виробничих запасів, оскільки, як надмірне їх накопичення, так і нестача приховують у собі негативні наслідки. Значне зростання обсягів виробничих запасів призводить до тривалого замороження та зниження ліквідності коштів, збільшення витрат на зберігання. Разом з тим, через нестачу запасів виникають простой виробництва, незадоволення попиту та зниження конкурентних переваг. Таким чином, існує пряма залежність між ефективним використанням матеріальних ресурсів у виробничих процесах та розміром отриманого прибутку підприємством.

Виробничі запаси є складовою частиною оборотного капіталу підприємства, тому для забезпечення нормального функціонування виробництва і реалізації продукції та зменшення періоду оборотності оборотних коштів на підприємствах доцільно організувати систематичну аналітичну роботу по забезпеченню оптимального рівня виробничих запасів.

Здійснення регулярного аналізу виробничих запасів сприяє знаходженню внутрішніх резервів їх раціонального використання, збільшенню обсягів виробництва та зростанню прибутку.

Для успішного пошуку внутрішніх потенційних можливостей раціонального використання виробничих запасів, доцільно їх аналіз проводити за трьома основними напрямками (рис. 1).



Рис. 1. Основні напрями аналізу виробничих запасів [3, с. 79]

Проведення аналізу виробничих запасів підприємства сприяє забезпеченню ефективного випуску продукції за рахунок мінімізації матеріальних витрат, зниження обсягу виробничих запасів, зменшення цін на ресурси та підвищення їх якості [1, с.6]

Підприємства харчової промисловості з переробки молока належать до галузей із високим рівнем матеріаломісткості. Питома вага сировини у собівартості молочної продукції на підприємствах молочної галузі складає від 60 до 85 відсотків [2, с.120]. Рациональний підхід до використання запасів сприятиме зниженню собівартості виготовленої продукції, а отже і ціни, що дасть змогу збільшити прибуток підприємства.

Одним з найбільших вітчизняних підприємств по переробці молока, а також одним з лідерів з виробництва згущеного молока в Україні є Приватне акціонерне товариство «Первомайський молочноконсервний комбінат».

Так як ефективна діяльність ПрАТ «ПМКК» потребує наявності матеріальних ресурсів відповідної кількості та якості, то проведення ґрунтовного аналізу використання виробничих запасів набуває важливого практичного значення для комбінату.

Результати аналізу ефективності використання запасів ПрАТ «ПМКК» наведені в таблиці 1.

Таблиця 1

Аналіз ефективності використання запасів ПрАТ «ПМКК» за 2018 – 2019 рр.

Показники	2018 рік	2019 рік	Темп зміни, %
Середньорічна вартість запасів	39626	86277	217,7
Собівартість реалізованої продукції (робіт, послуг)	778464	749624	96,3
Оборотність запасів (р.2 : р.1)	19,6	8,9	45,4
Тривалість обороту	18,6	41,0	220,4

Примітка. Розраховано автором на основі річних звітів ПрАТ «ПМКК» за 2018 – 2019 рр.

Коефіцієнт оборотності запасів характеризує ефективність поточної політики управління запасами ПрАТ «ПМКК». Кількість оборотів, що здійснили запаси в 2019 році, зменшилася більше ніж у два рази порівняно з 2018 роком. Відповідно, за аналізований період, збільшилася тривалість обороту запасів, темп росту склав 220,4%. Аналіз отриманих показників говорить про те, що період перебування запасів на складі є тривалим та збільшує логістичні витрати.

З метою підвищення ефективності використання виробничих запасів ПрАТ «ПМКК» можна запропонувати: удосконалення стандартизації; застосування економічно обґрунтованих норм запасу; вдосконалення форм організації виробництва та інше.

Список літератури

1. Ворхлік В.Р. Облік і контроль виробничих запасів та аналіз ефективності їх використання на підприємстві. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.sworld.com.ua>konferm3>
2. Криворак А.Д., Сорока Л.М. Якісна сировина як фактор підвищення конкурентоспроможності переробних підприємств. Вісник соціально-економічних досліджень. 2013. Вип.1 (48). [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://vsed.oneu.edu.ua>files>full>vsed_48-2013.pdf
3. Рябоконт Ю.С., Томчук О.Ф. Аналіз ефективності використання запасів на підприємстві. Фінанси, облік, банки. 2019. №1 (24). [Електронний ресурс]. - Режим доступу: DOI:<http://dx.doi.org/10.31558/2307-2296.2019.1.8>

УДК: 657.4.01

Мала І. С.

магістрант кафедри обліку і оподаткування,
Дніпровський національний університет
залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна

Науковий керівник:

Бобиль В. В.

д. е. н., професор кафедри обліку і оподаткування,
Дніпровський національний університет
залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна

ОБЛІК І АУДИТ КРЕДИТНИХ ОПЕРАЦІЙ БАНКУ У СУЧАСНИХ УМОВАХ

В останні роки в зв'язку зі значним розвитком банківського сектора і збільшенням попиту на банківські послуги облік кредитних операцій відіграє важливу роль в наданні кредитних послуг, що істотно впливає на економіку України. Кредитні операції є одним з прибуткових видів діяльності банків, але вони пов'язані з низкою проблем, викликаних недосконалістю і нестабільністю законодавчої бази, збільшенням проблемної заборгованості і високим рівнем ризику.

Облік та аудит кредитних операцій є найважливішою частиною структури ринкової економіки і тому сьогодні в Україні, через наявну банківську кризу і недовіру до безпечності банків, вирішення цієї проблеми є дуже актуальним.

Загальні засади регулювання, організації, ведення бухгалтерського обліку і складання фінансової звітності в Україні регламентуються Законом «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 р. № 996-XIV [3].

Організація бухгалтерського обліку та фінансової звітності в банківських установах, а також вимоги до певних банківських операцій регулюються нормативними актами НБУ, виданими у формі постанов Правління НБУ, а також інструкціями, положеннями, правилами, затвердженими Правлінням НБУ.

Кредитна операція – це активна банківська операція, що передбачає надання позики або надання зобов'язання (гарантії, поручительства, авалю), яка в разі виконання призведе до фактичного передавання коштів на кредитній основі.

Кредит визнається активом в момент надання зобов'язання з кредитування (укладення кредитного договору), незалежно від того, супроводжується це зобов'язання фактичним рухом коштів. Зобов'язання за кредитами, які не супроводжуються відповідними грошовими потоками, обліковуються банком як позабалансовий актив. Такі зобов'язання визнаються позабалансовими з укладання договору (дата операції) до дати фактичного переказу коштів позичальнику (дата розрахунку). Якщо між цими датами немає часового розриву, позабалансовий запис не проводиться, і така позика обліковується як балансовий актив.

Фінансовий облік конкретного кредиту ведеться відповідно до умов, визначених кредитним договором.

Для відображення кредитного портфеля комерційного банку у фінансовій звітності кредити класифікуються за: категоріями позичальників; напрямками інвестування; термінами погашення. Термін кредитування визначається з дати укладання договору до дати погашення кредиту.

Основними принципами, на яких базується облік кредитних операцій комерційного банку, є: принцип превалювання сутності над формою, принцип нарахування та відповідності доходів і витрат, принцип обачності.

Всі рахунки виданого кредиту містяться у двох класах рахунків: по міжбанківських кредитах – в першому класі; по кредитах клієнтів – в другому класі. У середині розділів рахунки розділені на групи, виходячи з різновиду кредитних операцій [1].

Аудит кредитних операцій банку слід розуміти як перевірку даних бухгалтерського обліку та фінансової звітності за активними банківськими операціями, пов'язаними з наданням кредиту або наданням зобов'язань (гарантії, поручительства, авалю), з метою зменшення кредитних ризиків банківської установи та висловлення незалежної аудиторської думки щодо достовірності фінансової звітності, бухгалтерського обліку банку,

а також про відповідність активних операцій чинному банківському законодавству та внутрішнім нормативним актам банку [2].

Кредитний ризик є невід'ємною частиною банківської діяльності та займає домінуюче становище в системі банківських ризиків. Тому управління кредитним ризиком є найважливішим завданням будь-якого банку, і вибір правильного методу управління кредитним ризиком підвищить надійність, стабільність та конкурентоспроможність банківської системи, що позитивно позначиться на загальному економічному стані країни. Для цього повинна бути розроблена відповідна кредитна політика.

З метою мінімізації кредитного ризику та покращення якості портфеля банки вживають наступні заходи: диверсифікація портфеля; попередній аналіз платоспроможності позичальника; створення резервів для покриття кредитного ризику; аналіз та підтримка оптимальної структури кредитного портфеля; вимога забезпечення застави за позиками та їх цільове використання.

Список літератури

1. Бобиль В. В. Облік у банках: навчальний посібник. Дніпропетр. нац. ун-т залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна. Дніпропетровськ, 2015. Акцент ПП. 328 с.
2. Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність: Закон України від 21.12.2017 р. № 2258-VIII. Дата оновлення 01.08.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2258-19#Text>.
3. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV. Дата оновлення 01.07.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text>.

УДК 657.6

Ус А. О.
аспірантка кафедри
фінансового аналізу та аудиту,
Київський національний торговельно-
економічний університет

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АНАЛІЗУ ТА АУДИТУ РОЗВИТКУ ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ

Ефективне функціонування торговельних підприємств в стратегічному контексті стає можливим за рахунок створення умов на підприємстві, які скорочують загрози, що можуть призвести до негативних наслідків. Для створення таких умов, що будуть мати в основі інтеграційні процеси сталого розвитку, необхідне належне інформаційне забезпечення на основі достовірних, актуальних, неупереджених та об'єктивних інформаційних ресурсів.

Тож для забезпечення виконання завдань сталого розвитку для підприємств торгівлі початковим етапом постає створення належної моделі структурно-логічної схеми аналітичного дослідження, що дозволить визначити відповідності діяльності торговельної мережі принципам сталого розвитку.

Динаміка бізнесу та конкуренція на ринку зумовлюють формування комплексної схеми, що створює загальномасштабне управління підприємством та створює цілісну аналітичну систему, що включає соціальну та екологічну складові, які лише сприяють підвищенню обґрунтованості управлінських рішень. Тому передумовою формування такої структурно-логічної схеми і постає формування інформаційного простору, що включає визначення та аналіз показників, що здатні відобразити характер впливу на економічно-соціально-екологічного стан діяльності торговельного підприємства.

Для отримання повного уявлення про стан діяльності підприємства користувачами, його ефективність і перспективи, все більше необхідне стає оперування нефінансовою інформацією та показниками, отриманими на її основі.

Нефінансова інформація – це такі дані, що не входить до фінансової звітності або облікові системи підприємства, проте мають визначальний вплив на визначення стану розвитку підприємства. Такі показники здебільшого виражені в немонетарній формі, можуть бути кількісними та якісними, ідентифікувати певні тренди й кореляції, порівнюватись з іншими фінансовими та нефінансовими показниками, а також впливати й бути залежними від них.

Нефінансові показники дають змогу вчасно та оперативно зреагувати на зміни й виявити відхилення від заданого курсу розвитку. Використовуючи їх у своєму аналітичному арсеналі, підприємство стає більш орієнтованим на майбутнє. Вони допомагають визначити фактори успіху та сформулювати конкретні орієнтири й цілі, досягнення яких стане запорукою досягнення, зокрема й фінансових показників [1].

Передумовою підвищення рівня вимог до інформаційного забезпечення постають постійні трансформації та зміни в економічному та соціальному середовищах, які мають постійний вплив на збалансованість економічної системи вцілому. Професійний та поетапний підхід до створення інформаційного забезпечення має виключний вплив на якість одержання, систематизації, аналізу та створення кінцевого інформаційного продукту.

Саме інформаційне забезпечення – це складна система аналітичних даних, які створені на основі облікової інформації, що завдяки взаємодії складових обліку, аналізу створює належне підґрунтя для прийняття управлінських рішень на макро- і мікро- рівнях.

Оскільки інформаційне забезпечення зазнає постійних змін у просторі та часі, як реакція на зміни внутрішнього і зовнішнього середовищ, важливим постає її удосконалення в динаміці постійних змін. Однією з таких змін виступає адаптація до процесів пристосування до ідей сталого розвитку, що постійно підвищують своє значення в сучасних умовах та створення простору інформаційного забезпечення для здійснення процесів аналізу та аудиту розвитку торговельних мереж.

Список літератури

1. Вісник МСФЗ. Світовий досвід. Українська практика. – Режим доступу: https://msfz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/FZ001954
2. Звітність зі сталого розвитку GRI. – Режим доступу: <https://database.globalreporting.org/>
3. Sustainable development goals. – Режим доступу: <https://www.undp.org/content/undp/en/home/sustainable-development-goals/resources.html>

Федорів М. М.

здобувач вищої освіти ступеня магістра спеціальності «Облік і оподаткування»

Науковий керівник:

Савчук Т. В.

к.е.н., доц.,

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ЗАПАСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Практично будь-яке підприємство не може функціонувати без запасів і тому потрібно приділяти значну увагу раціональній і ефективній організації їх обліку на підприємстві. На виробничому підприємстві запаси повинні забезпечувати ритмічність, постійність та безперервність діяльності. На великих промислових підприємствах вони вимагають значних капіталовкладень, тому правильна організація обліку запасів забезпечить вчасний аналіз їх стану та впливу на фінансовий стан підприємства.

Дослідженню питань обліку запасів присвячена велика кількість напрацювань, авторами яких є такі вчені: Белова І. М., Бондаренко О.М., Бутинець Ф.Ф., Сопко В.В., Лень В.С., Смоленюк П.С. та інші. Віддаючи належне цим дослідженням, все ж залишається багато недостатньо опрацьованих питань щодо організації обліку запасів на підприємстві, шляхів його удосконалення, що і зумовлює актуальність даної роботи

Важливою передумовою обліку запасів є наявність єдиних і чітких підходів до тлумачення їх сутності та класифікації. Проте, на сьогоднішній день однозначної точки зору з приводу окресленої проблематики серед науковців не існує.

Методологічні основи формування в бухгалтерському обліку інформації про запаси і розкриття її у фінансовій звітності регламентуються Національним положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 9 «Запаси» [1], відповідно до п. 4 якого запаси – активи, які утримуються для подальшого продажу (розподілу, передачі) за умов звичайної господарської діяльності; перебувають у процесі виробництва з метою подальшого продажу

продукту виробництва; утримуються для споживання під час виробництва продукції, виконання робіт та надання послуг, а також управління підприємством. Запаси підприємства включаються до складу активів.

Згідно, МСБО 2 «Запаси» [2] – це активи, які: а) утримуються для продажу у звичайному ході бізнесу; б) перебувають у процесі виробництва для такого продажу або в) існують у формі основних чи допоміжних матеріалів для споживання у виробничому процесі або при наданні послуг.

Проаналізувавши погляди сучасних економістів на економічну категорію «запаси», можна зауважити, що, наприклад, у роботі О. Бондаренка [3] – узагальнене поняття, яке включає в себе і матеріальні ресурси, і предмети праці, і засоби праці, і предмети споживання, і товари. Тобто категорія запаси тісно пов'язана з вище переліченими складовими, між ними існує певний зв'язок. Ю. Єгорова [4] розглядає запаси, як найбільш важливу і значну частину оборотних активів підприємства, які обов'язково враховуються при визначенні результатів господарської діяльності підприємства та при висвітленні інформації про його фінансовий стан. З. Живко [5] вважає запасами оборотні активи у матеріальній формі, які належать установі та забезпечують її функціонування (або перебувають у процесі виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг) і будуть використані, як очікується, протягом одного року.

Отже, запаси є вагомою частиною активів підприємства, що підтримують виробничий процес. Вони займають особливе місце у складі майна та домінуючі позиції у структурі витрат підприємств різних сфер діяльності. Кожен науковець має своє розуміння щодо сутності запасів, і, незважаючи на те, що підходи до визначення запасів різняться, кожне з них має право на існування. На нашу думку, запаси - це оборотні активи, що формують виробничі ресурси підприємства. Запаси використовуються у процесі виробництва та/чи для інших потреб підприємства і їх вартість повністю переноситься на кінцевий продукт.

Важливим етапом функціонування та управління підприємства є затвердження облікової політики щодо визначення собівартості запасів, які надходять на підприємство, а також найбільш ефективного методу вибуття запасів із метою отримання максимальних економічних вигід від використання таких запасів.

Зазвичай до основних завдань облікової політики підприємств в частині обліку запасів відносять:

- затвердження переліку матеріально-відповідальних осіб, відповідальних за збереження запасів; визначення складу постійно діючої інвентаризаційної комісії та встановлення термінів проведення обов'язкових інвентаризацій;
- закріплення відповідальних осіб за ведення первинного обліку запасів;
- затвердження робочого плану рахунків;
- організація аналітичного обліку запасів;
- розроблення методики бухгалтерського обліку на підприємстві за елементами основних складових облікової політики.

На нашу думку, до завдань облікової політики підприємства в частині обліку запасів також слід віднести наступні:

- визначення методу списання запасів;
- визначення способу відображення транспортно-заготівельних витрат в обліку.

Основою раціональної організації бухгалтерського обліку наявності запасів та їх використання є своєчасне складання первинних документів та дотримання правил їх приймання та видачі. Чітка система документообігу прискорює оформлення і проходження документів, підвищує відповідальність працівників всіх рівнів, що мають справу з документами, за своєчасність їх складання, використання й опрацювання. Графік документообігу на підприємстві сприяє поліпшенню облікової роботи, посиленню контрольних функцій бухгалтерського обліку, підвищенню рівня його механізації та автоматизації.

Таким чином, ми переконалися, що організація обліку запасів є важливим інструментом для раціонального їх використання. При ефективній організації обліку запасів, підприємство забезпечує своєчасне одержання достовірної інформації, необхідної для управління запасами та здійснення їх обліку.

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси»: затв. наказом М-ва фінансів України від 20.10.1999 № 246. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99#Text>
2. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 2 «Запаси» від 01.01.2012р. [Електронний ресурс]. - Режим доступу - https://mof.gov.ua/storage/files/IAS-02_ukr_2016.
3. Бондаренко О. М. Економічна сутність та класифікація запасів: обліковий та управлінський аспекти / О. М. Бондаренко, А. Д. Тігаренко // Інвестиції: практика та досвід. - 2020. - № 2. - С. 63-67.
4. Єгорова Ю. Податковий облік товарів та виробничих запасів. Дебет-Кредит. 2012. №23. - Режим доступу: <https://dtkt.com.ua/show/1bid05325.html>
5. Живко З. Б. Словник сучасних економічних термінів : навч. посіб. – Львів : Край, 2014. [Електронний ресурс]. - Режим доступу <https://scholar.google.com.ua/scholar?oi=bibs&hl=ru&cites=7442568037953502142>

**СЕКЦІЯ 13
SECTION 13**



**МАРКЕТИНГ
MARKETING**

УДК 339.138

Приходько А. В.
здобувач вищої освіти
зі спеціальності «Маркетинг»,
Дніпровський національний університет
імені Олеся Гончара
Науковий керівник:
Гакова М. В.
к.е.н., доцент кафедри маркетингу
та міжнародного менеджменту,
Дніпровський національний університет
імені Олеся Гончара

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ МЕДІА-СТРАТЕГІЇ

Засоби масової інформації набули особливої значущості в нашому суспільстві. Підприємства та компанії мають підрозділи, призначені для ефективного ведення відносин зі ЗМІ. Вони розробляють методології, плани розвитку та покращення таких зв'язків. За кожним успішним медіа-планом стоїть ретельно розроблена стратегія. Розробка медіа-стратегії є основоположною умовою проведення будь-якої рекламної кампанії.

Поняття «медіа-стратегії» трактують по-різному. Якщо всі визначення узагальнити, то виходить, що медіа-стратегія – це програма логічних, взаємопов'язаних дій, засобів і методів, що проводяться в ЗМІ задля забезпечення ефективного існування та розвитку бренду в медіа-просторі та досягнення інших комунікативних цілей рекламної компанії. Роль медіа-стратегії полягає в тому, що вона дозволяє утворювати та втілювати масово-комунікаційні заходи, впливати на просування бренду та формування належної репутації компанії, підтримувати бажаний імідж підприємства, що в подальшому дозволить раціонально використовувати медіа-бюджет підприємства.

Головні питання, на які повинна відповісти медіа-стратегія: де, коли, як рекламувати, який тип носія використовувати. Вона має більш вузьке коло завдань в порівнянні з завданнями рекламної стратегії і фокусується на підборі каналів комунікації для вирішення певних ситуацій на підприємстві. Вибір медіа не може базуватися на інтуїції, він проходить серйозні тестування, досліджується досвід компаній, працюючих на даному ринку, аналізується минулий досвід при його наявності, оцінюється якість контенту, можливості генерації лідів, тобто потенційних контактів для майбутніх продажів [1, с. 22].

Розробка медіа-стратегії складається з наступних етапів:

1. Визначення та дослідження цільової аудиторії.

Цільова аудиторія (ЦА) повинна бути визначена максимально точно: вік, стать, професія, купівельні звички, інтереси, де і як проводять свій час, які медіа-канали використовують і т. д. Саме від цього залежить, наскільки ефективною виявиться подальша тактика дій.

2. Аналіз.

Проводиться аналіз відповідного сегмента ринку, конкурентного середовища, поведінки споживачів. Це необхідно для того, щоб найбільш правильно вибрати медіа-платформу та коригувати стратегію з урахуванням поведінки головних гравців на ринку.

3. Постановка цілей.

Будь-яка медіа стратегія ґрунтується на чітко сформульованих, зрозумілих завданнях та цілях. Корисним є метод визначення цілей «SMART»: ціль повинна бути конкретна, вимірювана, досяжна, реалістична та мати часові рамки [3].

4. Визначення бюджету.

Формування медіа-стратегії має будуватися в чіткій відповідності з виділеним на просування бюджетом. При цьому необхідно підбирати з можливих способів ті, які здатні донести інформацію до споживачів найбільш ефективно.

5. Вибір каналів та відповідних носіїв.

В процесі вибору ЗМІ необхідно акцентувати увагу на вподобання ЦА, можливості ЗМІ в досягненні цілей і завдань, а також оптимальне співвідношення обхвату ЦА, ціни та якості сприйняття повідомлення. Кожне медіа (Інтернет, соціальні медіа, телебачення, радіо, друковані матеріали тощо) має свої недоліки і переваги і, в залежності від поставлених цілей, вирішує ту чи іншу задачу.

6. Час та масштаб.

Рішення про тривалість, час, інтенсивність та періодичність показу реклами буде залежати від характеру продукту чи послуги, що просувається, особливостей аудиторії, якостей обраних засобів масової комунікації і т. д. Також необхідно вирішити, де проводити рекламну кампанію та на які регіони робити акцент. Позначається територіальне охоплення (географія) рекламної кампанії, тобто наскільки широко повинен бути представлений бренд. Після вирішення наведених вище питань починається процес розробки конкретного плану та подальша оцінка його ефективності [1, с. 22–26; 2, с. 128–131; 4].

Отже, медіа-стратегія дуже важлива, коли мова йде про брендинг і відправку повідомлення цільовій аудиторії. Без правильної медіа-стратегії повідомлення не досягне потрібних людей у потрібний час, і компанія в кінцевому підсумку витратить багато грошей. Ефективна медіа-стратегія має гармонійне поєднання всіх факторів, які необхідні для охоплення клієнта. Наявність конкретної медіа-стратегії допоможе досягти кращих результатів і отримати глибше уявлення, що призведе до більш ефективної кампанії в цілому.

Список літератури

1. Каримова М. Медіа-стратегія просування нового бренду. *Рекламні Ідеї*. 2004. №5. С. 22-26.
2. Сисоєва Т.Л., Тимохіна Г.С., Худякова Т.С. Нові підходи до розробки медіа-стратегії в умовах економічної кризи. *Практичний маркетинг*. 2017. №11. С. 128-131.
3. Hitesh Bhasin. Media Strategy: Meaning, Elements and Types. URL: <https://www.marketing91.com/media-strategy/>
4. MBA Skool Team. Media Strategy: Meaning, Importance, Factors & Example. URL: <https://www.mbaskool.com/business-concepts/marketing-and-strategy-terms/12126-media-strategy.html>

**СЕКЦІЯ 14
SECTION 14**



**МЕНЕДЖМЕНТ
MANAGEMENT**

УДК 330.88

Байда Н. В.

Львівський національний університет
імені Івана Франка

УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЯМИ З КЛІЄНТАМИ В УМОВАХ ЗМІН

Протягом останніх десяти років майже всі компанії почали інвестувати в систему управління комунікаціями з клієнтами, щоб краще з ними взаємодіяти. З появою новітніх каналів зв'язку організаціям стає все важче втримувати своїх клієнтів і забезпечувати їх багатоканальне спілкування за допомогою існуючих платформ ССМ.

Організації потребують Управління комунікаціями з клієнтами, яке допомагає адаптуватися, масштабуватися та швидко змінюватися при потребі, щоб задовольнити попит клієнта.

Метою нашого дослідження є дослідження впливу змін на управління комунікаціями з клієнтами підприємства., взявши за приклад ТОВ «Нова Пошта». Хоча концепція управління комунікацією з клієнтами вже існує тривалий час, зараз вона значно складніша, ніж будь-коли раніше – в основному через перехід до цифрових комунікацій.

Управління комунікаціями з клієнтами (Customer communications management, CCM) – це створення, керування та здійснення комунікації з клієнтами по кількох каналах, що забезпечує послідовний і персоналізований досвід роботи з клієнтами. Основна мета - це мати міцні та довготривалі зв'язки зі своїми клієнтами.

«Нова Пошта» – українська компанія, яка забезпечує сервіс експрес-доставки документів, вантажів і посилок для фізичних осіб та бізнесу.

2014 рік для «Нової пошти», як і для всієї України, став одним із найтяжчих випробувань. Компанія втратила близько 30% своїх відділень, які були повністю розграбовані окупантами. Утім, вона вистояла й швидко надолужила втрачене. Вагомим поштовхом для розвитку стало відкриття представництв у Грузії і Молдові. «Нова пошта Глобал» вже за рік змогла закріпитись на ринку міжнародної доставки та зарекомендувати себе, як надійний партнер для багатьох європейських компаній.

У 2015 році «Нова пошта» остаточно перестала бути звичайним сервісом доставки. Вона починає пропонувати цілий комплекс різноманітних логістичних і фінансових сервісів. Водночас компанія презентує мобільний застосунок, який дозволяє самостійно створювати відправлення, керувати ним і відстежувати його переміщення [4].

Під час карантину й викликаних ним локдаунів «Нова пошта» реалізувала понад 10 проектів, спрямованих на підтримку незахищених верств населення – пенсіонерів, малозабезпечених і багатодітних сімей.

Незважаючи на початок жорсткого карантину в Україні, поштовий оператор і надалі працював в звичному режимі, без особливих обмежень. Єдине обмеження пов'язане з правилами перебування в приміщеннях поштових відділень. До яких належить носіння масок, дотримання дистанції, дезінфекція рук тощо.

Серед основних пріоритетів Стратегії-2020 – підвищення ефективності внутрішньокорпоративних і логістичних процесів, використання інноваційних рішень, поліпшення існуючих і запуск нових продуктів і сервісів (адресна доставка, запуск і розвиток мережі власних поштоматів).

Крім того, в компанії прагнуть до того, щоб найближчими роками «Нова Пошта» стала для українців love mark - улюбленим сервісом експрес-доставки, яким користуються регулярно і з задоволенням, а також рекомендують іншим. Тут постійно працюють над удосконаленням сервісу для того, щоб кожен контакт клієнта з компанією залишав по собі тільки позитивні враження [5].

Покращення комунікацій з клієнтами є доволі довгою та нелегкою мандрівкою. І різні компанії знаходяться на різних етапах цієї подорожі.

Якщо ж говорити про компанію «Нова пошта», то вона на даний час використовує CCM, очолене ІТ-відділом. Тобто, як такого окремого СХ-відділу (по клієнтському досвіду) там наразі немає. І це означає, що дана компанія є лише на початковому етапі управління комунікаціями з клієнтами.

Спілкування є важливою складовою клієнтського досвіду, тому необхідно приділяти йому належну увагу. Оскільки зараз, досвід клієнтів є більш важливим, ніж будь-коли, ви несете відповідальність за забезпечення найкращого досвіду та залишення незабутнього враження. Ключ до кращого досвіду клієнтів – це ефективне управління комунікаціями з клієнтами.

Список літератури

1. Гришук А.М., Семенишин В.О. Методики оцінки ефективності комунікацій в системі менеджменту. Вісник Львівського університету. Серія економічна. Вип. 43. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2010. С. 184-196.
2. Кузьмін О. С., Яцура В. В. Управління змінами: навч. посіб.; Нац. ун-т «Львів. політехніка». Львів: Вид-во Львів. політехніки, 2014. - 355 с.
3. Ramos D. Tips and Software for Mastering Customer Communication Management, 2020. – 10 с.
4. Діяльність ТОВ «Нова пошта»: веб-сайт. URL: <https://novaposhta.ua>.
5. «Нова пошта» історія успіху без протекторату: веб-сайт. URL: <https://new.finance.ua/ua/30-rokiv-nezalezhnosti/nova-poshta>.

6. Zimmerer J. The Five Core Capabilities of CCM Software, 2019. 3 с.

7. Choosing the Best CCM Software For Your Company: 9 Things to Look For: веб-сайт. URL: <https://www.mhcautomation.com/blog/choosing-the-best-ccm-software-for-your-company-9-things-to-look-for/>.

УДК 331:14

Боровик М. В.

д-р екон. наук, доцент, професор кафедри
менеджменту і публічного адміністрування
Харківського національного університету міського
господарства імені О.М. Бекетова,

Лисенко К. С.

здобувач вищої освіти спеціальності 073 «Менеджмент»
Харківського національного університету міського
господарства імені О. М. Бекетова

ОРГАНІЗАЦІЙНА ДІАГНОСТИКА ПРИЧИН ВИНИКНЕННЯ КОНФЛІКТІВ В УПРАВЛІННІ ОРГАНІЗАЦІЄЮ

Конфлікт – це невід’ємна частина життя кожної людини, один з факторів, який знижує результативність діяльності персоналу, що руйнує відносини між людьми, але також і надає позитивний ефект, привносячи якісні зміни в життя людей, організацій, суспільство в цілому.

З давніх-давен вивчаються питання про можливість існування людства без конфліктів і про те, що він є проявом дисфункцій на підприємстві, аномальним явищем в суспільного життя. Але за певних умов конфлікт може викликати і позитивні наслідки, які можуть привести до певних оновлень, змін, прогресу, психологічної розрядки або навіть згуртованості колективу.

Управління конфліктами в організації є однією з найважливіших функцій керівника. В середньому керівники різних ланок витрачають близько 20% свого робочого часу на вирішення конфліктів між співробітниками. Для ефективного управління конфліктними ситуаціями необхідні знання про те, які конфлікти бувають, яким чином вони виникають і протікають, як їх можна усунути і які наслідки вони можуть принести [1], тобто майстерність управління конфліктом будується на глибоких знаннях керівника про природу, технології та особливості відповідного інструментарію. Початковим етапом роботи з конфліктами вважається виявлення його природи [2].

Управління конфліктами як складний процес включає конкретні види діяльності [3]:

- діагностика та регулювання конфлікту на основі коригування поведінки його учасників;
- прогнозування розвитку конфліктів і оцінка їхньої функціональної спрямованості;
- розв’язання конфлікту.

Для ефективного управління конфліктами в діяльності організації дуже важлива процедура аналізу конфліктних ситуацій, саме в процесі організаційної діагностики виявляються приховані проблеми. Результатом діагностики є виокремлення потенційних конфліктів, оголення зон розбіжностей. Тільки після виявлення потенційного конфлікту можна починати займатися пошуком його причин і визначенням особливостей його управління. Отже діагностика є невід’ємним елементом управління конфліктами.

До основних причин виникнення конфліктів в діяльності організації можна віднести:

- 1) порушення комунікації, а саме через відсутність діалогу між структурними підрозділами компанія не може діяти як злагоджений механізм, і досягати спільної мети;
- 2) нерівноцінне ставлення керівництва до окремих співробітникам;
- 3) розбіжність формальних та неформальних відносин, також служить підмогою для конфлікту;
- 4) хибне уявлення працівників про те, що начальник займає не своє місце, в цьому випадку його доручення і рішення можуть бойкотувати, що відповідно веде до неефективного функціонування системи і вертикальному конфлікту.

Також звичайно не варто забувати про такий феномен як конфліктні особистості їм просто необхідний конфлікт, вони часто стають його ініціаторами, причому передумови і основу конфлікт може не мати, конфлікт тут виступає як сама мета. Виділяють п’ять типів конфліктних особистостей: демонстративний, ригідний, некерований, надточний і

безконфліктний. Така типологія вважається найбільш універсальною. Середній показник конфліктних особистостей в групах складає 7%. При формуванні колективу важливо враховувати цю складову, і по можливості виключати присутність індивідів, які можуть спровокувати конфлікт, для цієї мети існує безліч тестів, щодо виявлення рівня конфліктності особистості.

Слід відзначити, що на виникнення конфліктів впливає психологічна несумісність особистостей. Це особливо важливо при формуванні робочих груп, які змушені знаходитися в тривалому і частому контакті.

Таким чином, можна зробити висновок, що проведення аналізу причин конфліктів в діяльності організацій дозволяє зрозуміти, чому і як розвивається конфлікт, намітити способи їх усунення. Аналіз причин виникнення конфліктів в діяльності організації є підґрунтям для подальшого вибору та застосування ефективних методів управління конфліктами.

Список літератури

1. Матвійчук Т. Ф. Конфліктологія : навчально-методичний посібник. Львів : Вид-во «ГАЛИЧ-ПРЕС», 2018. 76 с.
2. Гірник А. М. Основи конфліктології : навчальний посібник для студ. вищ. навч. закл. Київ : Києво-Могилянська академія. 2010. 222 с.
3. Мескон М.Х. Основы менеджмента: пер. с англ. М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. Москва : Вильямс, 2009. 692 с.

УДК 658:338.24

Рудінська О. В.

к.е.н., доц.,

доцент кафедри менеджменту та інновацій

Одеського національного університету імені І. І. Мечникова,

Бессарабова Н.-К.

студентка 1 курсу магістратури

спеціальності 073 «Менеджмент»

Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

За неймовірно складних та водночас цікавих сучасних умов існування, конкурентоспроможність в системі стратегічного управління посідає одне з основних місць. Саме за допомогою правильної оцінки та прогнозування конкурентоспроможності, підприємства залишаються на ринку та вигідно/перспективно/прибутково продовжують свою діяльність.

На жаль, у науковій літературі не існує єдиного визначення щодо конкурентоспроможності підприємства, також дане поняття не визначено нормативно-правовими актами України. Часто під конкурентоспроможністю підприємства розуміють ефективні результати його господарської діяльності, а також здатність вміло продавати товари-субститути, використовуючи як цінові, так і не цінові якості, отримавши переваги над підприємством-конкурентом аналогічної продукції.

На мій погляд, найповнішим та більш точним визначенням конкурентоспроможності підприємства є визначення А. Г. Дементьєвої: «Конкурентоспроможність – це сукупність переваг і здатності суб'єкта в порівнянні з йому подібними в боротьбі за досягнення мети, характерної для них, в умовах дії законів певного навколишнього середовища». [1, с. 65]

Треба зазначити, що поняття «конкуренція» та «конкурентоспроможність» не є тотожними, їх треба відрізнити та розглядати окремо, оскільки конкуренція – це економічний процес, який показує причинно-наслідковий зв'язок між виробництвом продукції та її реалізацією. Це суперництво між певними суб'єктами господарювання за отримання більшого прибутку та зайняття певної частки на ринку. Саме конкуренція спонукає підприємства на створення конкурентоспроможного товару та є поштовхом для подальшого розвитку ринку товарів і послуг.

Конкурентоспроможність підприємства являє собою сукупність факторів, невід'ємною частиною якого є менеджмент та маркетингова складова. Сьогодні, правильно обрана маркетингова стратегія, ефективні канали збуту, репутація компанії, реклама, сильна торгівельна марка та ефективно налаштований таргет складають половину успіху у підвищенні конкурентоспроможності підприємства. Дана складова потребує значних витрат та вкладень, але саме за допомогою неї підприємство встигає вчасно оновлювати та удосконалювати товари, впроваджувати нові, швидко реагувати на зміни попиту та бути мобільними при таких швидких змінах світу.

Окрім рекламної компанії, важливу роль відіграє соціальний аспект. Підприємства, що впровадили у свою діяльність корпоративну соціальну відповідальність (КСВ), є набагато привабливішими, як для користувачів, так і для інвесторів, згодом - нових партнерів.

Привілеї використання концепції КСВ виявляються у підвищенні темпів економічного зростання, збільшення прибутку, скороченні операційних витрат, підвищенні рівня довіри та лояльності споживачів, зміцненні репутації й іміджу компанії, підвищенні якості управління бізнесом та розширення доступу до ринку високопрофесійної робочої сили [2, с. 106].

Ефективним важелем підвищення рівня конкурентоспроможності є впровадження екосистем у свою діяльність та, зокрема, у виробництво. Повторне використання сировини, подовження терміну життєвого циклу продукту, впровадження інновацій, вдосконалення рівня безпеки товарів, перехід на використання альтернативної енергетики – все це є запорукою підвищення рівня конкурентоспроможності на внутрішньому ринку сьогодні та успішного бізнесу у майбутньому, відкриваючи можливості та перспективи виходу на світовий ринок.

Конкурентоспроможність підприємства є високодинамічною характеристикою, оскільки, по-перше, не існують абсолютної конкурентоспроможності, по-друге, воно має відносний характер, а по-третє, сильно реагує на постійні зміни у внутрішніх та зовнішніх середовищах: підприємство може бути конкурентоздатним на внутрішньому ринку, а на міжнародному – ні.

У рамках стратегічного управління, за допомогою якого менеджери здійснюють довгострокове керування компанією, визначають та розробляють стратегії для досягнення різноманітних цілей, ефективними засобами підвищення конкурентоспроможності є випуск нового прогресивного товару, диференціація продуктів чи послуг, гнучкість цінової політики, а отже й здатність задовольнити всі сегменти ринку.

Конкурентоспроможність підприємства - це комплексна порівняльна, яка є результатом людського капіталу. Створення добрих умов для працівників, їх підвищення кваліфікації, наймання кращих висококомпетентних спеціалістів на керівні посади та правильне мотивування їх зі сторони власника – перспективний шлях розвитку підприємства. З одного боку, він потребує чимало часу, вкладень і коштів, а з іншого – має приголомшливий ефект. Працівник, якому надають можливість професійно зростати, будувати кар'єру, реалізовувати власні проекти у рамках діяльності компанії завжди буде дбати про її імідж та суспільну думку.

Важливим є постійне підвищення якості продукції, оскільки конкурентоспроможність підприємства оцінюється споживачами з точки зору задоволення ними своїх потреб. Перевага дістається тому підприємству, чия продукція давно відома та випробувана самими споживачами, яка займає постійну частку на ринку, яка має свій асортимент та несе певні гарантії. Довіра споживача потребує часу, вдалого територіального розміщення, правильної дистрибуторської організації, та позитивних відгуків від «реальних» людей. Значну роль конкурентоспроможність підприємства відіграє для країни в цілому, оскільки підвищення конкурентоспроможності продукції на міжнародних ринках дозволяє збільшити експорт країни та зрівноважити платіжний баланс.

Отже, підвищення рівня конкурентоспроможності є важливим аспектом для підприємства, але не є самоціллю для нього. Воно насамперед залежить від об'єктивної оцінки доцільності виробництва певного продукту/ надання послуги та шляхів її вдосконалення, оскільки при підрахунку конкурентної спроможності враховують всю номенклатурну продукцію підприємства; рівня компетенції працівників; рівня технічного оснащення; мінливості купівельного попиту та оцінки можливих ризиків; знання власних

головних переваг та реалізації потенційних можливостей, тому що конкурентоспроможність підприємства є сенс розглядати лише в довгостроковій перспективі.

Список літератури

1. Дементьева А. Конкурентоспроможність міжнародних компаній / А. Дементьева // Маркетинг. - 2003. - № 3. - С. 64-67.
2. Бессарабова Н.-К.А., Орлова Н.В. Социальная ответственность бизнеса как фактор конкурентоспособности фирмы. Матеріали Х Міжнародного круглого столу «Актуальні соціально-економічні та правові проблеми розвитку України та її регіонів». Секція аспірантів, здобувачів та студентів. Одеса: ОФФСЕТІК. 2019. С. 103-106.
3. Рудінська О.В., Ефективний менеджмент як невід'ємний компонент конкурентоспроможності. Другі економіко-правові студії : матеріали Всеукр. наук.- практич. конф. молодих вчених, Одеса, 10 жовт. 2019 р. – Одеса : Фенікс, 2019. URL: https://scholar.google.com.ua/citations?view_op=view_citation&hl=ru&user=M0AQ5AQAAAAJ&cstart=20&pagesize=80&citation_for_view=M0AQ5AQAAAAJ:ns9cj8mVeAC
4. Рудінська О.В., Основи менеджменту та маркетингу в медицині. URL: https://scholar.google.com.ua/citations?view_op=view_citation&hl=ru&user=M0AQ5AQAAAAJ&citation_for_view=M0AQ5AQAAAAJ:NMxIID16LWMC

Копішинська К. О.

к.е.н., доц.,

доцент кафедри менеджменту підприємств,

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»,

Топунова В. Ю.

студентка,

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ ЦИФРОВІЗАЦІЄЮ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасному світі ефективне управління бізнесом потребує впровадження в систему управління нових методів та інструментів, які дозволять оперативно та чітко реагувати на зміни в зовнішньому середовищі. Цифровізація бізнес-процесів є одним з інструментів удосконалення управління бізнес-процесами підприємства.

Цифровізація передбачає впровадження в бізнес-процеси сучасних інформаційних технологій, що сприяє виходу підприємства на більш високий рівень розвитку. Вона змінює підходи до управління, розвиває додаткові способи комунікації, формує нову корпоративну культуру та цінності компанії. Результатом цифровізації бізнес-процесів підприємства є підвищення його конкурентоспроможності та зростання ефективності його функціонування [1].

Процес – це конкретне впорядкування робочої діяльності у часі та просторі з початком і кінцем та чітко визначеними вхідними та вихідними даними: структура дій. Бізнес-процес – це повний, динамічно скоординований набір видів діяльності або логічно пов'язаних завдань, які здійснюються з метою виконання визначеного завдання.

Управління бізнес-процесами – це комплексний підхід до реалізації цілей підприємства. Він концентрується на оптимізації способів ведення бізнес-процесів в організаціях з метою підвищення ефективності операцій в організації [2]. З метою забезпечення довгострокової конкурентної позиції на ринку підприємствам необхідно постійно розвиватись, змінювати та удосконалювати свої бізнес-процеси відповідно до ринкових умов та потреб споживачів.

Бізнес-процеси допомагають досягти таких ключових результатів:

- досягнення стратегічних цілей підприємства;
- оптимізація ресурсів підприємства;
- підвищення дисципліни в повсякденній діяльності.

За результатами досліджень, проведених компанією Ernst & Young, цифровізація найбільше впливає на такі складові бізнес-процесів як: взаємодія з клієнтами, вартісна пропозиція та управління внутрішньою інфраструктурою [3].

Впровадження цифрових технологій на підприємстві сприяє формуванню більш досконалих бізнес-процесів, забезпечуючи гнучкість, адаптивність та кращу пристосованість підприємства до швидких змін зовнішнього середовища, результатом чого є підвищення загальної конкурентоспроможності підприємства.

Пандемія коронавірусної хвороби COVID-19 істотно сприяла активізації роботи багатьох промислових підприємств в напрямі цифровізації їх бізнес-процесів.

Цифровізація бізнес-процесів передбачає послідовну реалізацію таких заходів [3]:

- збирання інформації про бізнес-процес, його моделювання, ідентифікацію;
- виявлення місць виникнення, оброблення та споживання інформації;
- моделювання інформаційних бізнес-процесів в рамках бізнес-процесів;
- модифікація інформаційної системи з урахуванням цієї моделі;
- створення автоматизованої інформаційної системи (за допомогою апаратно-програмних засобів);
- контролінг бізнес-процесів (фіксація параметрів бізнес-процесів в інформаційній системі, постановка планів, створення звітності тощо) [3].

До основних принципів управління цифровізацією бізнес-процесів підприємства можна віднести:

- 1) взаємоузгодженості – управління цифровізацією бізнес-процесів повинно відповідати та бути узгодженим із загальними цілями розвитку підприємства та його планами;
- 2) економічності – управління цифровізацією бізнес-процесів повинно бути спрямоване на мінімізацію витрат підприємства;
- 3) оптимальності – передбачає, що управління цифровізацією бізнес-процесів спрямоване на вибір найкращого технічного рішення, яке зокрема, спроможне забезпечити оптимальне співвідношення між результатами цифровізації та витратами на її впровадження;
- 4) повноти інформації – впровадження цифрових технологій у бізнес-процеси підприємства повинно бути забезпечене повним обсягом необхідної інформації для максимізації результату;
- 5) саморегуляції та адаптації – коригування управлінських рішень відповідно до змін зовнішнього середовища.

Використання зазначених принципів у процесі управління цифровізацією бізнес-процесів підприємства шляхом впровадження передових технічних рішень спроможне забезпечити підвищення ефективності його діяльності, зростання рівня конкурентоспроможності підприємства.

Список літератури

1. Томашевський О. М., Цегелик Г. Г., Вітер М. Б., Дудук В. І. Інформаційні технології та моделювання бізнес-процесів. навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 296 с.
2. Короткий Э.М. Дослідження систем управління: Підручник для вузів. М.:ДеКа, 2000. 208 с.
3. Лазебник Л.Л., Войтенко В.О. Інформаційна інфраструктура в цифровізації бізнес-процесів підприємства. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2020. Випуск 42. С. 18–22. URL: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2020/42-2020/5.pdf> (дата звернення: 16.10.2021).

УДК 658:338.24

Рудінська О. В.

к. е. н., доцент кафедри менеджменту та інновацій
Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

Чепурна Л. В.

магістрант,
Одеського національного університету імені І.І. Мечникова

БРЕНДИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ЯК ОСНОВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасна економіка характеризується споживчою витонченістю та вимагає від компаній застосування стратегічно нових підходів та методів, які суттєво відрізнятимуть їх від конкурентів з точки зору продуктів, послуг, структури, системи тощо. Одним із

найсильніших інструментів створення конкурентної переваги є брендинг, який дозволяє вирізнити товар серед інших, а також досягти і закріпити бажані позиції на ринку.

Бренд є цінним активом компанії, адже його наявність означає, що навіть при наближено рівних споживчих і інших властивостях товар чи послугу більше купуватимуть. Головна ціль – сформуванню стійку позицію бренду у свідомості покупця.

Якщо більш детально розглядати саме поняття бренду, то важливо зазначити, що в українському законодавстві термін «бренд» не закріплений взагалі та не має ніякого юридичного захисту. Проте, згідно із визначенням російського рекламиста І. Рожкова: брендинг – це діяльність із створення тривалої прихильності до товару на основі спільного впливу на споживача рекламних звернень, товарної марки, пакування, матеріалів сейлзпромоушн та інших елементів реклами, об'єднаних певною ідеєю та фірмовим оформленням, які виокремлюють товар серед конкурентів і створюють його образ [1].

Що стосується переваг бренду, то можна виділити такі основні [2]:

- 1) отримання додаткового доходу;
- 2) полегшення процедури вибору товарів;
- 3) ідентифікацію компанії-виробника та її товарів;
- 4) спрощення виходу на нові ринки з новими товарами;
- 5) полегшення співпраці з партнерами;
- 6) інвестування в майбутнє;
- 7) забезпечення емоційного зв'язку з покупцем;
- 8) розвиток галузей виробництва, в яких працюють бренди;
- 9) створення історії та репутації.

XXI столітті використання брендингових стратегій має першочергове значення, але формування їх є достатньо трудомістким процесом, тому багато компаній нехтують цим і тим самим втрачають свою конкурентоспроможність. Успіх компанії залежить від правильно обраної стратегії бренду, яка, свою чергу, вимагає точне розуміння її головних аспектів, а також структури.

За результатами проведеного аналізу, загалом, можна виділити п'ять типів стратегій управління брендами, які часто використовуються на практиці та відобразимо їх у таблиці 1.

Таблиця 1

П'ять головних типів брендингових стратегій

Назва стратегії	Опис
Стратегія розширення товарної лінії	Підприємство випускає додаткові товарні одиниці в тій же категорії товарів під тим же брендом, але із новими характеристиками
Стратегія розширення меж використання бренду	Використання успішних марочних назв для випуску нових або модифікованих товарів у новій категорії;
Стратегія корпоративних брендів	Просування всіх своїх товарів на ринок під єдиним брендом. Багато західних менеджерів усе більше схиляються до парасолькового підходу – створення майстер-брендів. Багато великих підприємств уже давно так діють, розмішуючи придбані підприємства під парасолькою свого майстер-бренду (корпоративного бренду).
Стратегія мультимарок	Створення додаткових брендів в одній і тій же категорії товарів
Стратегія нових брендів	Використовується під час виробництва нової категорії товарів

Розроблено на основі [3]

Для того щоб зробити вибір у напрямку тієї чи іншої стратегії потрібно проаналізувати теперішній стан компанії та ринок на якому вона реалізує свою діяльність, визначити цілі компанії та обрати брендові платформи та інструменти. Вибір того чи іншого виду стратегії бренду, що має за мету довгострокове зростання прибутковості своєї компанії, залежить від відповідності бренду структурі бізнесу; можливості побудови піраміди брендів; рівня концентрації зусиль на групі сильних брендів [4].

Наприклад, якщо ринок на який компанія намагається ввійти є на етапі зрілості, брендингова стратегія повинна мати нішеву направленість, адже при наявності лідерів на ринку необхідно чітко виділити свою відмінність для споживача.

Отже, бренд як один із основних засобів створення стійких переваг підприємства дає можливість покращувати лояльність споживачів та формує чіткий образ про товар чи послугу. Підприємства мають зосередити свою увагу на виборі оптимальної стратегії

бренду, враховуючи їх основні характеристики, адже бренд можемо віднести до найважливіших його активів.

Список літератури

1. Амосов О. Ю. Брендинг як основний інструмент маркетингу в Україні / О. Ю. Амосов, Н. В. Діденко, К. Ю. Лебедєва // Інвестиції: практика та досвід. - 2015. - № 12. - С. 10-12. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2015_
2. Зоріна, О. Формування бренду як складової конкурентоспроможності підприємства. Економіка та управління національним господарством. 2018. №23. С. 40. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/23_2018_ukr/9.pdf
3. Зборовський Р. В. Планування бренд-стратегії підприємства. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». 2018. Вип. 30. URL: <http://ejournal.kspu.edu/index.php/ej/article/view/253/249>
4. Рудінська О.В. Особливості інтернаціоналізації інноваційно-інвестиційної діяльності / О.В. Рудінська, Доценко В.П. // Стратегічні пріоритети соціально-економічного розвитку в умовах інституційних перетворень глобального середовища: IX міжнар. наук.-практ. конф. (Одеса, 25 вересня 2020 року). – Одеса, 2020.

СЕКЦІЯ 15

SECTION 15

УДК 336.76:311.15

**МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА
ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ
MATHEMATICAL METHODS, MODELS, AND
INFORMATIONAL TECHNOLOGIES IN ECONOMICS**

Заболоцький М. В.

д. ф.-м. н., професор, професор кафедри
математичної економіки, економетрії,
фінансової та страхової математики
Львівський національний університет
імені Івана Франка

Заболоцький Т. М.

д. е. н., професор
професор кафедри програмування
Львівський національний університет
імені Івана Франка

Петришин М. Ю.

магістр 1 року навчання
Львівський національний університет
імені Івана Франка

**ВПЛИВ АВТОКОРЕЛАЦІЙ ДОХІДНОСТЕЙ НА
ВЛАСТИВОСТІ ОЦІНКИ БЕТА-КОЕФІЦІЄНТА**

Диверсифікація відіграє важливу роль у фінансах. Зауважимо, що диверсифікація дозволяє зменшити лише несистематичний ризик, натомість систематичний ризик зменшити неможливо. Для вимірювання систематичного ризику часто використовують бета-коефіцієнт (β), показник ризику портфеля у порівнянні з певним еталонним портфелем. Оскільки значення β залежить від невідомої матриці коваріацій вектора дохідностей активів портфелів [1], то на практиці ми змушені використовувати оцінку β , яка є випадковою величиною. Властивості вибіркової оцінки β за умови, що ваги портфеля інвестора та еталонного є сталими і вектор дохідностей активів яких поводить як багатовимірний нормально розподілений вектор незалежний в часі, досліджено в роботі [1]. В [2] розглянута аналогічна задача для портфеля інвестора з найменшою дисперсією.

Метою нашого дослідження є вивчення властивостей вибіркової оцінки бета-коефіцієнта за припущення, що вектор дохідностей активів портфелів, поводить як слабо стаціонарний процес Гауса, тобто є нормально розподіленим та його реалізації є автокорельованими.

Нехай портфель інвестора та еталонний портфель складені з однакових активів. Позначимо $\mathbf{X}_t = (X_{1t}, X_{2t}, \dots, X_{kt})'$ вектор дохідностей активів портфелів та припустимо, що він поводить як слабо стаціонарний процес, $\text{Var}(\mathbf{X}_t) = \Gamma(0)$ його коваріаційна матриця, β –

бета-коефіцієнт портфеля інвестора з вагами \mathbf{w} . Аналогічно до [1], припускаємо, що ваги портфеля інвестора та еталонного є сталими, отримуємо

$$\beta = \frac{\text{Cov}(\mathbf{w}_b' \mathbf{X}_t, \mathbf{w}' \mathbf{X}_t)}{\text{Var}(\mathbf{w}_b' \mathbf{X}_t)} = \frac{\mathbf{w}_b' \Gamma(0) \mathbf{w}}{\mathbf{w}_b' \Gamma(0) \mathbf{w}_b}. \quad (1)$$

Зауважимо, що матриця $\Gamma(0)$ є невідома на практиці. На основі n історичних значень вектора дохідностей активів $\mathbf{X}_1, \mathbf{X}_2, \dots, \mathbf{X}_n$ знаходимо $\hat{\boldsymbol{\mu}}$ та $\hat{\Gamma}(0)$ відповідно вибіркові оцінки метаматичного сподівання $\boldsymbol{\mu}$ та коваріаційної матриці $\Gamma(0)$ та будуємо вибіркову оцінку $\hat{\beta}$ бета-коефіцієнта β

$$\hat{\beta} = \frac{\mathbf{w}_b' \hat{\Gamma}(0) \mathbf{w}}{\mathbf{w}_b' \hat{\Gamma}(0) \mathbf{w}_b}. \quad (2)$$

Теорема 1. Нехай еталонний портфель та портфель інвестора сформовані з однакових k активів, вектори їх ваг \mathbf{w}_b та \mathbf{w} є сталими, а вектор дохідностей активів портфелів \mathbf{X}_t поводитья як стаціонарний процес Гауса з середнім $\boldsymbol{\mu}$ та матрицею автоковаріацій зі зміщення h $\Gamma(h)$. Якщо матриця $\Gamma(0)$ додатньо визначена, то

$$\sqrt{n}(\hat{\beta} - \beta) \xrightarrow{d} N(0; \sigma_{cor}^2), n \rightarrow \infty$$

де

$$\sigma_{cor}^2 = \frac{1}{\sigma_b^4} \sum_{h=-\infty}^{+\infty} (q_h(\mathbf{w}; \mathbf{w}) q_h(\mathbf{w}_b; \mathbf{w}_b) + q_h(\mathbf{w}; \mathbf{w}_b)^2) + 2 \frac{\beta^2}{\sigma_b^4} \sum_{h=-\infty}^{+\infty} q(\mathbf{w}_b; \mathbf{w}_b)^2 - 4 \frac{\beta}{\sigma_b^4} \sum_{h=-\infty}^{+\infty} q_n(\mathbf{w}_b; \mathbf{w}_b) q_n(\mathbf{w}; \mathbf{w}_b),$$

$$\sigma_b^2 = \mathbf{w}_b' \Gamma(0) \mathbf{w}_b \text{ і } q_h(\mathbf{a}, \mathbf{b}) = \mathbf{a}' \Gamma(h) \mathbf{b} \text{ для довільних } k\text{-вимірних векторів } \mathbf{a} \text{ і } \mathbf{b}.$$

З теореми 1.14 роботи [3, с. 8] випливає, що вибіркова оцінка σ_{cor} консистентна, а отже, може бути використана на практиці.

Дослідимо швидкість збіжності емпіричних густин до асимптотичної. Припустимо, що вектор дохідностей \mathbf{X}_t поводитья як VAR(p) (vector autoregressive) процес. На основі даних про щоденні дохідності акцій 30 компаній з переліку Dow Jones за період з 01.01.2017 до 14.04.2021 (всього 1077 спостережень) оцінимо спочатку порядок моделі p , а потім параметри самої моделі. Надалі прийнемо, що оцінки, які ми отримали, є точними значеннями параметрів моделі. За ваги еталонного портфеля візьмемо портфель DJIA станом на 14.04.2021. Розглянемо 6 портфелів інвестора, які складаються з $k = \{5, 10, 15, 20, 25, 30\}$ перших акцій посортованих в алфавітному порядку з переліку Dow Jones з однаковими вагами. Згенеруємо вибірку з моделі обсягу n та оцінимо на її основі бета-коефіцієнт. Повторимо цю процедуру 100000 разів та на основі отриманих значень побудуємо емпіричну густину та порівняємо емпіричні середні значення та дисперсії з відповідними асимптотичними значеннями.

На основі проведеного імітаційного моделювання встановлено, що збіжність емпіричних розподілів до асимптотичного є доволі швидкою, при обсягу вибірки зі 120 спостережень та при кількості 30-ти активів у портфелях емпіричні середні значення та дисперсія становлять $(-0,00017)$ та $0,00996$ при асимптотичному середньому значенні 0 , дисперсії $-0,00976$ та при точному значенні бета-коефіцієнта $0,92704$. Отже, отримані асимптотичні результати можуть бути використані на практиці з метою моделювання поведінки вибіркової оцінки бета коефіцієнта за сталих ваг еталонного портфеля та портфеля інвестора.

Список літератури

1. Bodnar T., Gupta A. K., Vitlinskiy V., Zabolotsky T. Statistical inference for the β coefficient. *Risks*. 2019. № 7 (2). 56.
2. Yaroshko S. M., Zabolotsky M. V., Zabolotsky T. M. Properties of the beta-coefficient of the global minimum variance portfolio. *Mathematical modeling and computing*. 2021. Vol. 8, № 1. P. 11–21.
3. DasGupta A. Asymptotic theory of statistics and probability. New York : Springer, 2008. 722 p.

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ, ОБЛІКУ,
ФІНАНСІВ ТА ПРАВА В XXI СТОЛІТТІ**

**Збірник тез доповідей Міжнародної
науково-практичної конференції
частина 1
(26 жовтня 2021 р.)**

Українською, англійською та російською мовами

Відповідальний за випуск: Загородний І. Д.

Технічний редактор: Нестеренко В. О.

Художній редактор: Михайленко К. В.

Коректор: Остаповець Н. М.

Дизайнери й верстальники: Артеменко А. А, Григоренко Л. О.

Підписано до друку 25.10.2021 р. Формат 60x90/16

Папір офсетний. Друк – ризографія. Умовн. друк. арк. 4,8

Гарнітура Times New Roman.

Наклад 500 примірників. Зам. № 13497

Надруковано у ФОП Сидоренко А. В.

Свідоцтво про державну реєстрацію серія В01 № 710364 від 07.01.2007 р.

36000, м. Полтава, вул. Дмитра Коряка, 3

Всі права захищені.

Відповідальність за зміст матеріалів несуть автори.

Редакційна колегія може не поділяти думок авторів.



Офіційний сайт: <http://www.economics.in.ua>

