

МІЖДИСЦИПЛІНАРНІ НАУКОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ: ОСОБЛИВОСТІ ТА ТЕНДЕНЦІЇ

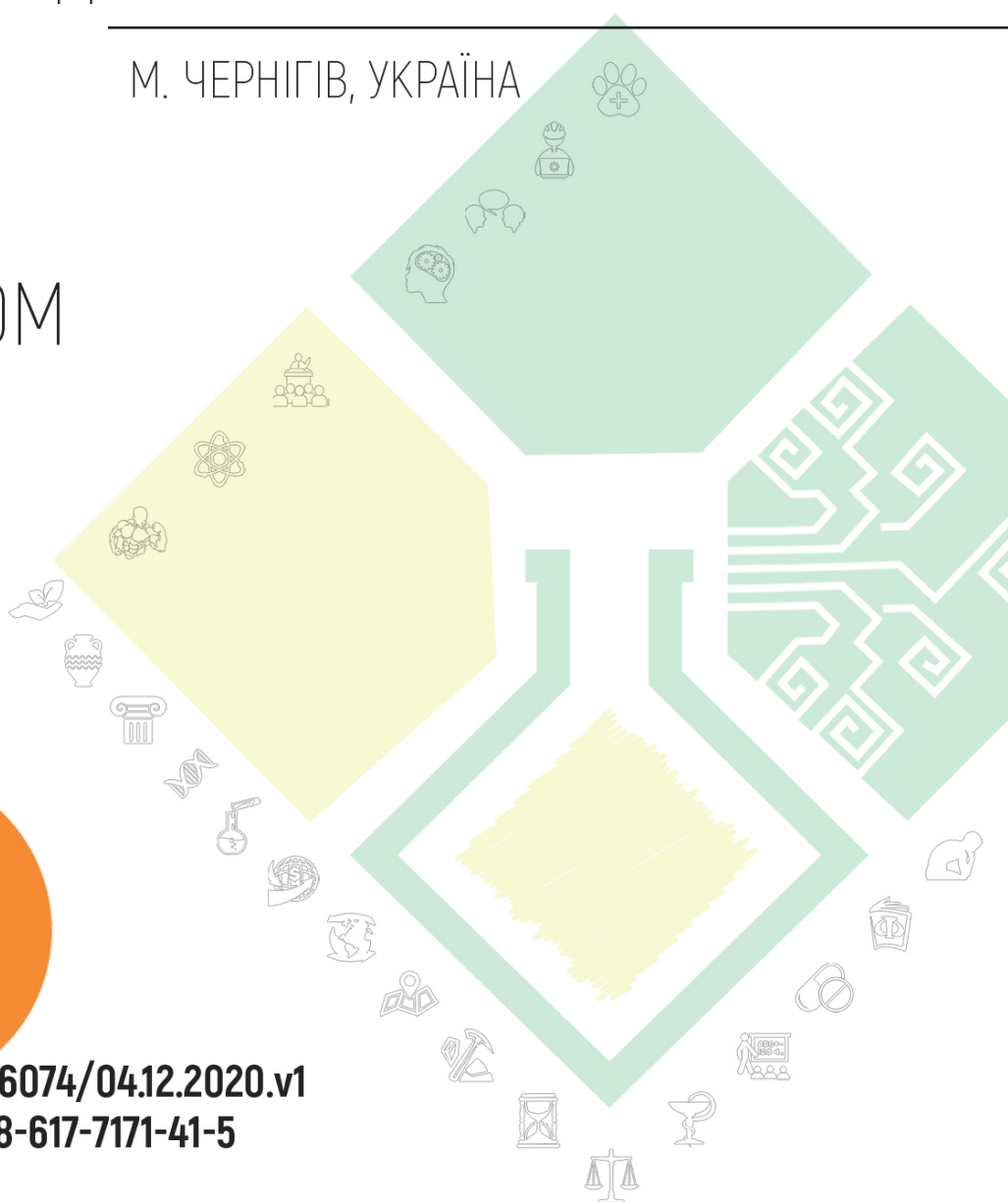
4 ГРУДНЯ 2020 РІК

М. ЧЕРНІГІВ, УКРАЇНА

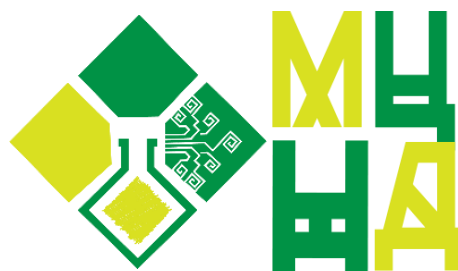
1 TOM



DOI 10.36074/04.12.2020.v1
ISBN 978-617-7171-41-5



МАТЕРІАЛИ
МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ



МІЖДИСЦИПЛІНАРНІ НАУКОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ: ОСОБЛИВОСТІ ТА ТЕНДЕНЦІЇ

4 ГРУДНЯ 2020 РІК

1

ТОМ

Чернігів ♦ Україна



Голова оргкомітету: Рабей Н.Р.

Верстка: Білоус Т.В.

Дизайн: Бондаренко І.В.

М 58 **Міждисциплінарні наукові дослідження: особливості та тенденції:** матеріали міжнародної наукової конференції (Т. 1), 4 грудня, 2020 рік. Чернігів, Україна: МЦНД.

ISBN 978-617-7171-41-5

DOI 10.36074/04.12.2020.v1

Викладено матеріали учасників міжнародної мультидисциплінарної наукової конференції «Міждисциплінарні наукові дослідження: особливості та тенденції», яка відбулася у місті Чернігів 4 грудня 2020 року.

Конференцію зареєстровано Державною науковою установою «УкрІНТЕІ» в базі даних науково-технічних заходів України та інформаційному бюлетені «План проведення наукових, науково-технічних заходів в Україні» (Посвідчення № 449 від 05.10.2020).

Матеріали конференції знаходяться у відкритому доступі на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).



Всі роботи збірника відображені в Google Scholar. Роботи, що містять цифровий ідентифікатор DOI індексуються в ORCID, CrossRef та OUCI (Український індекс наукового цитування).

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ І. ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

THE ROLE OF THE HUMAN FACTOR IN THE ENTERPRISE SECURITY SYSTEM

Dede A., Khytrykova J., Sokolova M. 6

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

Дерій В.А. 9

АУДИТ РОЗРАХУНКІВ З ОПЛАТИ ПРАЦІ

Кудлай А.В. 12

ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ ШЛЯХОМ
ОПТИМІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ ПОТОКАМИ НА
ПІДПРИЄМСТВІ

Бурда Н.В. 17

ВЕНЧУРНИЙ КАПІТАЛ, ЯК ЗАПОРУКА РОЗВИТКУ ЕФЕКТИВНОГО
ФУНКЦІОНУВАННЯ МАЛИХ ІННОВАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Герасимчук Р.С. 20

ВИЗНАЧЕННЯ ЧИННИКІВ ФОРМУВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДВИЩЕННЯ
РИНКОВОЇ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Симак А.В., Ємельянов О.Ю. 22

ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА ЕКОНОМІЧНУ АКТИВНІСТЬ В КРАЇНАХ
СВІТУ

Тищенко В.В. 24

ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ФІНАНСОВИЙ РИНОК

Васенко К.О. 27

ДО ОЦІНЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Бражнік Л.В. 29

ДОСЛІДЖЕННЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ В СУЧАСНИХ РИНКОВИХ
УМОВАХ

Бабюк А.Б., Громова О.Є. 31

ДОСЛІДЖЕННЯ СТРАТЕГІЙ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ НА
ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Брежнєва Л.С. 33

ЕКОНОМІЧНИЙ ЕФЕКТ ВІД ПСИХІЧНОГО ЗДОРОВ'Я В ОРГАНІЗАЦІЇ

Слюнько М.В., Ховрат А.В. 39

ЗАХИСНІ МЕХАНІЗМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО
РИНКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ПОШИРЕННЯ COVID-19

Гончар В.І. 42

ЗАХОДИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ ПРАЦІ В УМОВАХ СУСПІЛЬНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ Біленко О.В., Ткаченко В.В.	45
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ: СУТНІСТЬ ТА ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ Кравчук К.	48
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ НОВОСТВОРЕНОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ЕТАПІ ВИХОДУ НА РИНОК Гаркуша В.О.	53
МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ РЕАЛІЗАЦІЇ ЗАХОДІВ ЗІ ЗРОСТАННЯ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВ Ємельянов О.Ю.	60
МОЖЛИВОСТІ РЕГУЛЯТОРНОЇ «ПІСОЧНИЦІ» ДЛЯ СТИМУЛЮВАННЯ ФІНАНСОВИХ ІННОВАЦІЙ В СІНГАПУРІ: ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ Шуба М.В.	63
НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ПІДХОДІВ ДО РЕГУЛЮВАННЯ БАНКІВСЬКОЇ ЛІКВІДНОСТІ Тищенко О.І.	66
ОБҐРУНТУВАННЯ УЗАГАЛЬНЮЮЧОГО ПОКАЗНИКА ОЦІНЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ Гальович О.П., Ємельянов О.Ю.	69
ОПТИМІЗАЦІЯ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА Климко М.Р.	72
ОСНОВНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ Яровенко В.С.	74
ОСНОВНІ ПОЛОЖЕННЯ КЛЮЧОВИХ ПОКАЗНИКІВ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ Даниленко В.В.	77
ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ ОБЛІКУ ТА ОПОДАТКУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ МАЛОГО БІЗНЕСУ В КРАЇНАХ ЄС Дмитренко О.М.	79
ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ВІТЧИЗНЯНИХ СУБ'ЄКТІВ ДЕРЖАВНОГО СЕКТОРУ Ісаншина Г.Ю., Бачуріна І.В.	82
ПРИЧИНИ ТА НАСЛІДКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ЗАХОДІВ З РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ Петрушка Т.О., Юхман Я.В., Петрушка К.І.	85

ПРОБЛЕМИ СТРАХОВОГО РИНКУ В УКРАЇНІ 2020 Марущак Т.С.	81
ПРЯМІ ІНОЗЕМНІ ІНВЕСТИЦІЇ У 2014-2019 РОКАХ Токман Д.А.	91
РОЗВИТОК ОВЕРСАЙТА ПЛАТІЖНИХ СИСТЕМ В УКРАЇНІ Грибенюк І.С.	93
СВІТОВА ЕКОНОМІКА: НАПРЯМИ ГЛОБАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ТА МОЖЛИВОСТІ УКРАЇНИ Топал О.І., Топал А.О.	96
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОЦЕСИ В РИНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ: СУТЬ І ПОНЯТТЯ Приймак В.І., Прийма С.С., Гинда О.М.	102
СТАЛИЙ РОЗВИТОК ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ПРИНЦИПІВ, НА ЯКИХ ГРУНТУЄТЬСЯ НЕФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ Олійник Я.В., Бондар Т.А., Кучерява М.В.	105
СУТНІСТЬ ТА ДЖЕРЕЛА ВИНИКНЕННЯ ОПЕРАЦІЙНИХ РИЗИКІВ В БАНКУ Соколовська Н.С.	109
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА Хабінець О.М., Дорош П.В., Бак Н.А.	112
ТРАНСНАЦІОНАЛІЗАЦІЯ І РЕГІОНАЛІЗАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ Шергіна Л.А., Жемба А.Й.	114
УНИКАЛЬНЫЕ КАНАЛЫ ДИСТРИБУЦИИ Жолуд А.А., Пеховская Е.П.	116
УПРАВЛІННЯ ЗАЦІКАВЛЕНИМИ СТОРОНАМИ ПІД ЧАС РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТІВ В ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ Токаренко О.І., Захарова А.А.	118
УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА: ВИКЛИКИ ТА ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ Зайченко Є.О.	122
ФІНАНСОВЕ ШАХРАЙСТВО: ПРИЧИНИ ВИНИКНЕННЯ ТА ЗАСОБИ БОРотьБИ Гордєєва Т.А.	126
ФУНКЦІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ Савчук С.В.	129
ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ КВАЗІСУБ'ЄКТІВ ДЕРЖАВНОГО КОНТРОЛЮ УКРАЇНИ ЗА ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ Дороніна Ю.А.	132

СЕКЦІЯ І. ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

THE ROLE OF THE HUMAN FACTOR IN THE ENTERPRISE SECURITY SYSTEM

Anastasiia Dede

Odessa National Maritime University, Ukraine

Julia Khytrykova

Odessa National Maritime University, Ukraine

Mariia Sokolova

Applicant for Higher Education Degree,
Department of Economics and Finance
Odessa National Maritime University, Ukraine

The concept of the human factor is as old as humanity. But for the first time it was clearly formulated and introduced in the scientific discipline of ergonomics, which comprehensively studies a person in the specific conditions of his activity and is associated with the use of technical means.

A person, technical means and environment in ergonomics are considered as a single complex functioning whole, in which the leading role belongs to a person. Ergonomics defines the human factor as an aggregate systemic property, which is the integral characteristics of the relationship between a person, environment and technical means.

The human factor should be considered as “a specific designation of human functioning in the system of social, economic, production, scientific and technical, organizational and managerial and other relations; everything that relates to a person as a subject of activity in various spheres of social life.

In relation to the properties of the components of any system, the human factor reflects the complex properties of the second order that arise as a result of the integration of the characteristics of the environment, technical means and humans. At the same time, the practical value of ergonomics as a scientific discipline is determined by the level of synthesis in it of “human” and “technical” aspects, and it is not the individual functional capabilities of perception, thinking and actions of a working person that are important, but his activity as a whole. In this regard, concepts such as “man” and “human factor” are essentially different” [1, p. 75-78].

The concept of “human factor” in the system of social production, where it is appropriate to apply it, is determined by the three most significant components that characterize a person:

- a set of needs;
- a set of possibilities;
- a set of abilities to fulfill needs with appropriate opportunities.

Despite of his social nature, a person, while retaining significant traits of individuality, constantly solves a certain optimization problem for an acceptable balance of satisfying personal and public interests.

In practice, human activity is not unambiguous. In his mind, a complex dynamic system of priorities and preferences operates in the choice of the priority of solving certain problems, which must always be borne in mind when analyzing any human activity, especially in the field of decision-making.

Since its formal emergence, in the 60s, the field of study of the role of the human factor in the most diverse areas of human activity has expanded significantly, and now it is possible to single out the areas of its specialization, i.e. areas where the bulk of knowledge about the human factor is concentrated:

- labor activity and its design;
- health planning (labor protection) and safety;
- functional analysis of activities and decision making;
- modeling of activities

In reality, it is difficult to name such an area of action that would not require taking into account the human factor. We can only talk about a greater or lesser degree of his influence in this area.

At present time, the technical means and the labor activity of a person have become so complicated that they can no longer be considered as separate elements, but only as elements of a complex system "man - machine". It should be noted that there is a significant difference in the understanding of ergonomics in European countries and in the United States. This difference lies in the fact that Europe is characterized by a medical and physiological orientation, while for the USA - a psychological one. These two concepts at a certain historical stage predetermined the further development of ergonomics and studies of the role of the human factor in certain events in the performance of a particular activity.

It was the psychological theory of decision making that formed the basis for managing organizations, first in the United States, and then in other countries of the world. This topic has received its further development in connection with the widespread use of computer technology and its inclusion in the complex function of human decision-making, especially in modern conditions with ever-increasing flows of information and increasing responsibility for decisions.

The human factor in technology, as it is understood in the United States, is "an application in accordance with certain principles of data on human behavior to the design, development and evaluation of equipment, subsystems and systems" [2, p. 113-114].

When studying the role of the human factor in a variety of circumstances, it is also necessary to take into account that both a person as a person and society as a whole (the state, a narrower circle) as a community of people live according to the same laws: the social environment is anthropomorphic, that is, similar a person, and vice versa. And in this regard, as a rule, it is not a person who controls his functions, passions and natural needs, but they control him. This is most clearly manifested in the culture of production.

Despite of the fact that in each specific case a personal approach is required, for example, in the selection of personnel, in some cases it is necessary to take into account the gender of the performer.

It should be noted that the influence of the environment on the formation of a person is also twofold: on the one hand, it provides stability, continuity, traditions, etc. ("Anthill society"), i.e. provides a kind of cultural community, including industrial culture.

The accumulated experience suggests that a woman, as a carrier of information about the stability of the species, is more suitable for work where attention is required for frequently repeated operations. A man, as a carrier of information of variability (adaptability) of a species, is more suitable for work of the "action" type. Although this is only statistics [3, p.70].

The study of the role of the human factor in decision-making (management, management responsibility, etc.) in the field of safety is the most relevant in the field of hazardous technologies.

When solving any practical problems, especially in the use of hazardous technologies, the question of the need to take into account and reasonable use of the human factor is increasingly raised.

References:

1. Suglovov, A. E., Khmelev, S. A. & Orlova, E. A. (2015). Economic security of the enterprise. *Economic security*, (2), 70-82.
2. Work not more, but more efficiently. (2013). *Standards and quality*, (12), 110-122.
3. Dadalko, V. A. & Bolysbek, A. Zh. (2016). Ensuring the economic security of business entities (for example, enterprises of the Republic of Kazakhstan). *Insurance business*, (5), 67-74.

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

Дерій Вероніка Андріївна

здобувач вищої освіти факультету економіки, бізнесу та міжнародних відносин
Університет митної справи та фінансів, Україна

Науковий керівник: Міщенко Дмитро Анатолійович

д.н.держ.упр., професор кафедри державних, місцевих та корпоративних фінансів
Університет митної справи та фінансів, Україна

Залучення вітчизняної економіки до світових глобалістичних процесів сприяє розширенню можливостей України вести торгові операції на міжнародних ринках. Незважаючи на сприятливі зовнішні умови для розвитку зовнішньої торгівлі, є певні перешкоди внутрішнього характеру - військово-політичний конфлікт на Донбасі, погіршення економічних відносин з Росією, криза в економіці. Тому умови та можливості співпраці українських підприємств із закордонними партнерами змінюються. Нинішній стан зовнішньої торгівлі в Україні та вибір напрямків її здійснення залежить від зовнішньоекономічної політики, яку проводить уряд та соціально-економічного стану національної економіки [1; 3].

Інформація, наведена у (табл. 1), відображає показники економічного розвитку України в 2014-2019 рр. та свідчить про незначне зростання економіки України. Протягом 2019 року ВВП зріс на 3%, реальне споживання - на 3,5%, а валове формування основного капіталу - на 14%.

Українська промисловість показала скорочення майже на 2%, що є гіршим показником, ніж у попередньому році. Однак повільні темпи економічного росту були зумовлені зростанням інфляційного тиску, політичною нестабільністю, підвищенням облікової ставки до 18% річних, а також недостатнім зростанням внутрішнього виробництва, що стало основними факторами дестабілізації економіки.

Таблиця 1

Динаміка показників розвитку економіки України за 2015-2019 рр.

Ключові показники	Роки				
	2015	2016	2017	2018	2019
Національні рахунки					
ВВП, млрд грн.	1 979	2 385	2 983	3 483	3 975
ВВП, реальний, %	93,4	90,2	102,4	102,5	103,0
Споживання, реальне, %	93,8	84,8	102,0	107,1	103,5
Валове нагромадження основного капіталу, реальне, %	76	90,8	120,4	118,2	114,0
Промисловість та сільське господарство					
Промислове виробництво, реальне, %	89,9	87	102,8	100,4	101,7
Сільськогосподарське виробництво, реальне, %	102,2	95,2	106,3	97,3	108,0
Зовнішньоекономічна діяльність					
Експорт товарів і послуг, %	85,7	73,0	96,4	116,6	108,6
Імпорт товарів і послуг, %	72,9	70,7	103,7	123,6	114,3
Сальдо, млн. дол.	3356,2	3828,2	541,6	-2501,1	-5826,1
Прямі інвестиції, млн. дол. США	299	3 012	3 268	2 59	2 300

дані сформовано з [2]

Загальновідомий факт, що всі країни імпортують товари, які вони не виробляють самостійно, і, щоб заробити на них, вони експортують власну продукцію. В Україні, згідно зі звітами Держстату України [2] протягом 2015-2020 рр., імпорт у більшості випадків перевищує експорт, тоді як негативне сальдо зовнішньої торгівлі зросло за останні два роки, що у світовій практиці вважається дуже поганою тенденцією, оскільки надмірний імпорт сприяє насиченню внутрішнього ринку імпортними товарами та зачіпає інтереси вітчизняних виробників. Тобто українці продовжують купувати за кордоном більше, ніж продавати, використовуючи переважно кредитні кошти, що призводить до накопичення боргу та погіршення фінансового стану [4].

Основними торговими партнерами України у 2019 році були 212 країн, головними з яких є: Росія, Китай, Чехія, Польща, Туреччина, Італія, Німеччина, Індія, Білорусь, Угорщина, США, Франція, Швейцарія, Австрія, Швеція,. Нещодавно Європейський Союз став стратегічним партнером для України, оскільки майже 44% обсягу товарів та послуг Україна експортує до Європи.

Структура експорту України (%) 2019 р.



Рис. 1. Структура експорту товарів України у 2019 р. (%)
дані сформовано з [2]

Суттєвих змін у структурі українського експорту з початку 2019 року не сталося (рис. 1). Як і раніше, три чверті вітчизняного експорту – це експорт сировини та продукції з низьким ступенем обробки. Зокрема, майже половина нашого експорту у січні–червні цього року припала на: аграрну продукцію – 41,5%, чорні метали – 22,8%, мінеральні продукти – 10%.

Структура імпорту товарів України (%) у 2019 р.



Рис. 2. Структура імпорту товарів України у 2019 р. (%)
дані сформовано з [2]

Основними позиціями імпорту (рис. 2) в Україну залишаються мінеральні продукти (паливні ресурси) (21,9%), машини та обладнання (20,1%), а також продукти хімічної промисловості (13,8%). В Україні спостерігається негативне сальдо зовнішньо-торгівельного балансу. Відповідно зростає абсолютна величина негативного сальдо торгового балансу країни [5].

Сьогодні українська економіка характеризується відсутністю значних позитивних досягнень у зовнішній торгівлі. Тому адекватна та своєчасна реакція на велику міжнародну торгову війну, якщо вона все-таки розпочнеться, є особливо актуальним завданням української зовнішньої торгівлі, поряд із відбиттям російської торгової агресії. Тому, щоб і надалі нарощувати темпи зростання економічної співпраці з партнерами з ЄС та інших сильних країн світу, Україні потрібно якомога швидше завершити розпочаті реформи в країні: поліпшувати інвестиційний клімат; провести реформу податкової політики; викорінити корупцію; зміцнити демократію та самоврядування; реформувати законодавство відповідно стандартів ЄС [6].

Діяльність у зовнішній торгівлі України повинна бути спрямована на подальше зміцнення економіки країни, а саме:

- нарощування експорту для досягнення позитивного сальдо зовнішньоторгівельного балансу;
- здійснення політики імпортозаміщення товарів та послуг;
- диверсифікація статей експорту товарів та послуг України в бік науковмісної продукції з високою доданою вартістю;
- забезпечення високого рівня національної безпеки України;
- збільшення обсягу державних дотацій суб'єктів господарювання в стратегічно важливих секторах економіки;
- залучення іноземних інвестицій для технологічної оптимізації виробництва до рівня вимог ЄС;
- забезпечення конкурентоспроможності українських товарів на світовому ринку та розширення мережі їх збуту.

Список використаних джерел:

1. Білоган О.І. (2015) Оптимізація структури зовнішньої торгівлі країн Центральної та Східної Європи: дис. канд. ек. наук: 08.00.02. Львів.
2. Державна служба статистики України. Вилучено з <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Краснодєд, Т. Л. (2019) Аналіз експортно-імпортних операцій України на сучасному етапі. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство, (22), 32–35.
4. Петрова, Г. Є. (2019) Аналіз сучасного стану зовнішньої торгівлі України. *Держава та регіони*. Серія : Економіка та підприємництво, (4) , 20–25.
5. П'янкова, О.В. & Ралко, О.С. (2016) Зовнішня торгівля України: проблематика структурних змін та пріоритетів. *Світове господарство і міжнародні економічні відносини*, (5), 15–18.
6. Тохтамиш, Т.О., Ягольницький, О.А. & Овчиннікова, М.А.. (2018) Теоретичні аспекти організації зовнішньої торгівлі України з країнами Європейського Союзу. *Проблеми системного підходу в економіці*, (64), 45–52.

АУДИТ РОЗРАХУНКІВ З ОПЛАТИ ПРАЦІ

Кудлай Альбіна Віталіївна

здобувач вищої освіти факультету економіки

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Україна

Науковий керівник: Федотова Тетяна Анатоліївна

канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри статистики, обліку та економічної інформатики

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Україна

Оплата праці займає на підприємстві одне з головних питань в його діяльності, оскільки заробітна плата є основним стимулом, який заохочує працівників не тільки до просто виконання роботи, але й до отримання ефективних кінцевих результатів, результативність яких впливає на розмір заробітної плати. Питання щодо розрахунків з оплати праці є одним з основних питань, на яке роботодавець повинен звернути свою увагу, оскільки від того як нараховується заробітна плата, залежить величина формування собівартості продукції, а в подальшому й фінансові результати підприємства.

Тему аудиту розрахунків з оплати праці вивчали та досліджували багато науковців. Серед них слід виділити таких, як: Бутинець Ф.Ф., Загородній А.Г., Кулаковська Л.П., Рагуліна І. І., Рудницький В. С., Мельник Т.Г., Новиков І.Т., Колот А. М., Ільїна С.Б., Олійчук М.Ф., Хомин П. Я. та ін.

При розрахунку заробітної плати бухгалтер має чітко слідувати законам, бути уважним, щоб не допустити помилок у розрахунках та формуванні документів. Адже помилки можуть мати далекосяжні наслідки як для підприємства (недостовірність фінансової звітності, штрафні санкції), так і для самого бухгалтера (звільнення). Але не дивлячись на це, все ж оплата праці є однією з центральних ділянок обліку на підприємстві, де існує висока можливість допущення помилок та правопорушень. Це можуть бути як ненавмисні помилки, пов'язані з неосвіченістю, неухважністю (помилки під час арифметичних розрахунків, неправильно складені бухгалтерські проведення), так і спеціально допущені шахрайства (неповне утримання авансів, включення до відомостей підставних осіб). Крім того, виділяють методологічні помилки, які пов'язані з недотриманням правил та законів чинного законодавства, у тому числі Закону України «Про оплату праці» [1] та Кодексу законів про працю України [2], якими регулюються основні питання щодо нарахування та виплати заробітної плати. Усі ці помилки та порушення можуть мати страшні наслідки для подальшої діяльності підприємства.

Отже, не можна плутати помилки, допущені під час розрахунків з оплати праці, та шахрайство. У табл.1 наведено основні види помилок, які можуть бути допущені під час розрахунків з оплати праці.

Таблиця 1

Види помилок, які можливі під час здійснення розрахунків з оплати праці

Види помилок	Їх різновиди	Приклад
Лічильні (помилки в обчисленнях)	Механічні помилки	При введенні до програми вихідних даних про нараховану заробітну плату
	Помилки в арифметичних діях	Неправильно розрахована сума заробітної плати
	Помилки, допущені через збій у бухгалтерській програмі	Дворазове нарахування заробітної плати

Продовження табл. 1

Види помилок	Їх різновиди	Приклад
Нелічильні (помилки в застосуванні законів та інших нормативно-правових актів, у тому числі колективного договору, які не пов'язані з обчисленнями)	Неправильно застосовані норми чинного законодавства	Нарахування суми заробітної плати менше, ніж сума встановленої чинним законодавством мінімальної зарплати
	Неправильно застосовані норми колективного договору	Помилково нарахована премія

Джерело: сформовано автором на основі: [3]

На відміну від ненавмисно здійснених помилок шахрайство несе більш складні наслідки для підприємства - підприємство може бути притягнене до дисциплінарної, матеріальної, адміністративної, або, навіть, кримінальної відповідальності. У табл.2 узагальнено основні види порушень, які можуть бути допущені при розрахунку заробітної плати, а також наслідки, які вони за собою несуть.

Таблиця 2

Види порушень при нарахуванні зарплати та їх наслідки

Види порушень	Вплив допущених порушень на достовірність бухгалтерської звітності, а також дотримання чинного законодавства
Не використовуються типові форми первинних документів з оплати праці	Ускладнює процес нарахування та виплати заробітної плати, а також процес перевірки даних
Не використовуються таблиці обліку робочого часу	Призводить до неможливості перевірки правильності нарахування погодинних та інших видів оплати праці
Включення до відомостей по нарахуванню заробітної плати підставних осіб	Дає можливість приховати реальну величину прибутку для того, щоб не сплачувати податки.
Неправильне застосування тарифних ставок при визначенні розміру заробітної плати	Призводить до неправильного визначення розміру заробітку працівника, наслідком чого є недостовірність нарахування та виплати зарплати, недостовірність розрахованого середнього заробітку працівника, а внаслідок – і сум відпускних та лікарняних
До сукупного доходу працівників не включаються суми премій та виданих їм подарунків	Призводить до заниження бази оподаткування для податку на доходи фізичних осіб та інших видів утримань
Неправильно розраховується податок на доходи фізичних осіб із заробітної працівника	Призводить до кінцевого неправильного розрахунку величини податку, що тягне за собою викривлення розрахунків з бюджетом по податку та порушення правил чинного законодавства
Неправильно розраховується Єдиний соціальний внесок на зарплату працівника, що пов'язане з неправильним застосуванням бази нарахування або розміру страхових тарифів, а також неправильним застосуванням соціальних пільг	Відбувається викривлення розрахунків з Пенсійним фондом України
Завищення сум заробітної плати у розрахунково-платіжних відомостях	Призводить до неправильного розрахунку з працівниками, з'являється можливість розкрадання коштів з каси, призначених для оплати праці

Продовження табл. 2

Види порушень	Вплив допущених порушень на достовірність бухгалтерської звітності, а також дотримання чинного законодавства
Недостовірність визначення обсягів виконаних працівниками робіт	Виникає недостовірність розрахунків основної й додаткової оплати праці
До собівартості продукції включаються вартість капітального будівництва, адміністративних потреб	Внаслідок цього завищується собівартість продукції та зменшується величина прибутку з метою ухилення від сплати податків
Неправильно розраховуються суми по іншим видам оплат	Призводить до неправильного розрахунку бази оподаткування

Джерело: узагальнено автором

Отже, облік праці та її оплати є складним процесом та потребує роботи з великою кількістю первинної документації, а також він є ефективною можливістю підприємства зменшити величину оподаткованого прибутку та ухилитися від сплати податків. Саме тому розрахунки з оплати праці є однією найактуальніших тем при проведенні аудиту на підприємстві, метою якого є виявлення у фінансовій звітності, в бухгалтерському обліку та первинних документах помилок та порушень щодо достовірності та законності з питань розрахунків з оплати праці, а також дотримання трудового законодавства.

Для здійснення аудиту розрахунків з оплати праці аудитором складається план перевірки, в якому зазначено перелік етапів аудиту та строки їх виконання, а також програма перевірки, в якій міститься перелік аудиторських процедур.

На базі вище зазначених можливих помилок та порушень можна виділити основні завдання аудиту розрахунків з оплати праці:

- 1) контроль за дотриманням правил та вимог чинного законодавства щодо розрахунків з оплати праці;
- 2) встановлення правильності укладання трудових угод з працівниками;
- 3) встановлення законності та повноти утримань із заробітної плати та інших виплат працівникам;
- 4) встановлення достовірності, законності і повноти відображення операцій щодо розрахунків з оплати праці;
- 5) дотримання посадових окладів згідно з затвердженим на підприємстві штатним розписом і тарифними ставками;
- 6) здійснення перевірки взаємозв'язку аналітичного та синтетичного обліку розрахунків з оплати праці;
- 7) перевірка дотримання термінів виплати заробітної плати працівникам;
- 8) надання оцінки повноти відображення здійснених операцій щодо розрахунків з оплати праці в бухгалтерському обліку на підприємстві;
- 9) встановлення правильності створення резерву оплати відпусток працівникам;
- 10) перевірка правильності відображення показників фінансової звітності підприємства щодо показників оплати праці [4].

Методику аудиту розрахунків з оплати праці можна сформулювати за порядком формування господарських операцій, пов'язаних з оплатою праці.

У табл.3 наведено господарські операції, які підпадають під перевірку при проведенні аудиту розрахунків з оплати праці.

Таблиця 3

Аудит розрахунків з оплати праці на основі господарських операцій щодо оплати праці

Господарські операції	Об'єкти, що підлягають перевірці при проведенні аудиту
Нарахування заробітної плати	Нарахування основної заробітної плати
	Нарахування додаткової заробітної плати
	Нарахування заохочувальних та компенсаційних виплат
	Нарахування сум відпускних та лікарняних
	Розрахунок середньої заробітної плати
Нарахування на заробітну плату	Нарахування Єдиного соціального внеску (ЄСВ)
Утримання із заробітної плати	Утримання ПДФО
	Утримання військового збору
	Утримання професійних внесків
	Інші утримання
	Своєчасно неповернуті підзвітні суми
Виплата заробітної плати працівникам	Визначення суми заробітної плати до виплати працівникам
	Виплата заробітної плати працівникам через банк або касу
Узагальнення інформації щодо розрахунків з оплати праці на рахунках синтетичного та аналітичного обліку	Узагальнення інформації на рахунках бухгалтерського обліку 66 «Розрахунки за виплатами працівникам», 651 «За розрахунками із загальнообов'язкового державного соціального страхування» тощо.
Відображення інформації про розрахунки з оплати праці у фінансовій звітності	Звіт про фінансовий стан (форма №1)
	Звіт про фінансовий результат (форма №2)
	Звіт про рух грошових коштів (форма №3)

Джерело: узагальнено автором

Загалом аудит розрахунків з оплати праці проводиться на підставі застосування різного виду документів, звітності тощо. Це пов'язано з тим, що заробітна платна не є активом та не має матеріальної форми, як, наприклад, основні засоби чи запаси. Отже, основними джерелами інформації, які використовуються під час аудиту розрахунків з оплати праці, є:

1) загально-організаційні: колективний договір; положення про оплату праці, про відпустки; посадові інструкції, штатні розписи; правила внутрішнього розпорядку;

2) кадрові документи: накази по кадрах, особові справи працівників (особові картки, трудові договори); акти виконаних робіт;

3) бухгалтерські документи: Табелі обліку робочого часу, розрахункові відомості по заробітній платі, платіжні відомості по заробітній платі, особові рахунки касові документи та інші документи [4].

До того ж, перевірці аудитором підлягають і графіки на відпустку працівників, їх накази на відпустку. Також аудитор перераховує кількість днів відпустки. На базі цього, порівнюючи отримані дані з даними, що містять табелі обліку робочого часу, аудитор досліджує правильність розрахованих сум відпускних, а також компенсацій, які підприємство зобов'язане виплачувати працівникам за невикористану ними відпустку. Крім того, аудитор зобов'язаний перевірити наявність та правильність нарахування резерву на оплату відпусток.

Завершальним етапом аудиту розрахунків з оплати праці є формування аудиторського звіту та висловлення думки аудитора щодо правильності ведення обліку оплати праці (правильності нарахування заробітної плати, достовірності документів щодо її виплати, повноти та достовірності наведення інформації про оплату праці в облікових регістрах та фінансовій звітності).

Отже, на сьогоднішній день в процесі проведення аудиту на підприємстві найбільшу ділянку роботи займає саме аудит розрахунків з оплати праці, оскільки даний вид аудиту є специфічним, а заробітна плата є однією з головних статей витрат підприємства. Від її рівня залежить вартість продукції, робіт, послуг підприємства, а в подальшому й величина його доходів та прибутку. Оплата праці – це одне з центральних місць концентрації допущених помилок та навмисних порушень. Тому основною задачею аудитора при перевірці розрахунків з оплати праці є виявлення таких помилок та порушень, а також встановлення достовірності ведення обліку розрахунків по заробітній платі на підприємстві і його відповідності до вимог чинного законодавства.

На сьогоднішній день аудит розрахунків з оплати праці проводиться за рахунок використання різних інформаційних систем, але все ж це не дає великого позитивного ефекту, оскільки ще не розроблено чітко модифікованих технологій проведення аудиту. Внаслідок цього рівень якості аудиту не є високим, адже для його проведення аудитор за короткий встановлений йому термін має здійснити перевірку великої кількості документів, пов'язаних з оплатою праці. Тому вдосконалення аудиту, в першу чергу, потребує впровадження нових автоматизованих систем, які позитивно вплинуть на якість та швидкість роботи аудитора.

Список використаних джерел:

1. Про оплату праці(Закон України).№ 108/95-ВР (1995). Вилучено з <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/108/95-%D0%B2%D1%80>
2. Кодекс законів про працюУкраїни(Кодекс України) № 322-VIII.(1971). Вилучено з <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08>
3. «Зумів помилитися - зумій і виправитися», абоВиправляємо разом «зарплатні» помилки.(2013). Податки та бухгалтерський облік, (№80). Вилучено із<https://i.factor.ua/ukr/journals/nibu/2013/october/issue-80/article-64150.html>
4. Жогова, О. (2013)Аудит розрахунків з оплати праці. *Незалежний аудитор*, №7 (18).

ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ ШЛЯХОМ ОПТИМІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ ПОТОКАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Бурда Наталія Володимирівна

канд. екон. наук, доцент кафедри економіки, маркетингу та підприємництва
*Державний заклад «Луганський національний університет
імені Тараса Шевченка», Україна*

На сучасному етапі розвитку економіки країни принципового значення має здатність суб'єктів реального сектору економіки забезпечувати високу економічну ефективність господарської діяльності в довгостроковому періоді. Це завдання є досить складним через мінливість стану зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства. Важливим інструментом у реалізації цього завдання є вдосконалення процесу реалізації продукції, що передбачає виробництво, складування, транспортування, побудову каналів збуту і ефективне управління фінансовими та інформаційними потоками.

Досить висока конкуренція, вихід на зовнішні ринки, необхідність збільшення обсягу продажів і прибутку з метою розвитку підприємства не дозволяють збувати весь обсяг виробленої продукції тільки на умовах попередньої оплати. Тому у підприємств виникає об'єктивна потреба в розширенні збуту наданням покупцям відстрочки платежів за відвантажену продукцію, тобто комерційного кредиту. До того ж сучасний стан збуту продукції характеризується поєднанням реалізації готової продукції зі складу і роботою «під замовлення», що свідчить про необхідність комплексного дослідження проблеми формування і управління реалізацією продукції на аграрних підприємствах.

Основою діяльності підприємства є процес споживання і постійного відновлення ресурсів. Безперервність відтворення ресурсів є важливою умовою нормального функціонування підприємства.

У зв'язку з цим підприємство доцільно представити у вигляді множини потоків ресурсів (матеріальних, фінансових, інформаційних), що вимагають організації як єдине ціле.

Як відомо, інтегроване управління матеріальними та пов'язаними з ними фінансовими, інформаційними і сервісними потоками є предметом вивчення такої наукової дисципліни, як логістика [1, с. 3].

Ключовими логістичними потоками під час діяльності підприємства і під час реалізації продукції, зокрема, є матеріальні потоки, подані рухом різних товарно-матеріальних цінностей (сировини, матеріалів, готової продукції). Проте важливими є також інформаційні потоки у вигляді різних інформаційних даних (заявок споживачів на постачання продукції, запитів про кількість готової продукції на складах підприємства, відповідей на запити відділу збуту, заявок на постачання сировини та матеріалів для виробництва продукції зі складу підприємства, а також від постачальника, інформації про виконання замовлення, здійснення оплати за поставлену продукцію тощо) і фінансові потоки у формі грошових коштів, що вносяться на рахунок підприємства як оплата за поставлену продукцію (позитивний фінансовий потік), а також коштів, що перераховуються на рахунок підприємства-постачальника сировини і матеріалів (негативний фінансовий потік).

Підвищення ефективності діяльності підприємства під час реалізації продукції досягається оптимізацією функціонування всієї логістичної системи управління

потоковими процесами загалом, а не її окремих елементів.

Важливим показником при цьому виступає логістичний цикл, що є проміжком часу з моменту отримання замовлення на постачання продукції до його виконання, а також відстрочку платежу споживача (табл. 1).

Перебіг процесів з виконання замовлення споживача доцільно подати у формі організації логістичних процесів у часі, ґрунтуючись на теорії виробничого менеджменту, згідно з якою виділяють три види руху продукції в процесі її виготовлення:

- послідовний, коли кожен подальший етап починається тільки після закінчення оброблення всього замовлення на попередній стадії;

- паралельний, коли продукт передається на подальшу стадію негайно після виконання попередньої операції незалежно від готовності всього замовлення;

- паралельно-послідовний, коли виконання замовлення на подальшій стадії починається до закінчення оброблення всієї партії на попередній операції з таким розрахунком, щоб робота на кожній операції по цій партії загалом відбувалась без перерв [1].

Таблиця 1

Структура логістичного циклу (ЛЦ) реалізації продукції

ЛЦ	ЗМП (запізнювання матеріального потоку)	T_1 – час від надходження замовлення до початку його виконання
		T_2 – час транспортування необхідних для виробництва замовлень сировини і матеріалів
		T_3 – час складання сировини і матеріалів
		T_4 – час, необхідний для фізичного оформлення замовлення
		T_5 – час складання готової продукції
		T_6 – час транспортування готової продукції споживачеві
	ЗФП (запізнювання фінансового потоку)	T_7 – час від доставки продукції споживачеві до моменту його остаточного розрахунку за замовленням

Для визначення оптимальної тривалості логістичного циклу варто проаналізувати залежність від нього величини бухгалтерських і логістичних витрат.

Зростання бухгалтерських витрат під час збільшення логістичного циклу відбувається з таких причин: збільшуються складські витрати у разі тривалого зберігання сировини і матеріалів, а також готової продукції; тривале відстрочення платежу за замовленням, що надається покупцю, спричиняє до виникнення дефіциту засобів підприємства, отже, виникає потреба в позичкових коштах і зростають витрати на їх обслуговування.

Аналізуючи характер зміни залежності логістичних витрат від тривалості циклу, необхідно виділити такі моменти: тип зміни альтернативних витрат від тривалості циклу відповідає характеру залежності бухгалтерських витрат; чим менше запізнювання фінансового потоку, тим вища знижка; чим більше запізнювання матеріального потоку, не передбачене умовами договору, тим вищі штрафні санкції [2, с. 55-57].

Під час збільшення тривалості логістичного циклу витрати падають до певного моменту, а потім знову починають зростати. Тривалість логістичного циклу, за якої сукупні витрати мінімальні, є оптимальною.

Аналіз існуючих підходів щодо взаємозв'язків управління виробничо-економічними функціями підприємства дозволив виділити напрямки удосконалення системи управління збутом продукції на сільськогосподарських підприємствах в залежності від ринкового оточення. Взявши за основу логістичний підхід, як в

середині підприємства, так і зовні вважаємо доцільним, що система управління повинна включати підсистеми стратегічного планування, виробництва, збуту та дозволяти за допомогою автоматизації, моніторингу, каналів зворотного зв'язку зменшувати час на реалізацію продукції, збільшувати обсяги виручки, надавати підприємству інформацію про стан ринку збуту продукції та реалізацію запасів відповідно до замовлення покупців.

Невідповідність фактичної тривалості в більшості випадків логістичного циклу оптимальній вимагає розроблення заходів щодо усунення неузгодженості поточкових процесів і підвищення ефективності реалізації продукції і діяльності всього підприємства загалом.

Список використаних джерел:

1. Еванс, Дж. (2009). Маркетинг. М.: Экономика
2. Белобжецкий, И.А., Белобородова, В.А., Долчков, М.Ф. (2005). Анализ хозяйственной деятельности. М.: Финансы и статистика

ВЕНЧУРНИЙ КАПІТАЛ, ЯК ЗАПОРУКА РОЗВИТКУ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ МАЛИХ ІННОВАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Герасимчук Руслана Сергіївна

здобувач вищої освіти економічного факультету
Білоцерківський національний аграрний університет, Україна

Науковий керівник: Сатир Лариса Михайлівна

ORCID ID: 0000-0003-0040-6863

д-р. екон. наук, професор, завідувач кафедри підприємництва,
торгівлі та біржової діяльності

Білоцерківський національний аграрний університет, Україна

У Західній Європі венчурний бізнес почав активно розвиватися на початку 80-х років ХХ ст. Використання попереднього досвіду розвитку венчурного бізнесу в США дозволило європейським компаніям уникнути значних помилок і адаптувати до нових умов відпрацьовані фінансові та управлінські технології [1].

Світовий досвід показує, що роль венчурної індустрії полягає у наступному [2]: створенні нових комерційних успішних інноваційних підприємств, які є ініціатором росту галузей в інноваційній сфері; створенні додаткових робочих місць для висококваліфікованого персоналу в нових інноваційних сферах; перерозподілі фінансових ресурсів у масштабах економіки; забезпеченні довгострокових результатів розвитку підприємств; підвищенні норми прибутку у економіці в цілому, оскільки у венчурному бізнесі вона завжди вище середньої в країні та галузі.

Традиційні джерела формування інвестиційних фондів у більшості країн світу – це кошти приватних інвесторів, інвестиційні інститути, пенсійні фонди, страхові компанії, різні урядові агентства і міжнародні організації. Проте структура джерел венчурного капіталу відрізняється сильною специфікою країн, що є наслідком особливостей законодавчого регулювання і укоріненими у фінансовій сфері нормами [2].

Ефективною формою реалізації інноваційних проектів є малі інноваційні підприємства. Залежно від характеру поєднання науки і виробництва можна виділити малі інноваційні підприємства наукового (розроблення нових виробів і технологій), виробничого (освоєння нових виробів і технологій) і мішаного (науково-виробничого) профілю [3].

Перевагами малих інноваційних підприємств є скорочення інноваційного циклу діяльності, гнучкість та оперативність у процесі прийняття рішення, високий ступінь інноваційності та конкурентоспроможності продукції, вмотивованість виконавця та інвестора.

Здійснення інноваційної діяльності такими підприємствами в Україні має ряд обмежень та особливостей, що і зумовлює низьку інвестиційну активність:

- вузькість профілю діяльності, що значно підвищує ризик відсутності попиту на майбутні результати діяльності;

- відсутність нормативної бази, яка б створювала умови для розвитку малих інноваційних підприємств. Існує певний набір законодавчих актів, які регулюють діяльності в даній сфері;

- під час залучення іноземного капіталу, результати діяльності малих інноваційних підприємств йдуть закордон, не потрапляючи на українські ринки споживання;

- відсутність ефективного фінансово-кредитного механізму інвестування в малі інноваційні підприємства значно гальмує розвиток даного напрямку. Найбільш розповсюдженими джерела фінансування є самофінансування або залучення коштів інвесторів, що також має ряд складностей.

Ураховуючи зазначення можна визначити ряд головних проблем, що гальмують розвиток венчурного фінансування малих інноваційних підприємств та напрями їх подолання (табл. 1).

Таблиця 1

Проблеми, що гальмують розвиток венчурного фінансування малих інноваційних підприємств та напрями їх подолання

№ з/п	Проблеми	Шляхи подолання
1	Проблеми фінансового характеру	Існують державні програми підтримки малого підприємництва, які повинні забезпечувати фінансування діяльності таких підприємств. Проте найбільш реальними шляхами отримання фінансування для малих інноваційних підприємств є або самофінансування (можливо лише при умови наявного успішного і прибуткового хоча б одного проекту), або залучення коштів інвесторів
2	Проблеми нормативного характеру	Недосконалість нормативно-правової бази можна виправити, якщо до створення законодавчих актів залучати фахівців саме у сфері діяльності малих інноваційних підприємств осіб
3	Проблеми надання супутніх послуг	Пріоритетним завдання держави та інноваційної сфери загалом є розвиток та ріст інноваційної інфраструктури
4	Проблема обґрунтування доцільності фінансування	Малим підприємствам доволі складно зробити обґрунтування власної ідеї, а без ТЕО отримання коштів інвесторів стає неможливим. Необхідно розробити систему підтримки малих підприємств (спеціальні організації), які б здійснювали ТЕО інноваційних проектів

[авторська розробка]

Висновки. В Україні збільшення капіталізації венчурних фондів поки що не приводить до адекватного зростання інвестиційних потоків в інноваційні сектори економіки. Головною проблемою є те, що українські венчурні фонди не виконують свого головного призначення – залучення коштів на розвиток інновацій. У вітчизняних реаліях венчурні фонди зазвичай використовують з метою легальної оптимізації оподаткування. Крім того, спеціалізація венчурних фондів на інвестиціях в новостворені інноваційні компанії в Україні зустрічається досить рідко. Основними одержувачами інвестицій венчурних фондів залишаються компанії сфер нерухомості та будівництва (понад 50%), торгівлі, готельного і туристичного бізнесу, переробки сільськогосподарської продукції, страхування, інформатизація тощо.

Список використаних джерел:

1. Клименко В. В. (2015) Венчурне фінансування інноваційного розвитку: світовий досвід і Україна. Вилучено з: <http://jml.nau.edu.ua/index.php/JMV/article/view/File/2875/2864>.
2. Джерела венчурного капіталу. Українська асоціація інвестиційного бізнесу. Вилучено з: http://www.uaib.com.ua/files/articles/204/15_4.pdf
3. Москвін, С.О. (2009) Венчурні фонди інноваційного розвитку. *Актуальні проблеми економіки*. (2(92)), 89-96.

ВИЗНАЧЕННЯ ЧИННИКІВ ФОРМУВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДВИЩЕННЯ РИНКОВОЇ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Симак Анастасія Валеріївна

канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри економіки підприємства та інвестицій
Національний університет «Львівська політехніка», Україна

Ємельянов Олександр Юрійович

д-р. екон. наук, доцент, доцент кафедри економіки підприємства та інвестицій
Національний університет «Львівська політехніка», Україна

Перспективи подальшої діяльності підприємств значною мірою залежать від наявної у них на даний час величини економічного потенціалу [1, 2]. Цей потенціал та його складові можуть оцінюватися за допомогою різноманітних показників [3, 4], серед яких важливе місце посідає показник ринкової вартості підприємства [5, 6].

Необхідно відзначити, що достатньо розповсюджене твердження про те, що критерієм ухвалення оптимальних господарських рішень на підприємстві є максимум його ринкової вартості, потребує внесення двох уточнень. По-перше, власників підприємства повинна, насамперед, цікавити можливість зростання величини його власного капіталу. По-друге, збільшення вартості підприємства часто потребує реалізації інвестиційних заходів. Відповідно, можливою є ситуація, за якої зростання вартості підприємства не буде виправданим з точки зору ефективності понесених з цією метою інвестиційних витрат.

З наведених міркувань випливає, зокрема, той факт, що у процесі розроблення та реалізації управлінських рішень власники та менеджери підприємств повинні прагнути не стільки максимізувати, скільки оптимізувати ринкову вартість суб'єктів господарювання (точніше – їх власного капіталу). Враховуючи це, в якості показника оцінювання потенціалу підвищення ринкової вартості підприємства доцільно використовувати різницю між оптимальною та фактичною (наявною) вартістю його власного капіталу:

$$\Delta B = B_{opt} - B_0, \quad (1)$$

де ΔB – величина потенціалу підвищення ринкової вартості власного капіталу підприємства, грошових одиниць;

B_{opt} – оптимальна величина ринкової вартості власного капіталу підприємства, грошових одиниць;

B_0 – фактична величина цієї вартості, грошових одиниць.

У разі, якщо для оцінювання ринкової величини власного капіталу підприємства застосувати метод капіталізації, то тоді вираз (1) набуде такого вигляду:

$$\Delta B = \frac{\Pi_{opt}}{E_{копт}} - B_0, \quad (2)$$

де Π_{opt} – оптимальна сподівана середньорічна величина чистого прибутку підприємства, грошових одиниць;

$E_{копт}$ – оптимальна величина ставки капіталізації цього прибутку, частки одиниці.

При цьому критерій оптимізації ринкової вартості власного капіталу підприємства може бути представлено таким чином:

$$K = f(I) - I \rightarrow \max, \quad (3)$$

де $f(I)$ – функція, що ставить у відповідність певному обсягу інвестицій I , які фінансуються за рахунок внутрішніх джерел підприємства і вкладені у реалізацію заходів із підвищення ринкової вартості його власного капіталу, максимально можливу величину такої вартості, грошових одиниць.

Таким чином, оптимальна вартість власного капіталу підприємства буде дорівнювати значенню функції $f(I)$ при оптимальній величині інвестицій I .

З урахуванням викладеного, можливо запропонувати ієрархічну модель формування потенціалу підвищення ринкової вартості підприємства. При цьому чинники, що знаходяться на нижчих рівнях такої ієрархії, будуть справляти вплив на чинники, які перебувають на більш високому рівні.

Загалом, доцільно виконати такий розподіл чинників формування потенціалу підвищення ринкової вартості підприємства за рівнями їх ієрархії:

- 1-ий (базовий) щабель – управлінські компетенції, програмне забезпечення та бази даних, необхідні для розроблення, ухвалення та впровадження управлінських рішень стосовно забезпечення підвищення ринкової вартості власного капіталу підприємства;

- 2-ий щабель – параметри ресурсного забезпечення реалізації заходів з підвищення ринкової вартості власного капіталу підприємства, зокрема, оптимальна величина інвестицій, що фінансуються за рахунок внутрішніх джерел, вкладених у реалізацію заходів із підвищення ринкової вартості власного капіталу підприємства;

- 3-ий щабель – оптимальні величини цін та питомої собівартості продукції підприємства за її видами, натуральних обсягів збутової діяльності підприємства, надбавки за ризик та інших видів надбавок, що включаються до складу ставки капіталізації;

- 4-ий щабель – оптимальний приріст сподіваної середньорічної величини чистого прибутку підприємства та оптимальна величина ставки капіталізації.

Слід відзначити, що між чинниками формування потенціалу підвищення ринкової вартості підприємства можуть існувати не лише вертикальні, але й горизонтальні зв'язки. Зокрема, натуральні обсяги збутової діяльності можуть справляти вплив як на рівень цін на продукцію, яку виготовляє підприємство, так і на ризикованість його господарської діяльності.

Список використаних джерел:

1. Гончар, О. І. (2015). Оптимізація економічного оцінювання потенціалу підприємства. *Торгівля. Комерція. Підприємництво: збірник наукових праць*, (19), 49–53.
2. Ємельянов, О. Ю., Крет, І. З. & Сегедій, О. М. (2003). Інформаційне забезпечення аналізу інвестиційного потенціалу галузей економіки. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка» Проблеми економіки та управління*, (484), 66–71.
3. Козик, В. В., Ємельянов, О. Ю. & Лесик, Л. І. (2014). Система показників оцінювання поточного рівня ендогенного економічного потенціалу підприємств. *Економічний простір*, (86), 173–184.
4. Коновал, В. В. (2014). Оцінювання потенціалу розвитку підприємств легкої промисловості. *Вісник Херсонського державного університету*, (6(2)), 206–209.
5. Лесик, Л. І. (2013). Чинники впливу на процес формування ринкової вартості промислового підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України*, (23.4), 246–252.
6. Мендрул, О. Г. (2002). *Управління вартістю підприємств: [монографія]*. К.: КНЕУ.

ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА ЕКОНОМІЧНУ АКТИВНІСТЬ В КРАЇНАХ СВІТУ

Тищенко Володимир Валентинович

ORCID ID: 0000-0002-9639-511X

канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів та банківської справи

Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля, Україна

Безпрецедентні карантинні заходи, які були застосовані у світі через спалах COVID-19, призвели до значного звуження попиту та падіння світової торгівлі. Економіки країн світу зазнали найглибшого падіння з часів Другої світової війни. Починаючи з травня 2020 року на тлі поступового зняття карантинних обмежень економіки країн світу поступово відновлювалися, часом навіть швидше, ніж очікувалося. Попри прогнозоване подальше відновлення у 2021 році у цілому економіки країн світу не досягнуть докризового рівня.

Пандемія COVID-19 застала глобальну економіку в ослабленому стані через світові торговельні війни, насамперед між США та Китаєм. Зростання світового ВВП у 2019 році сповільнилося до найнижчого рівня за останні 10 років – 2,8%. На цьому тлі запровадження безпрецедентних заходів для стримування поширення COVID-19 призвело до стрімкого падіння світової економіки, дно якого припало на II квартал 2020 року (крім Китаю) (рис. 1).

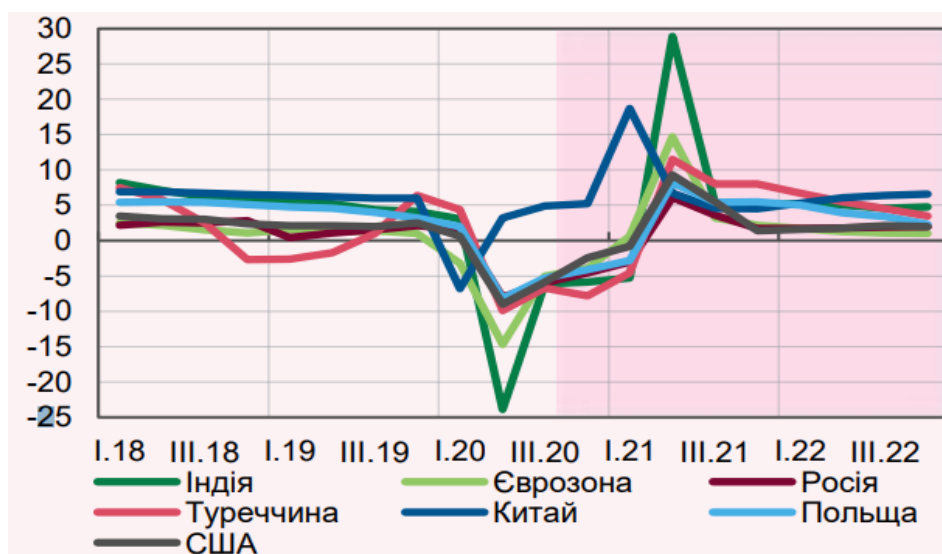


Рис. 1. Реальний ВВП окремих країн, % р/р

Джерело: Національні статистичні агенції, розрахунки НБУ

Найбільше від запроваджених заходів постраждав споживчий попит, як унаслідок погіршення споживчих настроїв через ризик захворювання (рис. 2), а надалі – погіршення ситуації на ринку праці у зв'язку із закриттям та призупиненням діяльності окремих виробництв та уповільненням зростання реальної зарплати. На відміну від попередніх криз найбільш постраждалим виявився сектор послуг, а не виробництво, зокрема заклади громадського харчування, спортивні та культурно-масові установи, пасажирські перевезення.



Рис. 2. Вплив COVID-19 на рівень споживчої впевненості, II квартал 2020 року
Джерело: The Conference Board, липень 2020

Зменшення інвестицій у країнах світу також було суттєвим, що супроводжувалося значними темпами падіння будівництва, зокрема тільки у квітні 2020 року в Єврозоні – на 31% р/р, Індії – на 85% р/р. Додатковим негативним фактором впливу на економіку країн світу було падіння світової торгівлі, зокрема торгівлі послугами. Останнє стало результатом закриття кордонів, що суттєво вплинуло насамперед на туризм та, відповідно економічну активність країн, які на ньому спеціалізуються, зокрема Чехії, Туреччини, Греції.

Натомість економіка Китаю, яка на відміну від інших країн найбільше постраждала в I кварталі 2020 року, відновлювалася відносно стійкими темпами завдяки масштабним обсягам державної підтримки як з боку уряду, так і центрального банку. Так, Національний банк Китаю лише у I кварталі 2020 року завдяки зниженню процентних ставок за усім спектром банківських операцій, суттєвому послабленню норм обов'язкового резервування, цільовому наданню коштів компаніям, діяльність яких пов'язана з поліпшенням ситуації з COVID-19, спрямував у економіку Китаю додаткові кошти на суму близько 1,2% ВВП.

Уряд Китаю, у свою чергу, задіяв масштабний пакет заходів для підтримки населення та бізнесу: починаючи з відшкодування коштів на медичну допомогу та часткової компенсації за послуги житлово-комунального господарства до субсидування компаній та надання дозволу на випуск облігацій органів місцевого самоврядування з метою стимулювання інфраструктурних проєктів. Відповідно реалізація цих заходів у II кварталі 2020 року підтримала економіку Китаю, яка за підсумками II кварталу 2020 року повернулася на докарантинний рівень. Ураховуючи суттєву частку Китаю у світовій торгівлі, це надало підтримуючий імпульс і для інших країн, падіння яких могло б виявитися ще більшим.

У секторальному розрізі найбільший від'ємний внесок у зниження ВВП країн світу в II кварталі 2020 року мали промисловість, торгівля та сфера послуг. Сфера послуг більшою мірою постраждала від карантинних обмежень, тоді як падіння промислового виробництва більше відображало скорочення попиту, як внутрішнього, так і зовнішнього. Додатний внесок у динаміку ВВП більшості країн

мали галузі інформації та зв'язку на тлі поширення дистанційної роботи та онлайн-навчання.

Поступове зняття карантинних обмежень з травня 2020 року на тлі суттєвої фіскальної підтримки (обсяг якої в середньому становив 10–15% ВВП, за винятком Італії (42% ВВП країни), Німеччини (38% ВВП країни) та Великобританії (22% ВВП країни) [1] та пом'якшення монетарних умов привело до активізації економіки країн світу.

Першим позитивний імпульс від спрощення карантинних обмежень відчув споживчий попит завдяки поліпшенню споживчих настроїв та ситуації на ринку праці. Так, у вересні 2020 року Глобальний індекс споживчої довіри [2] третій місяць поспіль демонстрував висхідну динаміку, хоча його рівень ще залишається нижче докарантинного, а темпи зростання роздрібної торгівлі у країнах світу прискорилися.

Значні обсяги державної підтримки сприяли поступовому відновленню промисловості та будівництва. Додатковим фактором було нарощення обсягів зовнішньої торгівлі на тлі послаблення карантинних обмежень. Свідченням цього є динаміка випереджаючих індикаторів нових експортних замовлень, насамперед у промисловості Китаю, темпи зростання яких у серпні 2020 року були рекордними з січня 2011 року.

Висновки. Очікується, що у 2021 році через ефект низької бази порівняння з 2020 роком і поліпшення епідемічної ситуації темпи економічного зростання в країнах світу відновляться. Цьому сприятимуть поступове нарощення зовнішнього попиту, реалізація відкладених інвестиційних проєктів, подальший позитивний ефект від фіскальних стимулів поточного року, поліпшення ситуації на ринку праці та пожвавлення споживчого попиту. Однак зростання у 2021 році не повністю компенсує безпрецедентне зниження поточного року, крім того, новий виток зростання кількості захворювань у окремих країнах, який спостерігається з кінця червня 2020 року, насамперед у США, та повторні локдауни в другій половині 2020 року в провідних економіках світу посилює ризики більш затяжного періоду відновлення.

Список використаних джерел:

1. Policy responses to COVID-19 (2020) / website: International Monetary Fund. Вилучено з <https://www.imf.org/en/Topics/imf-and-covid19/Policy-Responses-to-COVID-19#G>
2. Global consumer sentiment continues inching up (2020) / website: Ipsos. Вилучено з <https://www.ipsos.com/en/global-consumer-sentiment-continues-inching>

ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ФІНАНСОВИЙ РИНОК

Васенко Костянтин Олександрович

здобувач вищої освіти факультету управління та права
Черкаський інститут Університету банківської справи, Україна

Спираючись на сучасну технологічну революцію та її цифрові інструменти, економіка України не стоїть на місці та знаходиться в постійному процесі еволюції та змін. Виникнення та розвиток інноваційних фінансових технологій – FinTech – внесли корективи у функціонування фінансового ринку [1]. Під впливом зовнішніх факторів та сучасних тенденцій розвитку розпочато трансформацію фінансової системи, що пов'язана із її цифровізацією [2]. Сучасна цифрова економіка формується під впливом суміжних наук і галузей, серед яких виділимо економіко-математичне моделювання, соціальну психологію, системи інформаційної безпеки, інформаційно-комунікаційні технології тощо [3]. Особливо актуальною на фінансовому ринку є швидка адаптація до сучасних умов, спричинених пандемією COVID-19 і реаліями, що пов'язані із використанням інструментів цифровізації.

Зростання популярності мобільних пристроїв (смартфонів), інтернету речей (IoT), штучного інтелекту (AI), необхідність працювати з великими даними (Big Data) дали поштовх розвитку FinTech технологій на фінансовому ринку [4], які позиціонуються як злиття технологій та фінансових сервісів. Спираючись на дослідження проведені консалтинговими компаніями Deloitte, McKinsey, BCG, можна стверджувати, що дві третини всіх фінансових операцій зараз проводиться онлайн. На це, наголошується в дослідженні, є декілька причин, основні з яких – це швидкість, зручність і безпечність. Донедавна в Україні перевага надавалася готівковим розрахункам, тому така зміна для країни є досить новою. Ще п'ять років тому отримати необхідну інформацію на фінансовому ринку було не так легко, проте зараз все можна дізнатися, не виходячи з дому, навіть окремі операції виконуються в кілька кліків «мишкою» вашого персонального комп'ютера. Це є можливим завдяки технології розподіленої системи обліку записів (distributed ledger technology, DLT), в т. ч. блокчейн (blockchain), платформам для збору і обробки великих даних (Big Data), розробці численних фінансових мобільних додатків (mobile application, mobile banking), які часто створюються групами ентузіастів в обхід традиційним банківським інститутам [5]. Завдяки Big Data аналіз потреб клієнта став більш конкретним та чітким, що в свою чергу допомагає з формуванням розуміння, що пропонувати тому чи іншому клієнту. Технологія ж блокчейну забезпечить надійність та безпечність транзакцій, а також сприятиме доступу населення до фінансових послуг на фінансовому ринку.

Таким чином, використання цифрових технологій на фінансовому ринку України є важливим елементом забезпечення конкурентоспроможності фінансових установ та їх здатності безперервно надавати затребувані послуги. Цифрові інновації ідуть пліч-о-пліч з технологічною революцією та є віддзеркаленням потреб, як для бізнесу, так і для споживачів, які стають все більш вимогливими до якості та швидкості надання фінансових послуг.

Список використаних джерел:

1. Гаряга, Л. О. (2018) Розвиток фінансового ринку в умовах цифровізації економіки. *Бізнес Інформ.* (11), 388-393.
2. Гаряга, Л. О., Куліш, Р. Р. (2019) Фінансова безпека банківської діяльності в умовах цифровізації. *Проблеми економіки.* (4), 163-171.
3. Руденко, М. В. (2018) Еволюційні передумови цифровізації управлінських процесів. *Вісник ОНУ. Серія Економіка.* 8(73), 118-122.
4. Kolodii, S. (2019) Econometric analysis of indicators of development of financial and real economic sectors. *Financial and credit activity: problems of theory and practice.* 4(31), 279-290.
5. Кармазінський, В. (2019). Куди крокує цей світ: топ-3 технологічних трендів на фінансовому ринку. *Mind.* Вилучено із <https://mind.ua/openmind/20196898-kudi-krokuje-cej-svit-top-3-tehnologichnih-trendiv-na-finansovomu-rinku>.

ДО ОЦІНЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Бражнік Ліліана Вадимівна

магістрант факультету економіки та управління
Харківський торговельно-економічний інститут КНТЕУ, Україна

Науковий керівник: Гавриш Ольга Миколаївна

канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри міжнародного бізнесу, фінансів та обліку
Харківський торговельно-економічний інститут КНТЕУ, Україна

Інноваційний потенціал є поняттям комплексним, що поєднує в собі різноманіття ресурсів підприємства. Він характеризує інноваційні можливості і ресурси підприємства, визначає вибір його інноваційної стратегії. Жорсткі ринкові умови вимагають від підприємства виявлення внутрішніх та зовнішніх резервів посилення інноваційного потенціалу. Через це оцінювання інноваційного потенціалу є актуальним та значущим завданням.

На сьогодні для оцінювання та аналізу інноваційного потенціалу використовується певне коло показників: число патентів і ліцензій, сума витрат на інноваційну діяльність та їх частка в загальних витрат, показники стану та використання активів підприємства, чистий приведений дохід, рентабельність, термін окупності, якісна структура кадрового потенціалу тощо. Однак, використання лише цих показників не дає об'єктивної оцінки інноваційного потенціалу: вони, насамперед, характеризують науково-технічну, виробничо-технологічну, маркетингову, а не власне інноваційну діяльність. Отже, питання методології оцінювання інноваційного потенціалу підприємства на сучасному етапі потребують подальшого вивчення.

В економічній літературі висвітлюються різноманітні підходи щодо оцінювання інноваційного потенціалу підприємства, однак, жоден з них не є загальновизнаним та характеризується як перевагами, так й недоліками.

Так, метод бального оцінювання [1] передбачає експертну оцінку кожного елементу інноваційного потенціалу по відповідній шкалі. За результатами такої оцінки надається характеристика інноваційних можливостей підприємства. Даний метод використовується лише за наявності достатньої чисельності аналітиків в галузі інноваційної діяльності; його результати не відображають зв'язку інноваційного потенціалу з результатами діяльності підприємства.

Метод оцінювання на підставі аналізу фінансових показників [2] дозволяє визначити тип інноваційного потенціалу через його зв'язок з типом фінансової стійкості підприємства. Цей метод є простим у застосуванні, але його результати свідчать, здебільшого, про обсяг фінансових ресурсів та рівень їх достатності для реалізації інновацій.

Графічний метод дослідження [2] передбачає побудову багатокутника, в якому кількість векторів відповідає кількості складових інноваційного потенціалу, а довжина векторів – їх значенням. При цьому площа отриманого багатокутника виступає як інтегральна характеристика інноваційного потенціалу. Використання графічного методу пов'язане з певними труднощами: відсутні однозначні рекомендації щодо переліку показників, які слід включати в побудову багатокутника.

Найбільш перспективним для застосування в практичній діяльності є метод інтегрального оцінювання [1–3], оскільки він дозволяє поєднати обрані показники

інноваційного потенціалу в один комплексний показник. Це забезпечує врахування максимальної кількості чинників, що визначають інноваційний потенціал підприємства. Водночас, використання даного методу ускладнюється відсутністю єдиного переліку показників та необхідністю встановлення питомої ваги кожного з них у загальному результаті.

Проведений аналіз дозволив визначити, що методичне забезпечення оцінювання інноваційного потенціалу підприємства не є досконалим, що призводить до ускладнень в ідентифікації результатів оцінювання. Тому, на нашу думку, існує об'єктивна необхідність подальшого розвитку, зокрема, методу інтегрального оцінювання за рахунок систематизації використовуваних показників відповідно до структури інноваційного потенціалу.

Список використаних джерел:

1. Родіонова, І. В. (2013). Методи оцінки інноваційного потенціалу промислових підприємств. *Економіка розвитку*, (4), 96-99.
2. Андрушків, Б. М., Бойко, О. Б., Вовк, Ю. Я., Вовк, І. П., Владимир, О. М., Дудкін, П. Д. ... Шерстюк Р. П. (2015). *Управління інноваційною діяльністю: магістерський курс*. Тернопіль: ФОП Паляниця В. А.
3. Зубко, Т. Л. & Андрєєва, В. Г. (2016). Зміст поняття і методи оцінки інноваційного потенціалу підприємства. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*, (1), 74-81.

ДОСЛІДЖЕННЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ В СУЧАСНИХ РИНКОВИХ УМОВАХ

Бабюк Аліна Борисівна

Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, Україна

Громова Ольга Євгеніївна

*канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та реклами
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, Україна*

За останні роки в Україні провідні компанії стали розширювати і вдосконалювати інструменти сучасного маркетингу. Така тенденція обумовлена перш за все тим, що зараз стають все більш помітними і відчутними зміни в способі життя українців, зростають запити, ростуть витрати на їх задоволення.

Дослідження поведінки споживачів та значний внесок у розробку теоретико-методологічних та прикладних аспектів маркетингового управління поведінкою споживачів здійснили як вітчизняні науковці – О. Зозульов [4],

Р. Бойко [5], Н. Погожа, так і зарубіжні дослідники – І. Альошина [1], М. Соломон, Д. Статт, Ф. Котлер.

В сучасному суспільстві основна роль відведена підвищенню добробуту широких верств населення. Споживчий ринок являє собою складноструктуровану систему економічних, психологічних, технологічних відносин між виробниками і споживачами, продавцями і покупцями, що виникають в процесі обміну товарами з метою особистого споживання. Численні учасники такого ринку виступають зазвичай в чотирьох головних соціальних ролях: виробників, продавців, покупців і споживачів. Крім цих чотирьох ролей, на сучасному високорозвиненому споживчому ринку діє безліч різних посередників, які сприяють просуванню товарів до споживачів (оптові підприємства, банківські установи, біржі, страхові компанії, транспортні комунікації, маркетингові організації) [1].

Компанії впливають на поведінку споживачів за допомогою всіляких маркетингових прийомів, призначених для пошуку таких способів задоволення запитів та інтересів покупця, яких немає у конкурентів. Саме орієнтуючись на споживчу поведінку підприємства вибудовують маркетингову політику, встановлюють ціни, визначають асортимент товару та спосіб його просування.

Знання споживчої поведінки дає можливість передбачати вчинки не тільки окремої людини, але і цілих груп, що володіють схожими стилями поведінки. Чим точніші знання поведінки споживачів, тим точніше можна передбачити покупця в різних ситуаціях придбання товару [2].

Розрізняють такі підходи до моделювання споживчої поведінки: економічний, соціологічний та психологічний.

Економічний підхід заснований на тому припущенні, що споживач виключно раціональний і дотримується правил максимізації корисності. Раціональність споживача можна визначити по тому, як він вибирає товар – орієнтуючись на свої смаки, фінансове становище та побажання. При цьому підході вивчається вплив на поведінку покупця таких факторів, як рівень його доходів, вартість товару, його експлуатаційні властивості, можливість заміни одних товарів іншими.

Соціологічний підхід передбачає, що визначальну роль у поведінці споживача грає суспільне середовище, в якій він знаходиться або до якої хоче належати. При цьому головна увага зосереджується саме на впливі оточення: людей, класів, груп, сім'ї, культури, соціуму.

Психологічний підхід ґрунтується на тому, що головна роль в поведінці споживача належить його внутрішнім якостям. В цьому випадку досліджується, як впливають на поведінку покупця його психологічні особливості, тип особистості, життєвий досвід [3].

В процесі купівлі товарів і послуг сучасні покупці демонструють різні моделі поведінки. На процес прийняття рішення про покупку впливає ряд факторів, в тому числі продуктова категорія, ставлення покупця до онлайн- та офлайн-каналів, особистий досвід покупок в Інтернеті. При всьому різноманітті можливих моделей поведінки виділяються певні закономірності, на підставі яких можна будувати стратегію просування бренду таким чином, щоб найбільш ефективно впливати на людину на його шляху до ухвалення рішення про покупку [4].

Практика підтверджує, що сучасні споживачі в комплексі вивчають і аналізують параметри вибору. Однак не варто ігнорувати той факт, що третина рішень приймається миттєво, стихійно, під впливом емоцій і відчуттів, а не на основі аналізу. У таких випадках виробникам необхідно піклуватися про емоційне навантаження покупця, розширювати можливості каналів руху товару, формувати запас товарів, удосконалювати асортиментну структуру, стимулювати продажі [5].

Висновки. В сучасних умовах високої конкуренції та насиченості ринків товарами, кожна організація, яка бажає досягти успіху повинна уважно ставитися до вивчення споживачів, їх потреб і переваг. Знання споживчої поведінки стає невід'ємною складовою діяльності кожної організації, орієнтованої на побудову сприятливих взаємин зі своїми клієнтами.

Список використаних джерел:

1. Алешина. И. В. (2006). *Поведение потребителей: учебник* (525 с.) Москва: Экономистъ.
2. Рычкова, Н. В. (2013). *Потребительские практики и моделирование поведения потребителей (методологический аспект)* (284-287 с.) Казань: Т. 16. – № 5.
3. Борисова, В. В. (2009). *Методология моделирования в маркетинговых исследованиях* (229-232) Томск. гос. ун-та. - № 323.
4. Зозулев, А. В. (2004). *Поведение потребителей: учеб. Пособие* (364 с.) Київ. Знання.
5. Бойко, Р. В. (2009). *Проблеми дослідження поведінки споживачів* (218-221с.) Тернопіль: ТНЕУ.

ДОСЛІДЖЕННЯ СТРАТЕГІЙ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Брежнєва Любов Сергіївна

здобувач вищої освіти факультету економіки та менеджменту
Донецький національний технічний університет, Україна

Науковий керівник: Мізіна Олена Вікторівна

канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри управління і фінансово-економічної безпеки
Донецький національний технічний університет, Україна

Постановка проблеми. Зовнішнє середовище, в якому функціонують сучасні вітчизняні промислові підприємства, відзначається високим рівнем невизначеності, ризику, інтенсивною конкуренцією та швидкоплинністю ринкових змін, що постійно збільшуються. Виживання та успішна діяльність в такому навколишньому оточенні потребує реалізації ефективного стратегічного підходу, здатного забезпечити промисловому підприємству відповідну реакцію на зовнішню динаміку, потребує формування певного стилю менеджменту, особливо в маркетинговому аспекті. Орієнтація на мінливе ринкове середовище формує стратегічне бачення довгострокових перспектив розвитку промислових підприємств, яке потребує впровадження стратегічного маркетингового управління в їх діяльність.

В якості загального завдання стратегічного управління промисловим підприємством реалізуються виконанням функції стратегічного управління та функцій маркетингу, отже, останній має тісний взаємозв'язок зі стратегічним управлінням, встановлення теоретичних закономірностей якого має велике наукове значення. Швидка мінливість навколишнього середовища діяльності спричиняє виникнення процесів не тільки в стратегіях підприємства, а й в методах та підходах до визначення поняття стратегічного управління. Очевидність даного факту потребує детального і глибинного з'ясування дефініції «стратегічне управління», пристосованого до маркетингу.

На основі проведеного дослідження щодо визначення категорії «стратегічне управління» в контексті маркетингової діяльності підприємства встановлено, що останнє є необхідним інструментом його функціонування в умовах маркетингової орієнтації діяльності.

Процес ефективного стратегічного управління маркетинговою діяльністю заснований на вдосконаленні його складових та усунення недоліків на різних етапах розвитку. Еволюцію формування стратегічного управління маркетинговою діяльністю представлено на рис. 1.

Виникнення істотних змін у стратегічних підходах до управління маркетинговою діяльністю зумовлене постійною зміною умов ведення бізнесу, що формує перед промисловими підприємствами завдання кардинального нової побудови здійснення місії і досягнення цілей діяльності підприємства. При цьому доцільно використовувати концепції стратегічного управління, що базуються на підходах теорії маркетингу, ситуаційному, системному і цільовому підходах. У [3] автори виділяють «чотири найважливіших підходи, які зробили істотний внесок у розвиток теорії і практики управління», – підхід до позицій виділення різних шкіл, процесний підхід, системний підхід, ситуаційний підхід (табл.1).

За думкою провідних фахівців-науковців головною метою стратегічного маркетингового управління є забезпечення розвитку і високої результативності

діяльності підприємства через задоволення потреб покупців, для досягнення чого потрібно вирішити певні завдання [4,с. 42]:

- моніторинг конкурентного середовища підприємства;
- оцінка маркетингових можливостей і маркетингових ризиків підприємства;
- оцінка сильних та слабких позицій на ринку;
- розроблення маркетингової концепції стратегічного розвитку підприємства;



Рис. 1. Еволюція формування стратегічного управління маркетинговою діяльністю підприємства [1,2]

Таблиця 1

Характеристика підходів до формування концепцій стратегічного управління маркетинговою діяльністю

Найменування підходу	Характерні риси
Школи управління	<i>Школа наукового управління:</i> використання наукового аналізу для визначення найкращих способів виконання задач; підбір працівників, які якнайкраще підходять для виконання задач, і забезпечення їх навчання; забезпечення працівників ресурсами, необхідними для ефективного виконання їх задач; систематичне і правильне використання матеріального стимулювання для підвищення продуктивності; розділення планування й обмірковування самої роботи
	<i>Школа адміністративного управління, або класична школа управління:</i> розвиток принципів управління; опис функцій управління; систематизований підхід до управління всім підприємством
	<i>Школа людських відносин:</i> застосування прийомів управління міжособистісними відносинами для підвищення ступеня задоволеності і продуктивності; застосування наук про людську поведінку до управління і формування підприємства таким чином, щоб кожен працівник міг бути максимально використаний відповідно до його потенціалу
	<i>Школа науки про поведінку:</i> поглиблення розуміння складних управлінських проблем завдяки розробці і застосуванню моделей; розвиток кількісних методів на допомогу керівникам, які приймають рішення в складних ситуаціях
Процесний підхід	Управління розглядається як безперервна серія взаємозалежних управлінських функцій, а саме: планування, організація, мотивація, контроль; найбільш широко застосовується останнім часом
Ситуаційний підхід	Придатність різних методів управління визначається ситуацією, тому намагаються інтегрувати різні окремі підходи. Оскільки існує дуже багато факторів впливу як на самому підприємстві, так і в зовнішньому середовищі, то не може бути єдиного «найкращого» способу управління підприємством. Найефективнішим у конкретній ситуації є той метод, який найбільше відповідає даній ситуації. Цей підхід - спосіб мислення про організаційні проблеми та їх розв'язання
Системний підхід	Керівники повинні розглядати підприємство як сукупність взаємозалежних елементів (люди, структура, задачі і технологія), орієнтованих на досягнення різних цілей в умовах мінливого зовнішнього середовища. Найбільший інтерес становить організаційна (соціотехнічна) система, що враховує техніку й колективи людей, інтереси яких суттєво пов'язані з функціонуванням даної системи. Суттєвими рисами такої системи є спільність цілей, певна структура підприємства та визначені правила взаємодії елементів

систематизовано автором на основі [3]

- трансформація місії підприємства в сукупність стратегічних маркетингових цілей;
- формування маркетингових стратегій розвитку бізнес-портфеля підприємства;
- адаптація маркетингових стратегій до зміни в зовнішньому середовищі підприємства;
- забезпечення реалізації стратегії.

Дефініція «стратегія» у поєднанні зі змістом маркетингу означає, що сферою реалізації такого плану виступає маркетингова діяльність підприємства, тобто дефініція «маркетингова стратегія» підприємства характеризує план дій щодо досягнення його маркетингової мети у довготривалій перспективі. Думки фахівців-маркетологів та менеджерів щодо сутності, змісту і класифікації маркетингової стратегії підприємства неоднозначні.

Різноманіття підходів до визначення маркетингової стратегії обумовлене глибиною самого терміна «стратегія» та масштабами його використання. Серед провідних фахівців в галузі маркетингу, як вітчизняних, так і закордонних, відсутня єдність поглядів щодо сутності і змісту маркетингової стратегії підприємства. На основі здійсненого ґрунтовного аналізу запропоновано ряд підходів до визначення маркетингової стратегії (табл. 2).

Таблиця 2

Підходи до тлумачення дефініції «маркетингова стратегія»

Автор	Трактування дефініції
Г.Багієв, Є.Уткін	Програма (план) дій
У. Руделіус	Засоби, за допомогою яких повинна бути досягнута маркетингова мета
Х. Хершген, Г. Багієв, С. Гаркавенко	Засіб досягнення маркетингових цілей
Г. Ассель	Метод (засіб) впливу на цільових споживачів
Х. Хершген, Ж. Ламбен	Довго- та середньострокові рішення щодо елементів комплексу маркетингу
Н. В. Куденко	Напрямок (вектор) дій підприємства щодо створення його цільових ринкових позицій

авторська розробка

Відповідно до рівня використання у стратегічному маркетингу і менеджменті виокремлюють три основних рівні маркетингової стратегії: загальні (корпоративні) стратегії, стратегії бізнес-підрозділів та функціональні стратегії [5]. На корпоративному рівні управління підприємством взагалі визначається його загальна стратегія, на рівні бізнес-підрозділу формується стратегія стосовно певних продуктів і ринків, кожний існуючий на підприємстві бізнес-підрозділ здійснює маркетингові та інші спеціалізовані види діяльності на функціональному рівні.

Результати аналізу характеризують думки провідних фахівців, які в основному виділяють три рівня розробки маркетингових стратегій підприємства: корпоративний, функціональний, інструментальний або операційний. Найвищий рівень розробки стратегій – корпоративний - виділений у працях Гайдаєнко Т. А. (ділові стратегії), Данько Т. П., Крюкова А. Ф., Синяєвої І. М., Циганкової Т. М. Всі фахівці, крім Данько Т.П., підрозділяють корпоративні стратегії на групи: портфельні, стратегії зростання й конкурентні стратегії, проте кількість стратегій, що входять у кожну із груп, у різних авторів відрізняється, різними виявились також термінологія назви стратегій (наприклад, матриця Мак-Кінсі [7] та «Джі-І-Маккінслі»

[6] або матриця GE & McKinsey [8]. При цьому корпоративні стратегії маркетингу [5-7] суттєво не відрізняються від корпоративних стратегій управління діяльністю підприємства взагалі [8]. Одночасно принципових протиріч не існує в розподілі науковцями стратегій у рамках обраних груп, одні і ті ж самі стратегії в одних джерелах визначаються як корпоративні стратегії менеджменту, в інших – як корпоративні стратегії маркетингу.

В сучасних умовах функціонування та на сучасному етапі розвитку національного господарства країни підприємства вугледобувної галузі працюють в умовах нестабільності попиту та постійного погіршення рівня лояльності споживачів. Для створення конкурентних переваг підприємств вугледобувної промисловості та підвищення ефективності їх функціонування доцільно здійснювати удосконалення їх маркетингової діяльності за рахунок прогнозування попиту споживачів продукції, постійного контролю і регулювання процесів у мережах просування товару, своєчасного виявлення проблем і недоліків у організації маркетингової діяльності і оперативного прийняття тактичних і стратегічних управлінських рішень в галузі маркетингу, активне впровадження інноваційних технологій комунікацій зі стейкхолдерами.

Характерною є неузгодженість систем планування обсягів товарної вугільної продукції на рівні держави та окремих підприємств через неврахування можливостей тіньового ринку вугілля [9, с. 383]. Обсяг нелегального вуглевидобутку оцінюється в 6-7 млн. т на рік при загальному профіциті вітчизняного вугілля понад 5,5 млн. т [10, с. 30].

Організація контрактної діяльності у вугільній промисловості має певні специфіку, а саме: під час оформлення контрактів на поставку вугільної продукції великооптовим споживачам відсутній пункт щодо 30–50% передплати або відстрочки платежів за відвантажене вугілля. Контракт на поставку вугільної продукції середньооптовим споживачам містить умову оплати тільки 30 % поставленої продукції, а також не містить в собі вибір виду транспортного засобу залежно від обсягів відвантаження. Позитивним є особливість контракту на поставку вугілля дрібнооптовим споживачам: стовідсоткова передоплата за надані послуги «вугілля плюс поставка» або «вугілля без поставки».

Стратегія управління маркетинговою діяльністю вугледобувного підприємства обов'язково містить в собі певні елементи, а саме [10]:

- мета – підвищення ефективності функціонування вугледобувного підприємства за рахунок скорочення рівня витрат на організацію маркетингової діяльності;
- суб'єкти – лінійні керівники (директор з комерції, керівник департаменту з організації маркетингової діяльності); функціональні керівники (начальники відповідних підрозділів з організації процесів маркетингової діяльності); спеціалісти відділів (планово-економічного, транспортного, з договірної роботи, маркетингу, збутової діяльності); учасники мереж збуту;
- об'єкти – комплекс процесів маркетингової діяльності власне вугледобувного підприємства, а також різноманітних транспортних і аутсорсінгових послуг стейкхолдерів;
- підсистеми – планування та організація управління маркетинговою діяльністю; реалізація процесів системи управління маркетинговою діяльністю; аналіз функціонування системи управління маркетинговою діяльністю; контроль і регулювання процесів системи управління маркетинговою діяльністю;
- структура управління – інтегрована лінійно-функціональна організаційна структура управління маркетинговою діяльністю, вугільний синдикат.

Механізм, на основі якого має базуватися формування системи управління збутовою діяльністю промислового підприємства, пропонується розглядати як сукупність принципів, інструментів, функцій, методів і засобів, спрямованих на скорочення рівня витрат на організацію процесів збутової діяльності та різних послуг (транспортних, складських, маркетингових тощо).

На основі аналізу практичних заходів щодо управління маркетинговою діяльністю вугледобувних підприємств з'ясовано, що з урахуванням профіциту попиту на вугілля ефективні маркетингові мережі збуту на основі партнерства між учасниками ринку вугілля України (вугледобувні підприємства, коксохімічні заводи, теплоелектростанції, посередницькі організації, різні категорії споживачів вугільної продукції).

Висновок. Управління маркетинговою діяльністю вугледобувного підприємства виконує відповідні функції та має стійкі розвинені зв'язки із зовнішнім середовищем (стейкхолдерами), містить в собі певні складові, а саме:

- опрацювання і реалізація замовлень;
- транспортування, складування і управління запасами;
- обслуговування споживачів.

Список використаних джерел:

1. Ансофф, И. (2009). *Стратегическое управление* (Л. И Евенко, пер. с англ.). М.: Экономика
2. Балабанова, Л. В. & Слипенький В. В. (2005). *Стратегическое маркетинговое управление на основе бенчмаркинга*. Донецк: ДонГУЭТ.
3. Мескон, М. Х., Альберт М. & Хедоури Ф. (2014). *Основы менеджмента* (пер. с англ.). М.: Дело.
4. Мордвінцева, Т. В. (2007). Стратегічне маркетингове управління діяльністю підприємств. *Інвестиції: практика та досвід*. 2007. (23). 41–43.
5. Данько, Т. П. (2011). *Управление маркетингом*. М.: ИНФРА-М.
6. Крюков, А. Ф. (2012). *Управление маркетингом*. М.: КНОРУС.
7. Синяева, И. М. (2013). *Управление маркетингом*. М.: Вузовский учебник.
8. Гайдаенко, Т. А. (2012). *Маркетинговое управление. Полный курс МВА. Принципы управленческих решений и российская практика*. М.: Эксмо.
9. Трифонова, О.В. & Кравець, О.Ю. (2014). *Управління потоками вугільної продукції та стійким функціонуванням збиткових шахт України: монографія*. Дніпропетровськ: НГУ.
10. Звягильский, Е.Л. & Залознова, Ю.С. (2013). *О необходимости широкой модернизации угольной промышленности Украины: науч. докл.* Киев: ИЭП НАН Украины.

ЕКОНОМІЧНИЙ ЕФЕКТ ВІД ПСИХІЧНОГО ЗДОРОВ'Я В ОРГАНІЗАЦІЇ

Слюнько Марія Вікторівна

здобувач вищої освіти факультету менеджменту і маркетингу
Харківський національний економічний університет імені С. Кузнеця, Україна

Ховрат Артем Вячеславович

здобувач вищої освіти факультету комп'ютерних наук
Харківський національний університет радіоелектроніки, Україна

Ще декілька століть тому говорити про будь-які психічні проблеми вважалося дурним тоном. Та з плином часу ситуація змінилася. Сьогодні послугами психотерапевтів користуються мільйони громадян різних країн, і ще більша кількість позитивно ставиться до подібної практики. Це зумовлює важливість психічного здоров'я для сьогодення, навіть для економіки. У чинній роботі буде здійснено доведення цього, шляхом розгляду його економічних ефектів в рамках організації.

Та перш за все, пропонуємо визначитися з самим поняттям «психічного здоров'я». В енциклопедії практичної психології [1], цей термін пояснюють наступним чином:

Психічне здоров'я – психічні особливості, що дозволяють людині бути адекватною і успішно адаптуватися до середовища.

Ця ж енциклопедія зазначає наступні характеристики психічного здоров'я:

- Сприйняття навколишнього світу;
- Адекватність суджень;
- Здатність концентрувати увагу;
- Здатність утримувати інформацію в пам'яті;
- Здатність критично мислити.

Тут варто наголосити, що це поняття не стосується зневіри у власних силах, емоційності чи психотипів. Воно безпосередньо стосується психічного стану людини. Але справа в тому, що велика кількість психологічних проблем у тривалому періоді впливу можуть викликати проблеми психічні. Саме тому у рамках чинної роботи, поняття психічного здоров'я буде дещо розширеним за рахунок здоров'я психологічного і фактично розглядатиметься Mental Health, тобто ментальне здоров'я [2].

Ознайомившись з термінологічною базою, можемо перейти до класифікації, яку надалі будемо використовувати. Оскільки в проблемі окреслений контекст організації, було прийнято рішення розглянути психічне здоров'я окремо на рівні особистості та організації в цілому.

Почнемо з особистісного рівня. За даними Інституту метрики та оцінки здоров'я у Вашингтоні, більше 5% людей у світі отримали інвалідність через психічні проблеми [3]. Але в цілому людей, які страждають подібними розладами значно більше. Наприклад, в Україні 5% це лише ті, хто має клінічну депресію, якщо ґрунтуватися на даних Світового банку [4].

Подібна поширеність обумовлюється великою кількістю причин виникнення проблем.

У методологіях, які зазвичай використовують, виділяють декілька основних: інфекційні захворювання (ті що уражають мозок як вторинно так і первинно: менінгіт, енцефаліт, кір тиф тощо); травматичні пошкодження мозку (утробні, при

пологах, поза утробою); інтоксикації, як внутрішні так і зовнішні (наркотичні речовини, алкоголь тощо); генетичні проблеми; психологічні травми; стрес.

Якщо перші з них викликані суто біологічними суб'єктивними проблемами, то з двома останніми ситуація дещо інакша: безробіття, бідність, військові конфлікти, рівень забрудненості середовища – ці фактори вже носять достатньо об'єктивний характер і показують, що психічне здоров'я часто залежить від економіки, при чому справа не завжди у достатку, інколи у відсутності «руху» в будь-яку сторону. Наприклад, у досить стабільно розвинутій Австралії, людей з психічною інвалідністю значно більше ніж в Україні.

Повернемося до економічного ефекту. Психічні проблеми, як це вже зазначалося в актуальності, стали розголошуватися. В результаті були розроблені методи лікування та профілактики хвороб. Усе це потребувало значних коштів. За даними Всесвітньої організації охорони здоров'я ще на початку 90-их в Сполучених штатах за рік витрачалося на лікування близько 150 млрд. доларів – це декілька відсотків їх ВВП. Сьогодні, кількість хворих лише зростає. І навіть якщо більша частина подібних витрат несе родина, держава все рівно втрачає частину національного доходу та все рівно має витрачати більше на програми соціального забезпечення.

На жаль на цьому втрати не обмежуються, тож давайте перейдемо на рівень організації.

Люди з будь-якими типами психічних проблем часто втрачають свою ефективність. І якщо брати до уваги інформацію українського міністерства охорони здоров'я, в більшості це стосується депресії, стресового розладу, ПТСР (посттравматичний стресовий розлад), ОКР (обсесивно-компульсивний розлад) та різних залежностей, а не шизофренії, як це вважалося раніше.

Такий спад ефективності підтверджується і даними дослідження Світового банку. Якщо виміряти цілі дні без роботи та неповні дні з порушеною функціональністю і перевести отримані дані в долари, то можна побачити, що у світі в 10-му році декілька трильйонів доларів втраченої продуктивності припадало саме на психічні захворювання. А очікується, що ця сума майже подвоїться до 2030 року, якщо нічого не змінювати. І навіть якщо у людини немає підтвердженого діагнозу, компанія все рівно буде нести втрати в наслідок психологічних аспектів:

- Проблема в самореалізації, яка може змушувати постійно змінювати роботу, що стимулює високу плинність персоналу;

- Ідеологічна розбіжність між формальною та неформальною структурою групи: це коли в колективі є неформальний лідер, який не хоче бути на боці офіційного;

- Погані взаємовідносини в середині колективу, що, якщо вірити результатам Хоторнського експерименту, мають значний вплив на продуктивність.

Ці аспекти звичайно не є суто психічними, та в рамках організації вони залежать від ментального стану людини. Але сьогодні нагальною є інша, більш психічна проблема – емоційне вигорання. Це стан емоційного, розумового та фізичного виснаження, що виникає в наслідок стресу.

Окрім втрати продуктивності подібна проблема має ще декілька важливих наслідків:

- Неможливість породжувати нові ідеї, які стимулюють компанію;

- Недбале ставлення до якості послуг чи продукції, що може значно вплинути на репутацію компанії;

- Збільшення імовірності фатальних подій: самогубств, смертей через недбалість, природних катастроф тощо.

Така велика кількість негативних наслідків стала поштовхом для розробки різноманітних способів покращення психічного здоров'я працівників, деякі з яких закріплені у міжнародних та вітчизняних документах, наприклад у наступних:

- «Mental Capacity Act 2005»;
- «Концепція програми охорони психічного здоров'я в Україні на період до 2030 року»;
- «Зобов'язання щодо підтримки психічного здоров'я своїх працівників» 2017 (Федерація психічного здоров'я).

Грунтуючись на них можна виділити наступні загальні шляхи подолання проблем:

- Оцінка стану психічного здоров'я працівників з використанням валідних (дієвих) інструментів;
- Здійснення просвітницької та антистигматизуючої кампанії;
- Слідкування за мікрокліматом в організації та його поліпшення за рахунок різних засобів team-building;
- Забезпечення можливості надання психологічних послуг в середині компанії;
- Створення місць для відпочинку, де працівники зможуть зняти накопичений стрес.

Щодо більш конкретних шляхів, то тут варто розуміти, що зазвичай вони розробляються окремо для кожної компанії з урахуванням її специфіки за допомогою залучення відповідних спеціалістів.

Тому не дивно, що все вищезазначене збільшує витрати організації. Проте виходячи з дослідження Світового банку, яке згадувалося раніше, все це також значно збільшує прибуток еквівалентно 20 робочим дням.

У випадку України з цього можна зробити висновок, що на 1 долар, інвестований в збільшення масштабу лікування, буде отримано 2 долари відновленої продуктивності та доданої економічної вартості. Що безумовно є економічно виправданим.

Таким чином, інвестування у психічне здоров'я є економічно виправданим, з огляду на можливі причини проблем, обсяги їх поширення та фактори, які мають вплив. Оскільки, як це було вказано вище, це дасть можливість покращити загальну ефективність працівників.

Список використаних джерел:

1. Психичне здоров'я. (2020) *Енциклопедія практичної психології*. Вилучено із <https://www.psychologos.ru/articles/view/psihicheskoe-zdorove>.
2. Mental Health and Development. (2020). *United Nations*. Вилучено із <https://www.un.org/development/desa/disabilities/issues/mental-health-and-development.html>
3. Mental health in the US. (2018). *IHME*. Вилучено із <http://www.healthdata.org/infographic/mental-health-us>
4. Marquez P. & Zhao F. Mental Health Parity is Critical for Achieving Universal Health Coverage in Ukraine. (2017). *World Bank*. Вилучено із <https://blogs.worldbank.org/health/mental-health-parity-critical-achieving-universal-health-coverage-ukraine>

ЗАХИСНІ МЕХАНІЗМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО РИНКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ПОШИРЕННЯ COVID-19

Гончар Вадим Ігорович

ORCID ID: 0000-0002-8252-0573

асистент кафедри маркетингу, інновацій і регіонального розвитку
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, Україна

Науковий керівник: Буднікевич Ірина Михайлівна

ORCID ID: 0000-0002-5466-6532

д-р. екон. наук, професор,
завідувачка кафедри маркетингу, інновацій і регіонального розвитку
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, Україна

Найгострішою надзвичайною ситуацією сьогодення у світі є пандемія гострої респіраторної хвороби COVID-19. Протидія поширенню коронавірусу SARS-CoV-2, заходи із подолання його негативних наслідків на життя і здоров'я людини стало пріоритетом державної політики у багатьох країнах світу, а також сферою діяльності міжурядових та наднаціональних організацій. Погоджуємося з Теремецьким В. І., Дулібою Є. В., що пандемія COVID-19 оголила проблеми, що існують у сфері охорони здоров'я, а також загострила ризики, пов'язані із заборонаю або обмеженням експорту медичних засобів, обладнання, медикаментів та їх інгредієнтів [1, с. 151].

Запровадження в Україні адаптивного карантину, обмежень щодо проведення заходів, пов'язаних із масовим скупченням людей, переведення підприємств, установ, організацій у дистанційний режим роботи стало вимушеним кроком, пов'язаним із зниженням ризиків поширювання захворювання. Обмежувальні заходи призводять до зміни соціальних стандартів життя населення і мають помітний негативний вплив на економіку. Відновлювальні заходи від їх реалізації передбачені Державною програмою стимулювання економіки України, затвердженою Постановою Кабінету Міністрів України від 27 травня 2020 р. № 534. У зведеному переліку пріоритетних видів економічної діяльності виробництво основних фармацевтичних продуктів та фармацевтичних препаратів, яке посідає 29 місце у рейтингу видів економічної діяльності за індексом ефективності, визнано важливою за критерієм забезпечення безпеки життєдіяльності та індиферентною за критерієм отримання ефекту від цифровізації. З метою профілактики та боротьби з коронавірусом COVID-19 аптечним закладам рекомендовано гарантувати постачання лікарських засобів та медичних виробів, у тому числі тих, що використовуються для профілактики, діагностики та лікування захворювань, а також для забезпечення лікувальних закладів [3].

Механізми регулювання фармацевтичного ринку національної економіки знаходяться у центрі уваги багатьох учених. Громовик Б. П., Корольов М. В. вивчили думку фармацевтичних фахівців щодо організації їх роботи в аптеках під час пандемії коронавірусу [2, с. 42]. Результати опитування свідчать про наявність постійного психологічного тиску, обумовлює ризик зниження якості надання фармацевтичної допомоги унаслідок неадекватного емоційного реагування, емоційно-моральної дезорієнтації, редукції фахових обов'язків тощо. Оцінюючи

особливості регулювання діяльності суб'єктів підприємництва в умовах пандемії коронавірусу COVID-19, Попова Л. М. робить висновок, що держава, не зважаючи на встановлені обмеження, звернулася до підприємців за допомогою у забезпеченні медичним обладнанням, ліками, тестами, захисними та дезінфекційними засобами тощо [3, с. 183].

Ефективність захисту фармацевтичного ринку в умовах пандемій і епідемій залежить від наявності резерву медикаментів, медичних засобів у рамках планів медико-санітарного забезпечення населення. Базою, на якому формуються резерви лікарських засобів, є: аптеки, аптечні склади і аптечні пункти, суб'єкти господарювання, що здійснюють фармацевтичне виробництво. Система фармацевтичного забезпечення на випадок надзвичайних ситуацій має будуватися за ієрархічним принципом. Для ефективного управління фармацевтичними резервами необхідно виділяти незнижувані запаси лікарських засобів, страхові резерви та налагодити логічну взаємодію між резервами різних рівнів. Одним із варіантів вирішення проблеми є впровадження концепції управління ланцюгами поставок «*Value added logistics*» та створення системи її моніторингу [4, с. 14].

Планом фінансування заходів регулювання медичного ринку у загальному фонді Державного бюджету України, за 9 міс. 2020 року передбачалося виділення 93119,6 млн. грн., фактично виділено 67269,5 млн. грн., або 72,24%. Основна питома вага припадає на такі статті: реалізація програми державних гарантій медичного обслуговування населення (код 2308060) - 76,5%, медична субвенція з державного бюджету місцевим бюджетам (код 2311410) - 21,7%. Питома вага заходів щодо боротьби з гострою респіраторною хворобою COVID-19, спричиненою коронавірусом SARS-CoV-2, та її наслідками складає лише 1,6%, у т.ч. за програмами придбання обладнання для приймальних відділень опорних закладів охорони здоров'я у госпітальних округах (код 2301150) та придбання апаратів штучної вентиляції легень (код 2301240) плановий обсяг фінансування склав відповідно 5300,0 млн. грн. і 100,0 млн. грн., фактично не було виділено жодної копійки. Серед інших заходів нульовим було фінансування розвитку системи екстреної медичної допомоги (код 2301220), мізерним - забезпечення медичних заходів окремих державних програм та комплексних заходів програмного характеру (код 2301400) – 0,42%.

Державною програмою стимулювання економіки для подолання негативних наслідків, спричинених обмежувальними заходами щодо запобігання виникненню і поширенню гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2, на 2020-2022 роки у сфері регулювання фармацевтичного ринку передбачалася реалізація таких заходів: розвиток (відновлення) власного виробництва повного циклу «критично важливої продукції» (засобів індивідуального захисту, антисептичних і дезінфікуючих засобів, тестів на коронавірус, апаратів штучної вентиляції легень, фармацевтичних препаратів та інших важливих товарів/технологій); податкове стимулювання імпорту обладнання, необхідного для виробництва «критично важливої продукції»; використання механізмів державного замовлення на виробництво «критично важливої продукції». Проте фінансування зазначених заходів у Державному бюджеті 2020 року не передбачено.

Таким чином, пріоритетом захисних механізмів регулювання фармацевтичного ринку національної економіки є виділення фармацевтичного забезпечення в умовах надзвичайних ситуацій як самостійного напрямку медицини катастроф, екстреної медичної допомоги, протиепідеміологічного захисту, що має автономні плани, кошториси, статті фінансування у Державному і місцевих бюджетах. Розмежування механізмів регулювання медичної і фармацевтичної

допомоги дозволить виявити найбільш значущі точки їх підтримки, встановити фінансові і соціальні ключові показники ефективності тощо.

Список використаних джерел:

1. Теремецький, В. І. & Дуліба, Є. В. (2020) Роль СОТ у регулюванні світової торгівлі медичними засобами та приладами під час пандемії COVID-19. *Право і Безпека*, (1), 146-152.
2. Громовик, Б. П. & Корольов, М. В. (2020) Результати вивчення думки фармацевтичних фахівців щодо організації їх роботи в аптеках під час пандемії коронавірусу COVID-19. *Фа мацевтичний журнал*, 75 (3). 39-44.
3. Попова, Л. М. (2020) Особливості адміністративно-правового регулювання діяльності суб'єктів підприємництва в умовах пандемії коронавірусу COVID-19. *Вісник Луганського державного університету внутрішніх справ імені Е. О. Дідоренка*, (1), 172-186.
4. Посилкіна, О. В., Літвінова, О. В. & Лісна, А. Г. Актуальність запровадження логістичного підходу до управління інноваційною діяльністю при розробці та реєстрації лікарських засобів для лікування коронавірусної хвороби (COVID-19). *Соціальна фармація в охороні здоров'я*, 6 (3), С. 8-17.

ЗАХОДИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ ПРАЦІ В УМОВАХ СУСПІЛЬНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

Біленко Олена Вікторівна

ORCID ID: 0000-002-1254-4588

канд.екон.наук, доцент кафедри економіки та митної справи
Національний університет «Запорізька політехніка», Україна

Ткаченко Владислав Вадимович

здобувач вищої освіти

Національний університет «Запорізька політехніка», Україна

Структурні зрушення на ринку праці обумовлені трансформацією суспільних і економічних відносин в сучасному глобалізованому світі. Посилення конкуренції, розвиток економіки знань, інформаційних технологій, зміни в змісті і формах праці та негативний вплив пандемії COVID-19 потребують ефективних рішень та оновлення системи регулювання ринку праці.

Український ринок праці зазнав негативного впливу пандемії COVID-19 одразу за кількома напрямками. По-перше, на розвиток ситуації на українському ринку праці впливають зміни в тому сегменті національної економіки, функціонування якого зорієнтовано на внутрішній ринок України. По-друге, у тому сегменті національної економіки, функціонування якого зорієнтовано на зовнішній (світовий) ринок.

Динаміка середньої зарплати в Україні в 2020 році віддзеркалює перебіг карантинних заходів в першій половині року (рис. 1).

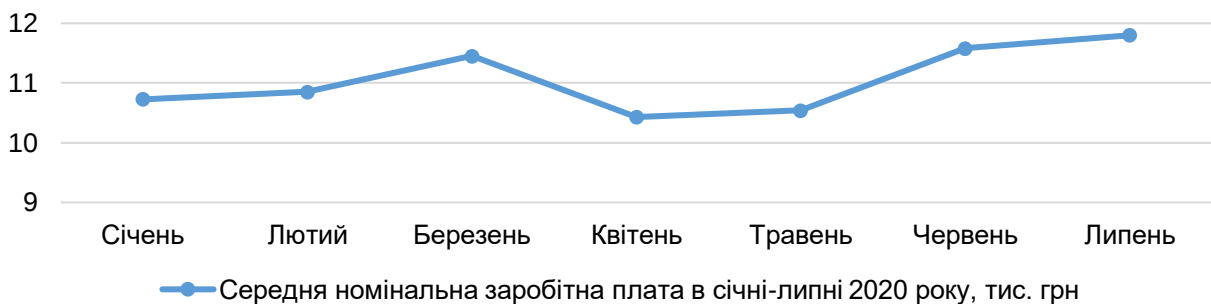


Рис. 1. Динаміка середньої номінальної зарплатної плати в січні-липні 2020 року [1]

За даними дослідження компанії KPMG, проведеними в період з 04 по 12 травня 2020 року), під час карантину близько половини опитаних українських компаній скоротили зарплати на 20-30%, а 35% роботодавців планували і далі зменшувати оклади. Приблизно 65% респондентів планували дотримуватися поточного рівня оплати праці. І тільки у 6% опитаних витрати на персонал зросли [2].

Найбільший негативний вплив карантин справив на зайнятість населення. Реальних статистичних даних щодо кількості звільнених осіб або таких, що стали тимчасово безробітними, не має. Для багатьох компаній відправка співробітників в частково і повністю неоплачувану відпустку була першим за пріоритетністю антикризовим рішенням зі скороченню операційних витрат.

Федерація роботодавців України опитала 2000 респондентів з компаній великого та середнього бізнесу (в червні 2020 року) і з'ясувала, що кількість

працівників, які перебували у відпустках без збереження зарплати, під час карантину становило: 1-5% штатної чисельності - 58,8%, 11-20% штатної чисельності - 13%, 21-30% штатної чисельності - 14%, 31-40% штатної чисельності - 14,2% [3].

Офіційні статистичні дані охоплюють лише частину процесів зайнятості, але показують приблизні тренди. За даними Держслужби зайнятості, станом на 31 серпня 2020 року кількість безробітних в Україні становила близько 477,7 тис. осіб, що на 73% більше за аналогічний період минулого року. При цьому, якщо в квітні статус безробітного отримали 149 тис. чол., то в липні - лише 68 тис. чол. Протягом першої половини 2020 року працевлаштовано понад 409 тис. безробітних, в тому числі за період карантину 260 тис. осіб [4].

До основних посткарантинних тенденцій ринку можна віднести наступні.

По-перше, докризовий «ринок кандидата» перетворився в «ринок роботодавця». Конкуренція на ринку праці істотно зросла, вимоги роботодавців при відборі співробітників посилились. Для роботодавців з'явилася можливість наймати кращі кадри за менші гроші. Так, згідно з опитуванням групи компаній HeadHunter, проведеного в період з кінця червня до початку липня 2020 року, майже половина роботодавців (48%) почали висувати жорсткіші вимоги до нових пошукувачів роботи [5].

По-друге, зниження на 10-20% зарплатних очікувань претендентів. Для працівників найважливішим стає стабільність, вони менш схильні змінювати місце роботи.

По-третє, зміна співвідношення фіксованої та змінної частини зарплати: зменшення величини фіксованої частини оплати (ставки) і перехід на оплату за результатами виконаної роботи.

По-четверте, оптимізація чисельності персоналу компаній, скорочення регіональних відділень тощо.

Прийняті Верховною Радою 17 березня 2020 року зміни законодавства в частині захисту трудових прав у період карантину передбачають, що термін перебування працівника у неоплачуваній відпустці на період карантину не включається у встановлений трудовим законодавством термін такої відпустки (до 15 днів на рік) [6]. Це означає, що термін перебування у неоплачуваній відпустці став фактично необмеженим та є формою прихованого безробіття. Водночас, такі працівники не матимуть зарплати, але, залишаючись формально працевлаштованими, не отримуватимуть й допомоги від держави, передбаченої у випадку безробіття.

Додаткову підтримку держава наразі готова надати лише людям, яких звільнили під час карантину. Вони зможуть отримати житлові субсидії, якщо стануть на облік у центрі зайнятості [7]. В умовах карантину доступ до цих центрів теж є ускладненим. Документи можна подати у два способи. Перший з них передбачає надсилання електронного листа зі сканованими документами, що має сенс лише для людей, у яких є доступ до сканера та інтернету. Другий спосіб — залишити документи у спеціальній скриньці в самому центрі зайнятості, що може бути проблематичним у багатьох містах через скасування або обмеження користування громадським транспортом.

Серед заходів державної підтримки є звільнення самозайнятих осіб та підприємців від сплати Єдиного соціального внеску (ЄСВ) у березні-квітні [8]. Водночас, для них наразі не передбачено заходів підтримки в умовах тимчасової неможливості здійснювати підприємницьку діяльність і, відповідно, відсутності доходів.

Станом на 2019 рік, неформально зайнятими в Україні були 21% населення [9]. Ці люди залишилися «невидимими» для держави і в умовах карантину — заходів для їхньої економічної підтримки наразі не передбачено. Попри те, що Державна служба з питань праці зараз не може проводити планові перевірки підприємств, штрафні санкції для роботодавців за неоформлених працівників не відміняються і під час карантину.

Проведений аналіз свідчить, під впливом пандемії коронавірусу COVID-19 український ринок праці зазнав істотних змін. В таких умовах необхідно в найкоротший період осучаснити трудове законодавство та сформувати нову сучасну систему трудових відносин, розширити інструментарій стимулювання зайнятості з акцентом на новітні інформаційні технології, посилити безпеку життя та здоров'я працівників, впровадити принципи аналізу ризиків та інвестування у безпеку праці.

Список використаних джерел:

1. Державна служба статистики України (2020). Середньомісячна заробітна плата за видами економічної діяльності за період з початку року. Вилучено із http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/gdn/Zarp_ek_p/Zp_ek_p_u/arh_zpp_u.htm
2. Дії HR в ситуації пандемії. Звіт за результатами опитування KPMG в Україні (2020). Вилучено із <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/ua/pdf/2020/05/HR-UA.pdf>
3. Сайт Федерації роботодавців України (15.06.2020). ФРУ вийшла з ініціативою надання державної фінансової допомоги для підприємств-виробників, що оголосили про призупинення виробництва, а також працівникам підприємств, що перебувають у відпустках без збереження заробітної плати. Вилучено із <https://fru.ua/ua/media-center/news/fru/fru-vijshla-z-initsiativoyu-nadannya-derzhavnoji-finansovoji-dopomogi>
4. Державна служба статистики України (2020). Зайнятість та безробіття населення в II кварталі 2020 року. Вилучено із <http://www.ukrstat.gov.ua/express/expr2020/09/118.doc>
5. Сайт «HeadHunter» (16.07.2020). HARD SKILLS VS SOFT SKILLS: що важливіше та які саме навички цінують роботодавці. Вилучено із <https://grc.ua/article/27123>
6. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України, спрямованих на запобігання виникненню і поширенню коронавірусної хвороби (COVID-19): Закон України від 18.04.2020. № 530-IX. Вилучено із <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/530-20#Text>
7. Сайт «Урядовий портал» (25.03.2020). Уряд розширив програму надання житлових субсидій. Вилучено із <https://www.kmu.gov.ua/news/uryad-rozshiriv-u-zvyazku-z-koronavirusnim-karantinom-programu-nadannya-zhitlovih-subsidij>
8. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо підтримки платників податків: Закон України від 29.05.2020. № 533-IX. Вилучено із <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/533-20>
9. Державна служба статистики України (2019). Неформально зайняте населення за статтю, місцем проживання та статусом зайнятості. Вилучено із http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2017/rp/eans/eans_u/arch_nzn_smpsz_u.htm

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ: СУТНІСТЬ ТА ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ

Кравчук Карина

здобувач ОС «бакалавр»

Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, Україна

Науковий керівник: Стратійчук В.М.

асистент кафедри економіки та міжнародних відносин

Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, Україна

Анотація. *Стаття присвячена аналізу таких термінів як конкурентоспроможність та конкурентоспроможність підприємства. Розглянуто чинники, що сприяють та стримують її розвиток. Розглянуто основні завдання напрями підвищення конкурентоспроможності.*

Конкурентоспроможність підприємства – це багатоаспектна економічна категорія, яка є головним критерієм оцінки ефективності виробництва продукції, виконання робіт або надання послуг, а також результуючим показником ефективності системи управління суб'єктом господарювання. На конкурентоспроможність мають вплив фактори внутрішнього і зовнішнього середовища, тобто – це критерій ефективності ринкової економіки, стійкості і виживання підприємства. У сучасній конкурентній боротьбі при всій її масштабності, динамізмі і гостроті виграє той, хто аналізує і бореться за свої конкурентні позиції. На ринку можуть функціонувати тільки життєздатні підприємства, які гнучко маневрують і використовують інновації у своїй діяльності. Організація управління і планування діяльності підприємства, котра заснована на базі аналізу конкурентоспроможності, дає змогу підвищити його адаптивність, конкурентні переваги і результати господарської діяльності.

Вагомий внесок у вивчення теоретико-методологічних і прикладних засад конкурентоспроможності та вирішення проблем формування і розвитку конкурентного середовища зробили такі провідні вчені, як С. Авдашева, І. Акімова, З. Борисенко, Б. Буркинський, В. Гейць, Л. Доленко, М. Зверяков, Б. Кваснюк, Н. Розанова, С. Соколенко, С. Цухло, О. Яременко та інші.

Метою даної статті є визначення сутності та шляхів підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в сучасних умовах.

Конкурентоспроможність підприємства визначається як здатність підприємства існувати і розвиватися, перевершуючи за ефективністю функціонування наявних і майбутніх конкурентів, ґрунтуючись на залученні невикористаних можливостей.

Визначення конкурентоспроможності підприємства можна сформулювати як здатність підприємства випускати та реалізовувати конкурентоспроможну продукцію, котра матиме конкурентні переваги порівняно з товарами-аналогами конкурентів у певний проміжок часу на визначеному ринку, що в результаті приносить максимальний прибуток [4, с. 257].

Для формування теоретичних основ конкурентоспроможності підприємств в умовах ринкової економіки необхідні: ретельний аналіз існуючих точок зору; критичне осмислення існуючих у світі підходів до конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність підприємства – це рівень його компетенції щодо інших підприємств-конкурентів у нагромадженні та використанні виробничого

потенціалу певної спрямованості, а також окремих його складових: технології, ресурсів, менеджменту (особливо – стратегічного та поточного планування), навичок і знань персоналу. Що відбивається у таких результативних показниках, як якість продукції, прибутковість, продуктивність тощо.

3 метою уточнення сутності конкурентоспроможності підприємства виокремлюють ключові характеристики цієї категорії, а саме:

1. Відносність. Конкурентоспроможність підприємства визначається відносно певних конкурентів, тому стосовно одних суперників підприємство може бути конкурентоспроможним, стосовно інших - ні. Отже, під час визначення конкурентоспроможності будь-якого підприємства важливо правильно обрати базу порівняння, в межах якої повинен фігурувати найуспішніший на ринку конкурент.

2. Об'єктність. Передбачає, що конкурентоспроможність визначається для конкретного об'єкта - підприємства, параметри якого ґрунтовно досліджуються та порівнюються із конкурентами.

3. Динамічність. Параметри конкурентоспроможності підприємства періодично змінюються під впливом середовища функціонування.

4. Інтегрованість. Не можна ототожнювати конкурентоспроможність усього підприємства лише з його окремих елементом (продукцією, фінансовим станом, часткою ринку тощо), оскільки у такому разі розуміння цього поняття буде не повним та однобоким [3, с. 68].

5. Приналежність до конкретного конкурентного ринку. Конкурентоспроможність підприємства ідентифікується на відповідному ринку залежно від масштабів та обсягів діяльності підприємства (світовий, регіональний (риниок країни, області, району, міста, вузько локальний).

6. Необхідність цілеспрямованого формування. Підприємство не може бути конкурентоспроможним на відповідному ринку, не докладаючи до цього комплексу зусиль у різноманітних сферах (товарній, технологічній, виробничій, фінансовій, інноваційній, інвестиційній, маркетинговій тощо).

7. Іманентність. Конкурентоспроможність підприємства є внутрішньо зумовленою характеристикою, за допомогою якої можна ідентифікувати будь-яке підприємство, що функціонує на конкурентному ринку.

8. Декомпозиційність. Коли йдеться про конкурентоспроможність підприємства, то важливо не лише визначити її рівень, але й діагностувати, за рахунок яких сфер та складових діяльності сформовані конкурентні переваги.

9. Уніфікованість. Розуміння конкурентоспроможності повинно бути ідентичним в усіх учасників ринку та зацікавлених суб'єктів, що унеможливить різноманітне трактування певних оцінок, висновків та показників, а також запобігатиме свідомому маніпулюванню інформацією та перебільшенню параметрів конкурентоспроможності окремих підприємств.

10. Адекватність. Йдеться про те, що конкурентоспроможність повинна відображати реальний стан на ринку, відповідати дійсності, а не мати формального значення [2, с. 121].

Стратегія конкурентоспроможності - це план управління окремою сферою діяльності організації для завоювання сильних довгострокових конкурентних позицій. Стратегія конкурентоспроможності передбачає як наступальні, так і оборонні довгострокові дії, що вибираються залежно від ситуації на ринку. Від них залежать майбутні конкурентні можливості організації та її позиція на ринку [7].

Варто зазначити, кожне підприємство, яке виходить на ринок з власною продукцією, намагається досягти переваги над іншими підприємствами-конкурентами.

Система конкурентних стратегій підприємства - це сукупність стратегій, націлених на адаптацію підприємства до змін в умовах конкуренції та на зміцнення його довгострокової конкурентної позиції на ринку. Для підвищення конкурентоспроможності підприємство повинно відповідати наступним принципам і положенням:

- формуватися на основі впровадження нововведень, поліпшень та змін (реструктуризація);
- стосуватися всієї системи створення цінностей – це весь набір видів діяльності, які взаємодіють у процесі створення, виробництва і реалізації продукції;
- повинен постійно підтримуватися безперервним удосконаленням;
- може забезпечуватися різними методологічними підходами і характеризується різноманітними способами досягнення;
- забезпечується завдяки наявності конкурентних переваг, які формують конкурентоспроможність продукції;
- конкурентна перевага, що забезпечує конкурентоспроможність підприємства, повинна формуватись в різних площинах діяльності підприємства: менеджменті, маркетингу, логістиці, фінансовій діяльності, підприємстві, і реалізуватися за допомогою різноманітних методичних підходів;
- дослідження конкурентоспроможності підприємства передбачає ретельний розгляд всіх складових, елементів, факторів внутрішнього і зовнішнього середовища діяльності підприємства;
- необхідно постійно досліджувати існуючі методики оцінки конкурентоспроможності підприємства і конкурентоспроможності продукції, які дозволяють більш поглиблено проаналізувати стан і рівень конкурентоспроможності діючих підприємств [5, с. 271].

Варто зазначити, що на основі аналізу сукупності покупців вибираються критерії сегментації, які відрізняються для ринку товарів народного споживання і ринку товарів виробничого призначення. Для предметів народного споживання такі критерії встановлюються за результатами мотиваційного аналізу покупців. До них належать: географічні (ринок розмежовується територіальне), демографічні (стать, вік, рівень доходу, освіта людей тощо), соціальні (суспільні групи, партії), психологічні (тип особистості, характер поведінки, спосіб життя тощо). Критерії сегментації ринку товарів виробничого призначення вибираються у процесі профільного аналізу підприємств і організацій. Ними можуть бути: географічні, галузеві, вагомість споживача (великі, середні, малі підприємства), стабільність клієнтури (постійні, періодичні, епізодичні споживачі) та інше.

Сегментація дозволяє вибрати стратегію охоплення ринку. До таких стратегій належать: недиференційований, диференційований і концентрований маркетинг [6, с. 61].

Дії підприємства в усіх сферах ринку однакові: продукція, ціна, реклама, канали і його стимулювання. Ця стратегія характерна ; усім при виробництві однорідної продукції, яка являється у великих обсягах на широкий ринок (сталь, ля, бензин, продукти тощо).

Стратегія розширення меж ринку передбачає вихід зі старою продукцією на нові сегменти ринку, на яких вона раніше не продавалася. Ця стратегія потребує додаткових витрат на вивчення нових ринків, рекламу, організацію доставки і продажу продукції на них, які повинні окупатися прибутком від додаткового продажу. Доцільно її застосовувати тоді, коли існуючий ринок насичений товаром, а резерви виробничої потужності та конкурентоспроможність продукції дозволяють збільшити обсяг її виробництва і продажу.

Стратегія удосконалення продукції орієнтує підприємство на її модифікацію або заміну новою на існуючому ринку. Така продукція призначається для тієї ж групи покупців, але більше відповідає потребам споживачів за складом, конструкцією чи формою, досконаліша і відповідно більш конкурентоспроможна. Ця стратегія застосовується тоді, коли продукція, яку виготовляє підприємство, застаріла і попит на неї падає, при витісненні її аналогічною продукцією конкурентів. Вона

Потребує істотних витрат на розробку і освоєння виробництва нової продукції, її рекламу. Позитивним в ній є орієнтація на перспективу і діяльність на добре вивченому ринку [2, с. 68].

Стратегія диверсифікації означає, що підприємство розширює номенклатуру своєї продукції і виступає з новими товарами на нових ринках, освоює суміжні галузі виробництва. Диверсифікація може мати різні форми. Широко застосовується така форма диверсифікації як освоєння нової продукції, що стосовно технології виробництва, експлуатаційного призначення обслуговування тісно пов'язана з виготовлюваною продукцією. Іноді диверсифікація приймає конгломеративну форму, коли освоюються нові вироби і галузі діяльності, які не мають зв'язку з діючим виробництвом. Така диверсифікація організаційно складніша. Диверсифікація як стратегія виходу на ринок потребує великих витрат і повинна бути ретельно обгрунтована. Вона під силу фінансове сильним підприємствам і застосовується передусім у тих випадках, коли діяльність у межах однієї галузі виробництва обмежує ріст обсягу продаж і розвиток підприємства. Диверсифікація є також засобом підвищення стійкості підприємства на ринку і зниження ризику банкрутства.

До важливих і ефективних шляхів цілеспрямованого підвищення якості продукції, її конкурентоспроможності на світовому і національному ринках небезпідставно відносять поліпшення стандартизації як головного інструменту фіксації і забезпечення заданого рівня якості. Адже саме стандарти і технічні умови відображають сучасні вимоги споживачів щодо технічного рівня та інших якісних характеристик виробів, тенденції розвитку науки і техніки.

Ринкові умови господарювання передбачають активне і широке використання організаційних чинників підвищення якості продукції на усіх підприємствах. До таких чинників відносяться: запровадження сучасних форм і методів організації виробництва та управління ним, які уможливають ефективне застосування високоточної техніки і прогресивної (бездефектної) технології; удосконалення методів технічного контролю і розвиток масового самоконтролю на усіх стадіях виготовлення продукції;

Нагальною потребою є розробка і використання різноманітних форм і методів діючого соціально-економічного впливу на всю низку процесів формування і забезпечення виробництва високоякісної і конкурентоспроможної продукції. Формами і методами економічного впливу на ці процеси є перш за все узгоджена система прогнозування і планування якості продукції, встановлення прийнятних для продуцентів і споживачів цін на окремі види товарів, достатньо потужна мотивація праці усіх категорій працівників підприємства, а соціального - всебічна активізація людського чинника, проведення правильної кадрової політики, створення належних умов праці та життєдіяльності.

Важливим елементом стратегії і тактики маркетингу є встановлення цін на продукцію підприємства. При розробці ціни повинні враховуватися завдання, які підприємство ставить на перспективний і поточний період. Вони можуть бути різними: вихід у певний сегмент ринку, розширення меж ринку, одержання максимального прибутку за короткий період часу, виживання за умов гострої

конкуренції або економічної кризи тощо. Кожне з цих завдань впливає на політику ціноутворення і рівень цін. В одних випадках ціни підтримуються на високому рівні (максимізація прибутку у поточному періоді), в інших – на низькому (завоювання ринку) або гранично низькому (виживання). Слід враховувати також державну політику в галузі ціноутворення, регулювання цін [4, с. 257].

Вплив конкуренції на рівень ціни залежить від типу ринку. Якщо ринок складається з великої кількості продавців однорідної продукції (ринок чистої конкуренції), кожний окремих продавець не може істотно впливати на рівень ціни. Вона утворюється на ринку і визначає рівень ціни на продукцію конкретного продавця. Дещо інше становище на ринку, де багато продавців продукції одного призначення, але різних варіантів, модифікацій, рівнів якості (ринок монополістичної конкуренції). Тут ціни різні, вони істотно залежать від споживчих, експлуатаційних показників продукції, відповідності її вимогам споживачів певного сегменту ринку, реклами. Проте внаслідок великої кількості продавців ціни на їх продукцію мають обмежений взаємний вплив.

Таким чином, до основних засобів підвищення конкурентоспроможності можна віднести: ґрунтовне вивчення запитів споживачів і аналіз конкурентів; обґрунтована рекламна політика; створення нової продукції; підвищення техніко-економічних і якісних характеристик продукції; виявлення і забезпечення переваг продукту порівняно з його заміниками; виявлення переваг і недоліків товарів-аналогів, які виробляються конкурентами, і використання одержаних результатів у діяльності фірми; модернізація обладнання; визначення можливих модифікацій продукту; всебічне зниження витрат; виявлення і використання цінових факторів підвищення конкурентоспроможності продукції; вдосконалення обслуговування у процесі купівлі та після продажного сервісу; пристосування продукції до роботи в різних умовах; диференціація продукції; посилення впливу на споживачів тощо.

Список використаних джерел:

1. Васютіна, І.О. (2019). Теоретичні аспекти конкурентоспроможності підприємств. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. Запоріжжя. №5. С. 114-118.
2. Должанський, І.З. (2016). Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. К. : Центр навчальної літератури.
3. Карпенко, Е.М. (2017). Методологические подходы к оценке уровня конкурентоспособности предприятий. *Регіональні перспективи*. № 3. С. 256-259.
4. Панасенко, Д.А. (2018). Конкурентоспроможність підприємства: шляхи підвищення. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка"*. Львів: Видавництво Львівської політехніки. №727. С. 270-276.
5. Реверчук, Л.С. (2017). Основи теорії економічної конкуренції: Ннавч. посіб. К.: Знання.
6. Стратійчук, В.М., Луцяк, В.В. (2015). Особливості формування товарної стратегії підприємства. *Науковий вісник Чернівецького університету*. Економіка. №730-731. С. 60-62.
7. Стратійчук, В.М. (2016). Стратегія підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на міжнародному ринку. *Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» ВТЕІ КНТЕУ*. Вип. 31. С. 592-598.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ НОВОСТВОРЕНОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ЕТАПІ ВИХОДУ НА РИНОК

Гаркуша Владислава Олександрівна

здобувач ступеня магістра факультету консалтингу та міжнародного бізнесу
Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця, Україна

Науковий керівник: Часовнікова Юлія Сергіївна

канд. екон. наук, доцент кафедри обліку і бізнес-консалтингу
Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця, Україна

Вступ. На сучасному етапі переходу до якісно нового типу соціального устрою – інформаційного суспільства – відбувається глибока трансформація функціонування економіки. Особливо відчутно ці зміни проявляються на тлі експоненціального посилення впливу глобалізаційних тенденцій, діджиталізації та конкурентної боротьби, що актуалізує вагомість питання забезпечення конкурентоспроможних позицій підприємства на етапі його становлення на ринку в умовах наростаючої конкурентної сили.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Матеріали здійсненого дослідження дозволяють стверджувати, що процесу ефективного виходу підприємства на ринок та питанню забезпечення його конкурентоспроможності було присвячено ряд фундаментальних досліджень закордонних та вітчизняних вчених. З-поміж наукових робіт слід виокремити праці таких вчених як Д. Аакера, В. В. Атюшкіної, А. М. Бранденбургера, Е. А. Волошиної, Р. В. Грінченко, К. Ерроу, Ф. Котлера, Ж.-Ж. Ламбена, Г. Мінтсберга, Дж. Ф. Мура, М. Познера, М. Портера, Й. А. Шумпетера, О. Г. Янкового.

Огляд наукової літератури з тематики дослідження дає змогу зауважити, що окремі аспекти теми були предметом аналізу багатьох вчених і більшою мірою відображені у їхніх працях. Проте, стрімкі зміни, які охоплюють усі сфери життєдіяльності суспільства, зумовлюють необхідність проведення систематичного, комплексного дослідження конкурентоспроможності суб'єкту бізнесу при виході на ринок, які не є розкритими у повній мірі.

Мета роботи полягає у розробці теоретико-методичного обґрунтування та практичних рекомендацій щодо конкурентоспроможності підприємства на етапі виходу на ринок.

Виклад основного матеріалу. Важливо зазначити, що конкурентоспроможність підприємства – це поняття відносне, яке діє не тільки в масштабах конкретного ринкового сегменту, але й прив'язане до часового інтервалу. При незмінності якісних і вартісних характеристик продукції її конкурентоспроможність на ринку може змінюватися у досить широкому діапазоні протягом нетривалого періоду. У традиційному розумінні конкурентоспроможність є найвагомішим регулятором ринкової економіки. На практиці вона діє стихійно й суперечливо і може бути реалізована, з одного боку, за рахунок ретельного вивчення ринку та відносин між підприємством та споживачами. З іншого – в результаті активного впливу на ринок й існуючий попит задля збільшення частки ринку і рентабельності продажів [6, с. 160].

Дослідження концепції конкурентоспроможності підприємства на стадії виходу на ринок передбачає також аналіз факторів, які частково впливають на характер на ринку або повністю визначають його. Якщо колись конкурентоспроможність підприємства залежала від присутності трьох факторів виробництва: природних ресурсів, трудових ресурсів та капіталу, то зараз технічний прогрес та глобалізація зумовили появу принципово нових факторів, які потребують додаткового вивчення. Так, на рівень конкурентоспроможності підприємства впливають дві групи чинників:

зовнішні та внутрішні, детальна класифікація яких представлена на рис. 1 [1, с. 197]. Прояв внутрішніх факторів залежить від сфери діяльності підприємства, менеджменту, стану ресурсів, стратегічного управління тощо і є найбільш важливими для забезпечення стійких позицій на ринку, оскільки формуються на підприємстві та повністю йому підпорядковані [3, с. 17].

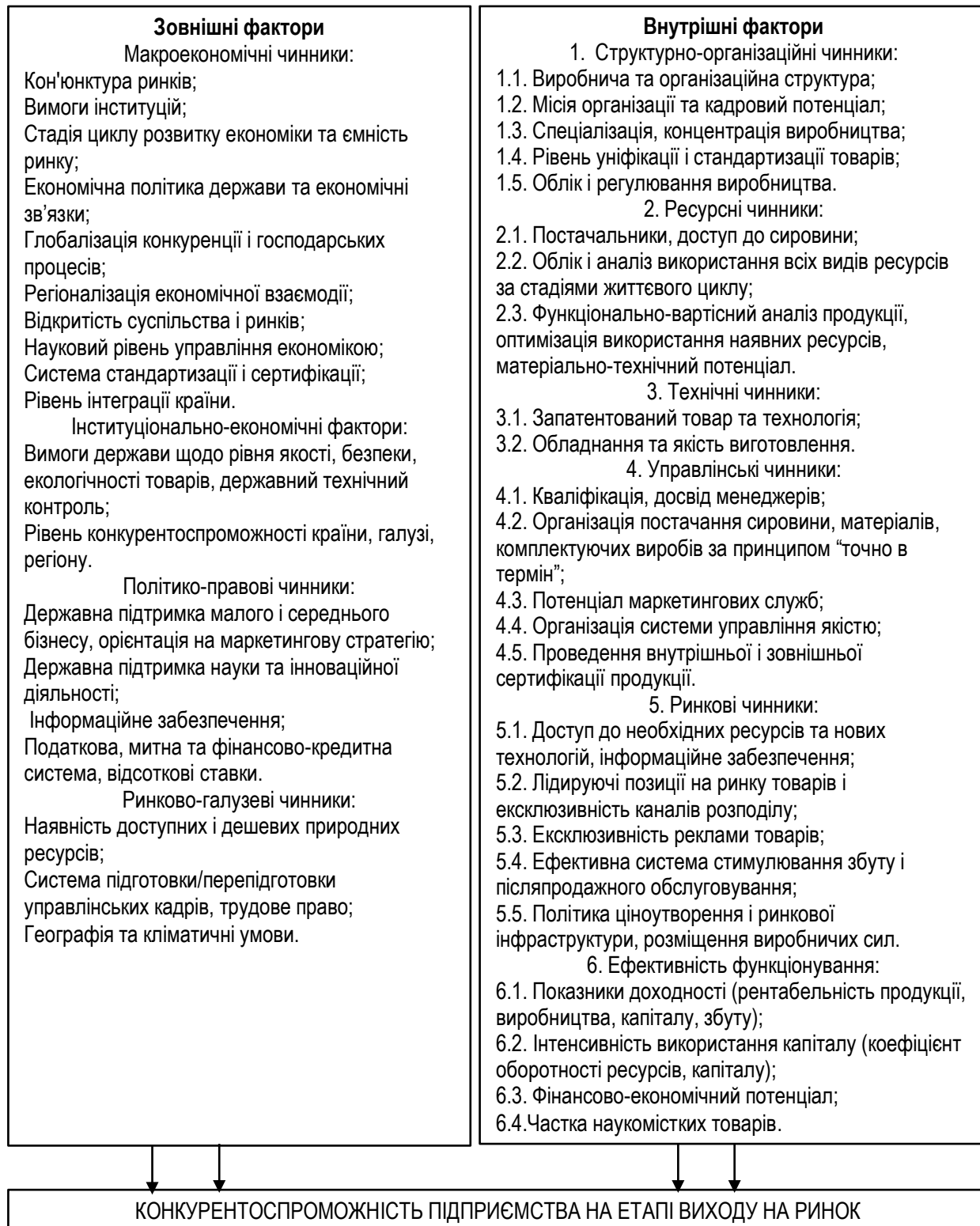


Рис. 1. Фактори впливу на конкурентоспроможність підприємства на етапі виходу на ринок
Джерело: розроблено автором на основі [1, с. 197].

Загалом, доктрина конкурентоспроможності окреслюється як багатокомпонентна та багатофункціональна концепція, яка передбачає взаємодію ресурсного потенціалу підприємства – виробництво, персонал, маркетинг, менеджмент, фінанси та являє собою комплекс взаємопов'язаних блоків, які залежать від впливу вищеперерахованих зовнішніх і внутрішніх факторів. Блок-схему концепції конкурентоспроможності, наведену на рис. 2, формують вісім блоків, які відображають конкретні заходи у їх взаємозв'язку. Усі елементи системи об'єднані базовим принципом, що окреслює питання забезпечення та перманентного підвищення конкурентоспроможності новоствореного підприємства на етапі його виходу на ринок.



Рис. 2. Блок-схема концепції конкурентоспроможності новоствореного підприємства на етапі виходу на ринок

Джерело: розроблено автором на основі [10, с. 192]

Загальноприйнятим є поділ життєвого циклу товару на чотири стадії: створення та виведення на ринок, розвиток, зрілість і занепад [2, с. 59]. Аналогічний розподіл можна застосувати й щодо життєвого циклу конкретного виду діяльності підприємства. Слід вказати, що конкурентний статус суб'єкта бізнесу залежить від його вміння штучно продовжувати кожну стадію життєвого циклу бізнес-екосистеми на якомога довший період часу. Першочерговим при цьому є виділення етапів процесу забезпечення конкурентоспроможності економічного суб'єкта, наведених на рис. 3.



Рис. 3. Етапи процесу забезпечення конкурентоспроможності новоствореного підприємства на етапі виходу на ринок

Джерело: розроблено автором

У науковій літературі за формою вираження результату оцінки конкурентоспроможності підприємства виділяють індексні (бенчмаркінг, індекс Херфіндала-Хофмана, індекс Розенблюта, метод інтегральної оцінки), матричні (Матриця БКГ, матриця І. Ансофа, матриця Shell/DPM) та графічні методи (багатокутник конкурентоспроможності, радар конкурентоспроможності, метод «профілів», карта стратегічних груп) [5, с. 512].

Найдоцільнішими методами для оцінки конкурентоспроможності підприємства на етапі виходу на ринок згідно з проведеним дослідженням було визначено SPACE-аналіз, SWOT-аналіз, порядок застосування та обґрунтування яких наведено далі у науковій роботі.

Оцінити конкурентоспроможність підприємства, яке виходить на ринок, можна за допомогою матриці SPACE-аналізу, яка визначає найоптимальнішу стратегію та здійснюється групою експертів з врахуванням суб'єктивних переконань, а саме методом «комісії» (табл. 1). Методика побудови матриці передбачає чотири координати оцінки: визначає фінансове становище підприємства, її конкурентні переваги, характеризує ступінь стабільності середовища, визначає привабливість (силу) даної галузі.

Таблиця 1

**Приклад SPACE-аналізу на основі колективної експортної оцінки для
новствореного підприємства**

Критерії	Оцінка	Вагомість	Узагальнена оцінка балів
Фінансова сила підприємства (FS)			
Рентабельність продукції	6	0,5	3
Рівень податкового навантаження	6	0,2	1,2
Вартість робочої сили	4	0,2	0,8
Рівень фінансового ризику	2	0,1	0,2
Загальна оцінка критерію			6,3
Конкурентоспроможність підприємства (CA)			
Якість продукції	4	0,4	1,6
Ділова репутація підприємства	6	0,1	0,6
Частка ринку, контрольована підприємством (за сегментами)	3	0,3	0,9
Прихильність споживачів до продукції	4	0,1	0,4
Новизна (оновлення) асортименту	3	0,1	0,3
Загальна оцінка критерію			3,8
Привабливість галузі (IS)			
Рівень державного регулювання	5	0,7	3,5
Стадія життєвого циклу галузі	4	0,2	0,8
Рівень монополізації	6	0,1	0,6
Загальна оцінка критерію			4,9
Стабільність галузі (ES)			
Бар'єри входження на ринок	5	0,5	2,5
Соціальна стабільність	5	0,3	1,5
Маркетингові та рекламні можливості	2	0,2	0,4
Загальна оцінка критерію			4,4

Джерело: сформовано автором

Результати аналізу представлені на рис. 4, з яких можна зробити висновок, що для підприємства, яке виходить на ринок, можна обрати стратегію «Агресивності», сутність якої полягає в тому, що потрібно одночасно зробити прибутковість і споживчу цінність товарів вищою за середній показник у галузі [7, с. 352].



Рис. 4. Приклад матриці SPACE-аналізу для новствореного підприємства
Джерело: розроблено автором

Для визначення місця новоствореного підприємства серед конкурентів на ринку та найоптимальнішої стратегії конкурентоспроможності доцільним є окреслення сильних і слабких сторін підприємства, його загроз та можливостей за допомогою SWOT-аналізу внутрішнього середовища (табл. 2), де Z – оцінка; P – важливість; V – значимість ($Z \times P$) [8, с. 218]. Результати SWOT-аналізу для новоствореного підприємства у якості прикладу графічно наведено на рис. 5.

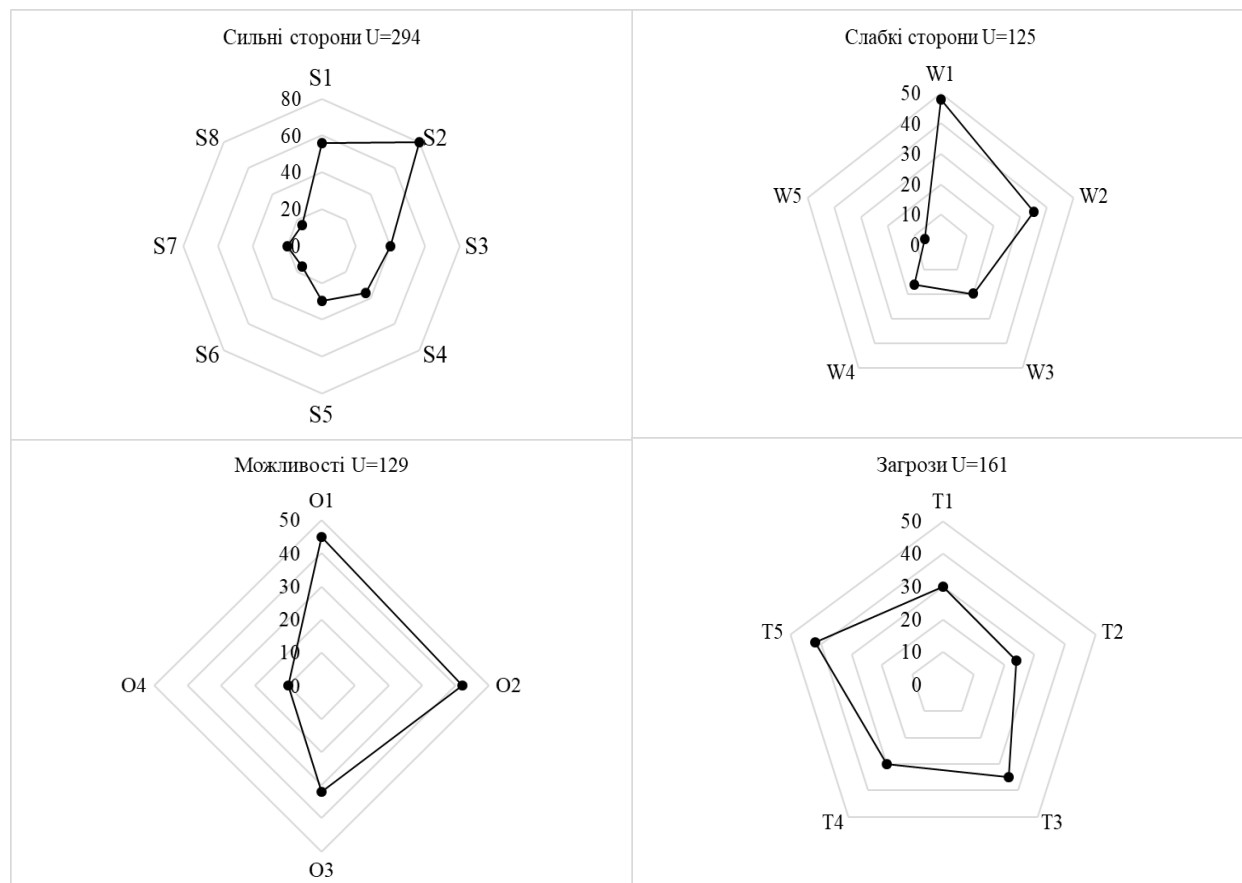


Рис. 5. Приклад SWOT-аналізу новоствореного підприємства

Джерело: розроблено автором

Оцінка досліджуваних елементів SWOT-аналізу новоствореного підприємства була здійснена на основі оглядів діяльності підприємства, опитувань управлінців, формування робочих фокус-груп та дискусії в рамках методу «мозкового штурму».

Таблиця 2

Приклад SWOT-аналізу новоствореного підприємства

Сильні сторони U=294	Слабкі сторони U=125
S1: Висока кваліфікація персоналу (Z=7, P=8, V=56)	W1: Довга тривалість технологічного циклу виробництва та обробки замовлень (Z=6, P=8, V=48)
S2: Висока якість продукції (Z=8, P=10, V=80)	W2: Ускладнена система управління (Z=5, P=7, V=35)
S3: Модернізація виробництва (Z=5, P=8, V=40)	W3: Висока залежність від постачальників (Z=4, P=5, V=20)
S4: У розпорядженні велика кількість обладнання, технологій (Z=6, P=6, V=36)	W4: Незручність сайту (Z=4, P=4, V=16)
S5: Виробничі потужності (Z=5, P=6, V=30)	W5: Неякісна упаковка (Z=2, P=3, V=6)
S6: Вигідна цінова політика (Z=4, P=4, V=16)	
S7: Розвинені транспортні зв'язки (Z=4, P=5, V=20)	
S8: Великий досвід роботи (Z=4, P=4, V=16)	

Продовження табл. 2

Можливості U=129	Загрози U=161
О1: Модернізація та технічне переоснащення (Z=5, P=9, V=45) О2: Розвиток власної сировинної бази (Z=6, P=7, V=42) О3: Залучення інвестицій (Z=4, P=8, V=32) О4: Розширення кількості представництв на ринку (Z=2, P=5, V=10)	Т1: Значне коливання курсу валюти в умовах світової фінансової кризи у 2020 р. (Z=5, P=6, V=30) Т2: Збільшення цін на енергоресурси (Z=4, P=6, V=24) Т3: Зміна макроекономічних показників (Z=5, P=7, V=35)

Джерело: розроблено автором

Висновок. Таким чином, для оцінки конкурентоспроможності новоствореного підприємства на етапі виходу на ринок серед великої кількості індексних, матричних та графічних інструментів було обрано метод 5 сил М. Портера, SPACE-аналіз та SWOT-аналіз, приклади застосування яких на основі якісних методів оцінки наведено у роботі. Для ефективного забезпечення конкурентоспроможності слід проводити постійний та комплексний моніторинг ринку послуг конкурентів у ракурсі їх цінової політики; виявляти потенційний попит клієнтів для задоволення їх потреб; вдосконалювати організацію збуту, обслуговування та періодично пропонувати клієнтам нові послуги.

Список використаних джерел:

1. Андросова, Т. В. (2012) Методика оцінки конкурентоспроможності підприємств. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*, (2), 189-197.
2. Артеменко, Л. Б. (2016) Систематизація методів оцінювання конкурентоспроможності підприємства. *Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка*, (7), 7-61.
3. Барташук, Т. П. (2003) *Механізми інформаційного забезпечення економічної діяльності в умовах сучасної конкуренції* (автореф. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.05.01 «Світове господарство і міжнародні економічні відносини»). Київ, Україна.
4. Бельтюков, Є. А. (2014) Конкурентна стратегія підприємства: сутність та формування на основі оцінки рівня конкурентоспроможності. *Економіка: реалії часу*, (112), 6-13.
5. Васильців, Т. Г. (2013) Конкурентні переваги підприємства та обґрунтування стратегії їх забезпечення. *Науковий вісник НЛТУ України*, (208), 213.
6. Драган, О.І. (2006) *Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти* (с. 160-164). Київ: ДАККІМ.
7. Друкер, П. (1992) *Рынок: как выйти в лидеры* (А. Ю. Самарин, пер. с англ.). Москва: Бук Чембэр Интернешнл.
8. Мікловда, В.П. (2013) *Ефективність стратегічного управління підприємствами: сучасні проблеми та перспективи їх вирішення* (218-223). Полтава: ПУЕТ.
9. Карпенко, Л. М. (2013) Методичні підходи до оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства. *Вісник соціально-економічних досліджень*, (3), 24-31.
10. Кизим, М. О. & Пилипенко, А. А. & Зінченко, В. А. (2007). *Збалансована система показників*. Харків: ВД «ІНЖЕК».

МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ РЕАЛІЗАЦІЇ ЗАХОДІВ ЗІ ЗРОСТАННЯ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВ

Ємельянов Олександр Юрійович

д-р. екон. наук, доцент, доцент кафедри економіки підприємства та інвестицій
Національний університет «Львівська політехніка», Україна

Важливою складовою потенціалу економічного розвитку підприємств є потенціал підвищення ринкової величини їх власного капіталу [1]. Реалізація цього потенціалу потребує врахування основних закономірностей формування ринкової вартості підприємств [2] та застосування широкого інструментарію управління цією вартістю [3, 4], зокрема, з урахуванням чинника ризику [5].

Оцінювання потенціалу підвищення ринкової вартості власного капіталу підприємства повинно полягати у поділі очікуваного її приросту за можливими заходами, які забезпечуватимуть цей приріст. Ці складові включатимуть:

1) приріст ринкової вартості власного капіталу підприємства за рахунок зниження питомої собівартості його продукції за існуючих фізичних обсягів її виробництва та збуту за умови відсутності потреби в інвестиційних витратах у реалізацію відповідних заходів:

$$\Delta B_1 = \frac{\Delta \Pi_{p1}}{E_{k0}}, \quad (1)$$

де ΔB_1 – приріст ринкової вартості власного капіталу підприємства за рахунок зниження питомої собівартості його продукції за існуючих фізичних обсягів її виробництва та збуту за умови відсутності потреби в інвестиційних витратах у реалізацію відповідних заходів;

$\Delta \Pi_{p1}$ – приріст чистого прибутку підприємства за рахунок зниження питомої собівартості його продукції за існуючих фізичних обсягів її виробництва та збуту;
 E_{k0} – базова річна ставка капіталізації для власного капіталу підприємства у частках одиниці;

2) приріст ринкової вартості власного капіталу підприємства за рахунок оптимізації фізичних обсягів виробництва та збуту продукції за умови відсутності потреби в інвестиційних витратах у реалізацію відповідних заходів:

$$\Delta B_2 = \frac{\Delta \Pi_{p2}}{E_{k0}}, \quad (2)$$

де ΔB_2 – приріст ринкової вартості власного капіталу підприємства за рахунок оптимізації фізичних обсягів виробництва та збуту продукції за умови відсутності потреби в інвестиційних витратах у реалізацію відповідних заходів;

$\Delta \Pi_{p2}$ – приріст чистого прибутку завдяки оптимізації фізичних обсягів виробництва та збуту продукції підприємства;

3) приріст ринкової вартості власного капіталу підприємства за рахунок скорочення його зайвих активів з одночасним зниженням величини позичкового капіталу підприємства без зміни величини операційних доходів та витрат суб'єкта господарювання:

$$\Delta B_3 = \frac{\Pi_{p0} + \Delta \Pi_{p1} + \Delta \Pi_{p2} + \Delta \Pi_{p3}}{E_{k1}} - (B_0 + \Delta B_1 + \Delta B_2), \quad (3)$$

де ΔB_3 – приріст ринкової вартості власного капіталу підприємства за рахунок скорочення його зайвих активів з одночасним зниженням величини позичкового капіталу підприємства без зміни величини операційних доходів та витрат суб'єкта господарювання;

$\Delta \Pi_{p3}$ – приріст чистого прибутку підприємства за рахунок скорочення його зайвих активів з одночасним зниженням величини позичкового капіталу підприємства без зміни величини операційних доходів та витрат суб'єкта господарювання;

E_{k1} – скоригована ставка капіталізації власного капіталу підприємства після скорочення його зайвих активів з одночасним зниженням величини позичкового капіталу підприємства без зміни величини операційних доходів та витрат;

4) приріст ринкової вартості власного капіталу підприємства завдяки реалізації інвестиційних заходів, що фінансуються за рахунок позик:

$$\Delta B_4 = \frac{\Pi_{p0} + \Delta \Pi_{p1} + \Delta \Pi_{p2} + \Delta \Pi_{p3} + \Delta \Pi_{p4}}{E_{k2}} - (B_0 + \Delta B_1 + \Delta B_2 + \Delta B_3), \quad (4)$$

де ΔB_4 – приріст ринкової вартості власного капіталу підприємства завдяки реалізації інвестиційних заходів, що фінансуються за рахунок позик;

$\Delta \Pi_{p4}$ – приріст чистого прибутку підприємства завдяки реалізації інвестиційних заходів, що фінансуються за рахунок позик;

E_{k2} – скоригована ставка капіталізації власного капіталу підприємства після реалізації інвестиційних заходів, що фінансуються за рахунок позик;

5) приріст ринкової вартості власного капіталу підприємства завдяки реалізації інвестиційних заходів, що фінансуються за рахунок власних джерел коштів:

$$\Delta B_5 = \frac{\Pi_{p0} + \Delta \Pi_{p1} + \Delta \Pi_{p2} + \Delta \Pi_{p3} + \Delta \Pi_{p4} + \Delta \Pi_{p5}}{E_{k3}} - (B_0 + \Delta B_1 + \Delta B_2 + \Delta B_3 + \Delta B_4), \quad (5)$$

де ΔB_5 – приріст ринкової вартості власного капіталу підприємства завдяки реалізації інвестиційних заходів, що фінансуються за рахунок власних джерел коштів;

$\Delta \Pi_{p5}$ – приріст чистого прибутку підприємства завдяки реалізації інвестиційних заходів, що фінансуються за рахунок власних джерел коштів;

E_{k3} – скоригована ставка капіталізації власного капіталу підприємства після реалізації інвестиційних заходів, що фінансуються за рахунок власних джерел коштів.

Важливо відзначити той факт, що реалізація інвестиційних заходів, що фінансуються за рахунок позик, є доцільною за умови додатного значення показника (4), а умовою доцільності реалізації інвестиційних заходів, що фінансуються за рахунок власних джерел коштів, є перевищення значення показника (5) над сумою вкладених інвестицій.

Список використаних джерел:

1. Ємельянов, О. Ю. (2019). *Потенціал економічного розвитку підприємств: інструментарій та моделі оцінювання: [монографія]*. Львів: Національний університет «Львівська політехніка».
2. Максименко, І. О. & Бокій, В. І. (2008). Ринкова вартість підприємства як результат реалізації його економічного потенціалу. *Вісник Хмельницького національного університету*, (3 (1)), 192–221.

3. Мамонтова, Н. А. (2010). Побудова системи управління вартістю компанії. *Актуальні проблеми економіки*, (1(103)), 21–26.
4. Хіміон, О. О. (2010). Теоретичні і методичні засади оцінки управління вартістю компанії. *Актуальні проблеми економіки*, (5(107)), 150–158.
5. Дашко, І. М., Ємельянов, О. Ю. & Крет, І. З. (2009). Методичні засади оцінювання ефективності та доцільності реалізації інвестиційних проектів з урахуванням фактору ризику. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка» Проблеми економіки та управління*, (640), 63–69.

МОЖЛИВОСТІ РЕГУЛЯТОРНОЇ «ПІСОЧНИЦІ» ДЛЯ СТИМУЛЮВАННЯ ФІНАНСОВИХ ІННОВАЦІЙ В СІНГАПУРІ: ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ

Шуба Марина Володимирівна

ORCID ID: 0000-0003-2581-6914

канд. екон. наук, доцент кафедри міжнародних економічних
відносин імені Артура Голікова

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Україна

Світова фінансова криза у 2008 році сприяла зародженню фінтеху. Сьогодні під час кризи, викликаній пандемією COVID-19, фінансовий ринок також переживає новий виток еволюційних можливостей та старт нового етапу фінтех-індустрії. Цим стартом для розвитку українського фінтеху має стати зародження повноцінної фінтех-екосистеми [1]. Для цього влітку 2020 року Національний банк України представив «Стратегію розвитку фінтеху в Україні до 2025 року», яка є верхньорівневим документом, що визначає всі проекти, необхідні для становлення і розвитку фінтеху в Україні.

Одним з ключових дієвих елементів Стратегії є розроблення та впровадження концепту повноцінної регуляторної «пісочниці» для швидкого тестування інноваційних проєктів, що дасть можливість скоротити час виведення на ринок інноваційних рішень та створить сприятливе середовище для перевірки гіпотез [2].

Фасилітатори інновацій, зокрема регуляторні «пісочниці», залишаються популярним інструментом, який допомагає регуляторам у їх прагненні краще зрозуміти мінливий ландшафт цифрових фінансових послуг. Яскраві світові приклади подібного підходу – регулятори Управління з фінансового регулювання і нагляду Великої Британії (FCA) та Грошово-кредитне управління Сінгапуру (MAS), які були першопрохідцями.

Основне призначення будь-якої «пісочниці» – забезпечення взаємодії стейкхолдерів, створення демонстраційного середовища, обмін знаннями. Ключові наслідки застосування «пісочниць» пов'язані з підвищенням прозорості процесів, що відбуваються в галузі, і вимог регулювання для входу на ринок. Важливим наслідком застосування цього механізму є забезпечення більш передбачуваного і безпечного функціонування інноваційних компаній на ринку, створення менш ризикованого середовища прийняття рішень [3].

«Пісочниця» була вперше розроблена Управлінням з фінансового регулювання і нагляду Великої Британії. Після створення прототипу в Великій Британії, Грошово-кредитним управлінням Сінгапуру у листопаді 2016 року було запроваджено нормативні вимоги до «пісочниці» у сфері фінтех.

Досвід Сінгапуру представляє інтерес, тому що Країна входить у топ-5 найбільш конкурентних національних фінансових систем світу, а фінансовий регулятор Сінгапуру MAS, у 2019 році отримав нагороду «Центральний банк року» за версією видання Central Banking [4].

Грошово-кредитне управління Сінгапуру вважає, що ключовим фактором перетворення Сінгапуру в «розумний» фінансовий центр є створення нормативного середовища, що сприяє інноваційному використанню технологій. В обставинах, коли менш ясно, чи відповідає нова фінансова послуга законодавчим і нормативним вимогам, деякі фінансові організації або стартапи можуть проявити обережність і

відмовитися від її впровадження. Такий результат небажаний, так як багатообіцяючі інновації можуть бути нереалізовані, і це може привести до втрачених можливостей.

З цією метою «пісочниця» може сприяти стимулюванню більшої кількості експериментів з фінтех в межах чітко визначеного простору і тривалості, коли MAS надаватиме необхідну нормативну підтримку, щоб підвищити ефективність, краще управляти ризиками, створювати нові можливості та поліпшити життя людей [5].

Для участі в сінгапурській регулятивній «пісочниці» компанією пропонується інноваційне рішення, здатне принести вигоду всім суб'єктам ринку і споживачам. Додатково заявникам необхідно провести попередню оцінку будь-яких ризиків тестування, запропонувати регулятору найкращі параметри і план згортання діяльності при невдачі. Кожну заявку регулятор розглядає в індивідуальному порядку. Компанія для участі в регулятивній «пісочниці» повинна продумати заходи щодо захисту споживачів і спрогнозувати ризики, здатні вплинути на фінансовий ринок [6].

У рекомендаціях щодо функціонування регуляторних «пісочниць» у сфері фінтех, наданих MAS, наголошується, що компанія-заявник має мати намір і можливість впровадити пропоновану фінансову послугу в Сінгапурі після виходу з «пісочниці». Якщо існують виняткові причини, за якими пропонована фінансова послуга не може бути впроваджена в Сінгапурі, заявнику слід бути готовим продовжувати вносити свій вклад в Сінгапур іншими способами. Також звертається увага на те, що «пісочниця» не призначена і не може використовуватися як засіб для обходу юридичних і нормативних вимог [5].

Час тестування в регуляторній «пісочниці» обмежено на етапі розгляду заявки. Встановлений термін повинен бути достатнім для оцінки ризиків, але не для отримання будь-яких конкурентних переваг через «тепличне середовище». У разі необхідності розглядається питання про продовження терміну тестування.

У процесі тестування компанія повинна регулярно повідомляти регулятора про хід проведення експерименту. За підсумками експерименту приймається рішення про виведення моделі або продукту на ринок, або констатується невдача. Також передбачена можливість дострокового припинення тестування.

Умови регуляторної «пісочниці» обговорюються індивідуально з кожним з учасників. З урахуванням специфіки моделі або послуги, регулятор може прийняти рішення про пом'якшення деяких вимог на час тестування [6].

Поточний підхід «пісочниці» був добре прийнятий ринком. Досвід роботи показав, що для певних видів діяльності, які регулюються MAS, ризиками можна добре управляти в певних конкретних межах. Для стимулювання більшої кількості стартапів у Сінгапурі на додаток до поточного підходу до «пісочниці» у серпні 2019 року було запущено «експрес пісочницю» («Sandbox Express») [7]. З «експрес пісочницею» кандидати можуть отримати прискорене затвердження регулюючих органів і розпочати тестування протягом 21 дня після подання заявок, що призведе до значної економії часу порівняно з процедурою, необхідною в попередній «пісочниці» [8].

«Експрес пісочниця» скорочує процес затвердження для входу в пісочницю, покладаючись на стандартні розкриття інформації та заздалегідь певні правила. Отже, «експрес пісочниця» підходить тільки для дій, де ризики низькі і добре поняті ринку, і ними можна розумно керувати в рамках заздалегідь визначених параметрів. Регуляторна «пісочниця», що працює з 2016 року, залишається відкритою для кандидатів з більш складними бізнес-моделлями або тих, де MAS потрібно більше часу для розуміння ризиків діяльності.

Отже, регуляторні «пісочниці» є своєрідною реакцією держави на зміну ситуації на фінансовому ринку. Пандемія COVID-19 прискорила цифрове зрушення у використанні фінансових сервісів. Фінтех-революція настає набагато швидше, ніж очікувалося, причому найсильніше вона змінює ландшафт ринку в країнах, що розвиваються, до яких відноситься і Україна [9]. Тому згідно «Стратегії розвитку фінтеху в Україні до 2025 року» планується розробити і впровадити концепт повноцінної регуляторної «пісочниці», що сприятиме стимулюванню розвитку інновацій на фінансовому ринку, розвитку стартапів, надання доступних та якісних фінансових послуг. На наш погляд, досвід Сінгапуру може допомогти ефективному впровадженню регуляторної «пісочниці» для стимулювання фінансових інновацій.

Список використаних джерел:

1. Стратегія розвитку фінтеху в Україні до 2025 року. (2020). Вилучено з <https://bank.gov.ua/ua/files/DDWIAwXTdqdClp>
2. Стратегія розвитку фінтеху в Україні до 2025 року – курс на сталий розвиток інновацій, кешлес та фінансову грамотність. (2020). Вилучено з <https://bank.gov.ua/ua/news/all/strategiya-rozvitku-fintehu-v-ukrayini-do-2025-roku--kurs-na-staliy-rozvitok-innovatsiy-keshles-ta-finansovu-gramotnist>
3. Куклина, Е. А. (2019). «Регулятивные песочницы» как эффективный механизм реализации цифровой повестки. *Большая Евразия: Развитие, безопасность, сотрудничество*, (2-1), 265-268.
4. Кращий центробанк у світі. Що треба знати про ще одне сінгапурське диво. (2019). Вилучено з <https://www.epravda.com.ua/publications/2019/03/13/646012/>
5. Fintech Regulatory Sandbox Guidelines. (2016). Вилучено з <https://www.mas.gov.sg/-/media/MAS/Smart-Financial-Centre/Sandbox/FinTech-Regulatory-Sandbox-Guidelines-19Feb2018.pdf?la=en&hash=B1D36C055AA641F580058339009448CC19A014F7>
6. Шайдуллина, В. К. (2019). Правовое регулирование института «регулятивных песочниц»: зарубежный опыт. *Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики*, (3). 123-127.
7. Sandbox Express Guidelines. (2020). Вилучено з: <https://www.mas.gov.sg/-/media/MAS/Smart-Financial-Centre/Sandbox-Express/Sandbox-Express-Guidelines-7-Jan-2020.pdf?la=en&hash=4B68CDCED1FBCC05E9B4F8E03D8FA7E6670C77D2>
8. Lin, Lin. (2019). Regulating FinTech: The Case of Singapore. *SSRN Electronic Journal*. (35). 94-119.
9. Фінтех в прошлом, настоящем, будущем... и украинских реалиях. (2020) Вилучено з <https://tech.liga.net/technology/article/finteh-v-proshlom-nastoyaschem-buduschem-i-ukrainskih-realiyah>

НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ПІДХОДІВ ДО РЕГУЛЮВАННЯ БАНКІВСЬКОЇ ЛІКВІДНОСТІ

Тищенко Олена Ігорівна

канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри фінансів і банківської справи
Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля, Україна

Питання підтримки ліквідності вітчизняних банків особливо гостро постають у кризові періоди та потребують уваги зі сторони регулятора. Фінансова криза, що торкнулася банківської сфери у 2007-2008 роках, зумовила необхідність приведення вітчизняного законодавства до європейських стандартів. Значний вплив, що має ліквідність на стабільність та ефективність функціонування кожного банку та банківської системи в цілому, викликає необхідність використання сучасного інструментарію, що заснований на впровадженні нових пруденційних вимог до рівня ліквідності.

Отже метою роботи є огляд стану ліквідності банків та періодизація напрямів вдосконалення регулювання банківської ліквідності.

Не дивлячись на те, що питання ліквідності розглядаються вченими досить давно, дотепер не вироблено єдиного розуміння терміну «ліквідність банку». Розрізняють два основних підходи до трактування поняття «ліквідність» - міжнародний та вітчизняний.

Згідно міжнародному підходу головний акцент робиться не на причини виникнення потреби в грошових коштах, а на постійному доступі до джерел ліквідних активів, тобто доступу до грошових коштів. Представниками такої думки є: П.С. Роуз, К. Гронер, Дж. Кейнс, Дж. Сінкі, Е. Рід. Вітчизняний підхід передбачає розгляд ліквідності як здатності банку виконувати свої зобов'язання. До його представників відносяться: В.І. Міщенко, А.В. Сомик, І.Б. Івасів, О.І. Лаврушин, М.І. Савлук та інші. Узагальнюючи різні точки зору під ліквідністю банку слід розуміти спроможність банку забезпечити виконання своїх зобов'язань перед клієнтами, кредиторами й позичальниками у встановлені строки та у повному обсязі з найменшими витратами та здатність фінансувати збільшення активів банку.

Для оцінки загального стану ліквідності по банківській системі в цілому за 2017-2020 роки проаналізуємо ступінь виконання основних нормативів ліквідності (рис. 1).

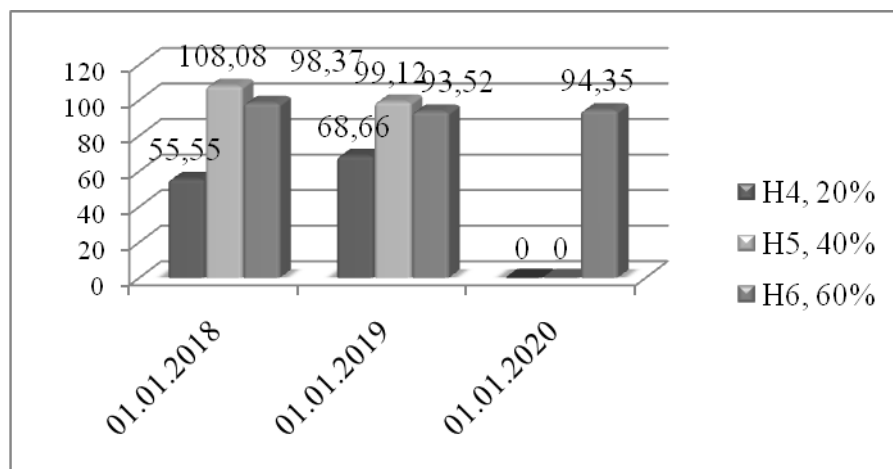


Рис. 1. Динаміка нормативів ліквідності по банківській системі України за 2018-2020 рр.*

дані сформовано з [1]

*H4 та H5 – з 02.09.2019 року не розраховуються

Результати, наведені на рис. 1 свідчать про те, що по банківській системі зафіксовано виконання встановлених вимог НБУ зі значним перевищенням мінімально допустимих меж. Такий результат є свідченням нераціонального використання залучених ресурсів та може привести до погіршення платоспроможності банків, недоотримання ними значних обсягів доходів та зменшення кредитного потенціалу банків.

Одним з важливих кроків на шляху до підвищення стандартів ліквідності та наближення їх до європейських норм стало внесення змін до Постанови НБУ № 368 «Про регулювання діяльності банків» згідно вимог Базельського комітету в частині ратифікації угоди – Базель III.

Впровадження змін у питання регулювання банківської ліквідності можна поділити на декілька важливих етапів (рис. 2).

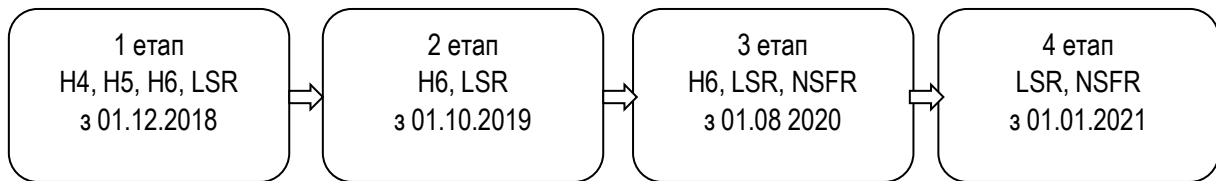


Рис. 2. Етапи впровадження нормативів ліквідності
дані сформовано з [2, 3]

Одним з перших кроків в напрямку змін в оцінці ліквідності банків стало впровадження коефіцієнта покриття ліквідності (LSR) відповідно до Постанови НБУ № 13 від 15.02.2018 року. При цьому з червня до листопада 2018 року розрахунок показника банки мали здійснювати у тестовому режимі і лише з першого грудня він набував статусу обов'язкового. У жовтні 2018 року (Постанова НБУ № 114 від 30.10.2018 р.) було внесено уточнення в процедуру розрахунку коефіцієнта покриття ліквідності та запропоновано поетапне збільшення його нормативного значення з 80% (на 31.12.2018 р.) та 90% (з 01.06.2019 р.) до 100% (на 01.12.2019 р.).

Підходи до визначення нормативів ліквідності кардинальним чином змінилися у серпні 2019 року після затвердження Постанови НБУ № 102 від 01.08.2019, згідно якої було скасовано нормативи миттєвої ліквідності (H4) та поточної ліквідності (H5). Банки перестали звітувати НБУ про значення цих нормативів з 02.09. 2019 року.

Ще одним з важливих кроків щодо посилення вимог до банківської ліквідності є впровадження коефіцієнта чистого стабільного фінансування (NSFR) відповідно до Постанови НБУ № 158 від 24.12.2019 року, розрахунок якого банки з першого серпня по перше грудня 2020 року здійснюють у тестовому режимі. Офіційною датою впровадження даного коефіцієнта задля забезпечення довгострокової ліквідності має стати перше січня 2021 року. Отже у 2021 році з метою оцінки рівня ліквідності банки мають розраховувати та здійснювати моніторинг лише двох нормативів: коефіцієнта покриття ліквідності та коефіцієнта чистого стабільного фінансування.

Коефіцієнт покриття ліквідності (LSR) – норматив, що встановлює мінімально необхідний рівень ліквідності з метою покриття чистого очікуваного відпливу грошових коштів протягом одного місяця з урахуванням стрес-сценарію [4]. Його основне призначення полягає в накопиченні банком достатнього запасу ліквідних активів, яких би вистачило для своєчасного виконання зобов'язань у повному обсязі протягом 30 днів, коли клієнти забирають з банку свої кошти з відмовою щодо пролонгації угоди. Цей показник визначає мінімальні межі щодо рівня короткострокової ліквідності банків. Банки мають розраховувати норматив LCR

щодня і звітувати перед НБУ щомісяця. З урахуванням того, що значна частина операцій проходить в іноземній валюті, зокрема у доларах США, норматив буде розраховуватися як у національній, так і в іноземних валютах ($LSR_{ВВ}$ – за всіма валютами та $LSR_{ІВ}$ – в іноземній валюті) [5].

Розрахунок нормативу здійснюється відповідно до встановленої Методики, затвердженої Постановою НБУ № 101-рш від 15.02.2018 р, згідно якої він являє собою співвідношення високоліквідних активів до чистого очікуваного відтоку грошових коштів протягом 30 днів.

Коефіцієнт чистого стабільного фінансування (NSFR) являє собою норматив ліквідності, який встановлюється з метою забезпечення необхідного рівня стабільного фінансування банківської діяльності протягом одного року. Згідно Методики його оцінки (Постанова НБУ № 1001-рш від 24.12.2019 р.) він розраховується як співвідношення наявного стабільного фінансування до необхідного стабільного фінансування.

В цілому за результатами проведеного дослідження слід зазначити, що питання ліквідності банківської системи не втрачають актуальності і до тепер є предметом не лише наукових дискусій. Важливим напрямом щодо забезпечення достатнього рівня ліквідності банків в кризових умовах є впровадження нових стандартів ліквідності відповідно до Базельської угоди. Процес внесення змін у питання регулювання банківської ліквідності було розділено на чотири основні етапи. Основними пруденційними показниками ліквідності банків мають стати коефіцієнт покриття ліквідності (LSR) та коефіцієнт чистого стабільного фінансування (NSFR), які дозволять забезпечити фінансову стабільність як кожного окремого банку, так і банківської системи в цілому.

Список використаних джерел:

1. Значення економічних нормативів в цілому по системі. *Сайт НБУ*. Вилучено з <https://bank.gov.ua/ua/statistic/supervision-statist/data-supervision#2>
2. Про впровадження коефіцієнта покриття ліквідності: Постанова Національного банку України від 15.02.2018 р. № 13. *База даних «Законодавство України»*. Вилучено з <https://zakon.rada.gov.ua/go/v0013500-18>
3. Про запровадження коефіцієнта чистого стабільного фінансування (NSFR): Постанова Національного банку України від 24.12.2019 р. № 158. *Сайт НБУ*. URL: https://bank.gov.ua/ua/legislation/Resolution_24122019_158 (дата Q&A про запровадження нового нормативу короткострокової ліквідності банків LCR. *Сайт НБУ*. Вилучено з https://old.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=64531875&cat_id=64591009
4. Про порядок регулювання діяльності банків в Україні: Постанова Національного банку України від 28.08.2001 р. № 368. *База даних «Законодавство України»*. Вилучено з <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0841-01>
5. Q&A про запровадження нового нормативу короткострокової ліквідності банків LCR. *Сайт НБУ*. Вилучено з https://old.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=64531875&cat_id=64591009

ОБҐРУНТУВАННЯ УЗАГАЛЬНЮЮЧОГО ПОКАЗНИКА ОЦІНЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Гальович Оксана Павлівна

здобувач вищої освіти Інституту економіки і менеджменту
Національний університет «Львівська політехніка», Україна

Ємельянов Олександр Юрійович

д-р. екон. наук, доцент, доцент кафедри економіки підприємства та інвестицій
Національний університет «Львівська політехніка», Україна

Будь-яке підприємство повинно намагатися забезпечувати підвищення економічної ефективності своєї господарської діяльності. Насамперед, це стосується забезпечення зростання показників прибутковості цієї діяльності [1] та індикаторів ефективності використання технічних [2], енергетичних [3], фінансових [4] та інших видів економічних ресурсів суб'єктів господарювання, зокрема, на засадах впровадження ресурсозберігаючих технологій [5].

На даний час існують різні наукові підходи до визначення сутності категорії «економічна ефективність» та пропонується значна кількість різноманітних індикаторів, за допомогою яких вимірюється рівень ефективності функціонування підприємств та його ресурсного забезпечення. Проте, більшість дослідників дотримується думки про те, що економічна ефективність повинна характеризуватися відносними показниками, що описують співвідношення між певними фінансово-економічними результатами господарської діяльності та понесеними на її здійснення витратами чи використаними для цього обсягами економічних ресурсів.

Загалом, оцінювання економічної ефективності господарської діяльності підприємств у цілому та ефективності використання тих чи інших видів економічних ресурсів дає змогу зіставити між собою результативність функціонування різних суб'єктів господарювання, абстрагуючись при цьому від масштабів їх діяльності та розмірів застосовуваних ними ресурсів. Також оцінювання економічної ефективності господарської діяльності та ресурсного забезпечення підприємства дозволяє проаналізувати динаміку результативності його функціонування, елімінуючи з розгляду зміну розмірів цієї діяльності та наявних у підприємства ресурсів. Тому під економічною ефективністю господарської діяльності підприємства та її ресурсного забезпечення доцільно розуміти міру результативності цієї діяльності та використання певних видів економічних ресурсів підприємства незалежно від обсягів господарської діяльності та розмірів застосовуваного з метою її провадження ресурсного забезпечення. З урахуванням цього, процес оцінювання економічної ефективності господарської діяльності підприємства або її ресурсного забезпечення потребує виконання такої послідовності дій;

1) вибір узагальнюючого показника, який би характеризував фінансово-економічні результати господарської діяльності підприємства. Одним з можливих таких індикаторів є величина операційного або чистого прибутку, проте, недолік цього показника полягає у неврахуванні ним чинника понесених інвестиційних витрат. Щоб врахувати цю обставину, доцільно перейти від показника прибутку до індикатора надприбутку. Останній являє собою різницю між прибутком

підприємства та добуток його активів, які генерують цей прибуток, на норму прибутковості інвестицій, тобто на мінімально припустимий з точки зору власників підприємства рівень такої прибутковості, за якого придбання активів є доцільним;

2) встановлення показника, що враховує масштабність господарської діяльності (її ресурсного забезпечення). Таким показником повинен виступати обсяг цієї діяльності, що визначається обсягом виробництва та (або) збуту продукції підприємства у натуральних чи вартісних одиницях виміру, а для ресурсного забезпечення – натуральний чи вартісний обсяг відповідних економічних ресурсів;

3) зіставлення між собою значення узагальнюючого показника та показників масштабності господарської діяльності підприємства (її ресурсного забезпечення) за звітний проміжок часу або за низку проміжків часу.

З урахуванням викладеного вище, з метою оцінювання економічної ефективності господарської діяльності суб'єктів підприємництва пропонується використовувати показник частки надприбутку у складі їх доходів. Стосовно операційної діяльності підприємства (а у подальшому буде розглядатися лише цей вид господарської діяльності) відповідний показник визначатиметься за такою формулою:

$$E = \frac{\Pi_n}{D} = \frac{D - C - A \cdot H}{D}, \quad (1)$$

де E – рівень економічної ефективності господарської діяльності підприємства, частки одиниці;

Π_n – величина надприбутку підприємства за звітний період, грошових одиниць;

D – величина операційного доходу підприємства за звітний період, грошових одиниць;

C – величина операційних витрат підприємства за звітний період, грошових одиниць;

A – середня величина активів підприємства, які беруть пряму або опосередковану участь у його операційній діяльності, за звітний період, грошових одиниць;

H – норма прибутковості інвестицій, частки одиниці.

Необхідно відмітити той факт, що показник (1) загалом не суперечить традиційному підходу до визначення сутності економічної ефективності як співвідношення між результатами та витратами. Дійсно, цей показник можна подати і таким чином:

$$E = \frac{D - C - A \cdot H}{D} = 1 - \frac{C + A \cdot H}{D} = 1 - \frac{1}{E_n}, \quad (2)$$

де E_n – показник ефективності операційної діяльності підприємства, який обчислюється як співвідношення між операційним доходом та приведеними витратами на здійснення підприємством своєї операційної діяльності (сумою операційних витрат та добутку величини активів на норму прибутковості інвестицій), частки одиниці.

Отже, між показником (1) та показником E_n існує однозначний функціональний зв'язок. Також слід відзначити, що показник (1) безпосередньо визначає рівень конкурентоспроможності продукції певного підприємства на ринку її збуту.

Список використаних джерел:

1. Єпіфанова, І. Ю. & Гуменюк, В. С. (2016). Прибутковість підприємства: сучасні підходи до визначення сутності. *Економіка і суспільство*, (3), 189–192.
2. Шарманська, В. М. & Вітюк, В. В. (2018). Аналіз забезпеченості підприємства основними засобами та

- ефективності їх використання. *Молодий вчений*, (1(53)), 550–552.
3. Мащенко, С. О. (2014). Методи оцінки енергоефективності як основного аспекту енергозбереження в економіці. *Економічний простір*, (88), 257–266.
 4. Yemelyanov, O., Petrushka, T., Symak, A., Trevoho, O., Turylo, A., Kurylo, O., Danchak, L., Symak, D. & Lesyk, L. (2020). Microcredits for Sustainable Development of Small Ukrainian Enterprises: Efficiency, Accessibility, and Government Contribution. *Sustainability*, (12(15)), 6184.
 5. Смелянов, О. Ю., Петрушка, Т. О. & Крет, І. З. (2013). Методичні засади оцінювання економічної ефективності впровадження ресурсозберігаючих технологій на промислових підприємствах. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Проблеми економіки та управління»*, (754), 18–25.

ОПТИМІЗАЦІЯ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА

Климко Марія Романівна

здобувач вищої освіти факультету управління та права
Черкаський інститут Університету банківської справи, Україна

На сьогоднішній день в структурі виробництва існує стрімка тенденція до інтелектуалізації виробництва, зростання частки знань в структурі доданої вартості одиниці продукції підприємства [1]. Такі процеси пов'язані із становленням нової моделі економіки [2], побудованої на знаннях. В свою чергу, будь-які вкладення, в тому числі – інтелектуальні, в одиницю продукції суттєво впливають на рівень витрат підприємства, які потребують систематичного аналізу та пошуку шляхів оптимізації.

Управління витратами є одним із ключових напрямків внутрішнього менеджменту будь-якого підприємства. Оптимізація витрат має надзвичайно важливе значення для підприємств, оскільки є одним із джерел підвищення конкурентоспроможності, збільшення доходної частини для розширення виробництва і підвищення рівня мотивації персоналу до праці. Кожна організація прагне до максимально можливого зниження власних витрат та зростання доходу [3;4].

У сутності інтелектуалізації праці закладено збільшення питомої ваги інтелектуальних функцій в структурі трудових зусиль працівника на основі НТП, підвищення кваліфікації та культурно-освітнього рівня. Якщо ширше розглянути цю економічну категорію, то інтелектуалізація праці не є одним із виробничих факторів. Вона є засобом, що якісно підвищує продуктивність, сприяє зародженню та впровадженню нових ідей, пришвидшує і примножує цю діяльність, тобто є інтенсифікатором. В свою чергу, процеси інтелектуалізації суттєво підвищують рівень витрат підприємства, насамперед, на оплату праці знаннєтворчим працівникам, закупівлю нового обладнання, розвиток нової маркетингової програми тощо.

Науковці та практики наголошують, що збільшенню рівня інтелектуалізації продукції передують приріст капітальних витрат, оскільки вважається, що збільшення останніх автоматично забезпечує відповідне зростання рівня технічної досконалості продукції. Проте переконані, це можливо за рахунок спрямованості таких витрат в науково-технічну або інтелектуальну діяльність.

В умовах інтелектуалізації виробництва виникає потреба в пошуку нових методів оптимізації витрат. Поширеним шляхом зниження витрат є економія всіх видів ресурсів, насамперед, споживаних у виробництві трудових і матеріальних. Впровадження елементів автоматизації виробництва можливе лише за умови впровадження процесного управління та проведення якісної формалізації всіх внутрішніх бізнес-процесів на підприємстві [5].

Значні резерви скорочення витрат вбудовані у механізм зменшення витрат від браку та інших непродуктивних витрат, які значним чином впливають на задоволеність замовників продукції, оскільки одним із основних факторів успіху підприємства є відданість та задоволеність споживачів, тобто їхня лояльність. Наявність сприятливого ставлення клієнтів до підприємства та його продукції є основою для стабільного обсягу реалізації продукції [6].

За рахунок раціонально вибудованої моделі процесів та чітко прописаних зон відповідальності можливо дослідити причини браку, виявити відповідального та

здійснити всі необхідні заходи щодо ліквідації втрат від браку. Не менш важливим залишається впровадження екологічного виробництва, тобто мінімізація виробничих відходів за рахунок переробки вторинної сировини та створення додаткових одиниць продукції. Це дозволить не тільки скоротити рівень витрат, але і диверсифікувати продукцію на ринку.

Отже, ключовою умовою оптимізації витрат виробництва в умовах інтелектуалізації вважається формування такого внутрішнього управління, яке дозволило б управляти вартістю продукції та здійснювати дієвий контроль витрат за рахунок імплементації процесного управління, автоматизації трудомістких процесів та мінімізації браку виробництва. Лише за рахунок комплексного підходу до аналізу окреслених вище факторів менеджмент підприємства може здійснювати оптимальне та більш аргументоване управління діяльністю в розрізі оптимізації виробничих витрат підприємства.

Список використаних джерел:

1. Руденко, М. В., Криворучко, В. О. (2017) Інфляція знань у концепції сучасного підприємства. *Інвестиції: практика та досвід*. (17), 39-43.
2. Колодій, С. Ю. (2015) Розвиток економіки України: «ресурсне прокляття» по-українськи чи наслідок постсоціалістичної трансформації. *Економічний часопис XXI*. 7-8(1), 36-39.
3. Ібрагімов, І., Чупріна, М. (2020) Оптимізація витрат як складова системи підвищення конкурентоспроможності на вітчизняних підприємствах. *Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи*. Вилучено із <http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/201171>.
4. Веремчук, Д. В. (2012) Структурно-декомпозиційний аналіз економічної природи податкової політики держави. *Фінансовий простір*. 1 (5). 48-53.
5. Нетепчук, В. В. (2014) Управління бізнес-процесами: навч. посібник. Рівне: НУВГП.
6. Руденко, М. В. (2016) Моніторинг задоволеності споживачів підприємства: методичний аспект. *Вісник ТНЕУ*. (2), 142-149.

ОСНОВНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Яровенко Віталій Сергійович

здобувач вищої освіти факультету хімічних та біофармацевтичних технологій
Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

Науковий керівник: Кирилко Наталія Миколаївна

ORCID ID: 0000-0002-9099-5229

старший викладач кафедри менеджменту та публічного адміністрування
Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

Управління проектами у фармацевтичній промисловості на сьогодні набуває надзвичайно актуального значення. Оскільки те, наскільки якісно будуть проведені фармацевтичні дослідження вплине на створення майбутніх лікарських засобів (ЛЗ). Найґрунтовніше дослідження у фармацевтичній діяльності та вивчення управлінських підходів до забезпечення населення лікарськими засобами проведені вітчизняними та зарубіжними вченими, а саме: Д. Волох, В. Загорій, В. Толочко, Б. Громовик, І. Дутчак, О. Федоренко Н. Дігтярьова, З. Мнушко, М. Пономаренко, Л. Шульгіна. В. Загородній, А. Кабачна, тощо. Процес управління проектами стратегічного розвитку на підприємствах фармацевтичної галузі є досить складним та передбачає врахування наступних аспектів: 1) моніторинг життєвого циклу проектів розвитку підприємств-конкурентів у сфері фармацевтичного бізнесу; 2) прийняття рішення щодо створення проекту стратегічного розвитку на фармацевтичному підприємстві; 3) планування бюджету та управління термінами виконання проекту стратегічного розвитку фармацевтичного підприємства (ФП); 4) управління трудовими ресурсами для подальшого розвитку проекту – керування персоналом ФП (функціональними менеджерами та ін.); 5) пошук інструментів позитивного впливу на зацікавлених сторін –потенційних споживачів (замовників), партнерів та спонсорів; 6) управління якістю виконання проекту; 7) управління екологічною безпекою фармацевтичного підприємства; 8) управління ризиками під час виконання та впровадження проекту; 9) контроль за виконанням проекту стратегічного розвитку фармацевтичного підприємства.

Стратегічний розвиток фармацевтичного підприємства полягає в основі виконання кожного з наведених аспектів управління проектами. Якщо під час створення проекту стратегічного розвитку ФП стоїть питання розробки нових лікарських засобів (ЛЗ), то необхідно своєчасно врахувати наступні фактори: втілення ідеї, впровадження, виробництво та просування. І хоча розроблений ЛЗ може бути ефективним для використання, проте для його створення виникає необхідність застосування у його складі небезпечних хімічних речовин та інгредієнтів. Це потребує для фармацевтичних підприємств додаткових витрат на дотримання стандартів якості та не порушення їх ділової репутації та вимог Міністерства охорони здоров'я. Будь-яке відхилення від планів дотримання безпеки виробництва нових лікарських засобів може призвести до великих затримок у термінах виконання стратегічного розвитку проекту ФП.

Підприємства, які прагнуть розвиватися та роблять ставку на довготривалий життєвий цикл потребують постійних змін та перспектив розвитку. Тобто трудові ресурси фармацевтичного підприємства, які не зацікавлені щось змінювати, а працюють «класично», та не прагнуть до стратегічних планів на майбутнє – довготривалого розвитку підприємства необхідно оновлювати або шукати нові

підходи до змін зовнішнього та внутрішнього середовища.

Ситуація, що склалася сьогодні, а саме розповсюдження COVID-19, викликала величезні зміни по всьому світі, в тому числі і на фармацевтичній промисловості. Тим самим посприявши активізації стратегії розвитку тих фармацевтичних підприємств, які забажали перспектив. Для подовження життєвого циклу на стадії «зрілості», їм варто змінити свій підхід до цього питання, інакше кажучи «адаптуватися до змін», якщо вони не прагнуть завершити життєвий цикл на етапі «спаду».

Отже, необхідно рекомендувати внести зміни в: по-перше, в систему організації виробництва, по-друге в оновлення трудових та матеріальних ресурсів, по-третє, в модернізацію обладнання та технологічних процесів, по-четверте, в цілому змінити політику розвитку фармацевтичного підприємства. Це дасть змогу створювати нові перспективні проекти щодо поліпшення управлінської та виробничої діяльності підприємства для створення інноваційних фармацевтичних препаратів з метою їх швидкого просування в умовах COVID-19.

Варто зауважити, що останнім часом все більше галузей прагнуть до матричної організації. Основна місія матричної організації, виконується в проектних командах, у той час як функціональні підрозділи забезпечують команди всім необхідним для ефективного виконання проектів. Структура організації плоска, з мінімальним числом рівнів ієрархії в кожному функціональному підрозділі і децентралізованою владою. У матричній організації є чотири ключові складові управління проектами: менеджер проектів, функціональні менеджери, керівництво вищого рівня та члени команди проекту. [1]

Матрична організація намагається вирішити недоліки лінійної організації через відкриті зв'язку на всіх рівнях і знаходження керуючих під подвійною відповідальністю. Кожна група співробітників або окремих член команди, беруть участь в проекті, мають обов'язки щодо виконання проекту і в кінцевому рахунку перед керуючим проектом, а також професійні обов'язки перед компанією. Хоча кожен співробітник має власну роль та відповідальність, взаємозалежність між ними стає неминучою. Менеджерам проектів доводиться постійно підтримувати ці взаємозв'язки, для доведення перспективності та надійності проекту. Крім того, керівники проектів у фармацевтичній промисловості стикаються з такими проблемами: обмеження трудових та матеріальних ресурсів, які потрібні для виконання проекту; недостатнє крос-функціональне управління командою на ФП; культурні відмінності (національні особливості) між персоналом, та слабка співпраця з іноземними компаніями. Це може вплинути на продуктивність виконання проекту; зміну кількості потенційних споживачів, що можуть купувати та використовувати продукцію фармацевтичного підприємства. Скорочення бюджетних витрат та обмеження виробничих, трудових і матеріальних ресурсів ще більше ускладнює дотримання термінів при створенні проекту, що є основними проблемами його своєчасного виконання. На етапі розробки інноваційного продукту фармацевтичного підприємства залучення міжфункціональних команд стає складним завданням для керівника проекту. Досить часто члени команди працюють над декількома проектами. Навички членів команди, визначення пріоритетів, усвідомлювання важливості завдань та ефективне спілкування стають вирішальними аспектами для продуктивності матричної організації. Відсутність достатньої комунікації між членами команди та їх функціональними менеджерами може створити хаотичну ситуацію в рамках виконання проекту. Тому необхідно своєчасно знайти необхідні комунікаційні підходи щодо уникнення подібних

ситуацій.

Оскільки фармацевтичні підприємства стикаються з постійними змінами у нормативно-правовому забезпеченні, вимогах до якості, стандартизації та безпеки продукції, а також постійних потреб потенційних споживачів оновлення бізнес-процесів стає виснажливим завданням. Досить часто менеджери проектів потрапляють у складну ситуацію, працюючи над застарілими методами та підходами. Підтримка вищого керівництва у встановленні чітких бізнес-процесів та підтримці нових креативних ідей може допомогти керівнику проекту та проектній команді у досягненні цілі проекту. Управління культурними відмінностями в команді фармацевтичного підприємства, в іноземних компаніях та зі сторони споживача – це проблема, з якою регулярно стикається керівник проекту ФП. Управління потоком потенційних споживачів додає ще один складний виклик в управлінні проектами, які передбачають партнерську (міжфірмову) співпрацю та організацію при укладанні контрактів. Неефективне управління потребами замовника може спричинити певні проблеми, збільшуючи бюджет проекту та спричиняючи відповідні затримки та несвоєчасне виконання. Якщо управління проектами займається особа з іноземної компанії (посередник) для замовника і навпаки, це ставить керівництво проектом у складну ситуацію, коли очікування замовника не відповідають обіцянкам, запропонованим іноземною компанією згідно з угодою.

Таким чином, для досягнення найкращих результатів під час виконання проектів стратегічного розвитку на фармацевтичному підприємстві, члени команди, керівники проектів та керівництво вищого рівня розподіляють обов'язки щодо створення середовища, сприятливого для успіху проекту. Підтримка адміністрації підприємства у своєчасному забезпеченні ресурсами та ефективному персоналі має вирішальне значення для успішного виконання проекту. Використання матричної організації на фармацевтичному підприємстві позитивно впливає на розвиток проекту. Прийняття відповідних управлінських рішень керівника проекту, щодо зменшення ризиків та створення культури ефективної комунікації між зацікавленими сторонами та членами команди є важливими факторами досягнення успіху проекту.

Список використаних джерел:

1. Pattanaik, A. Complexity of Project Management in the Pharmaceutical Industry. *Paper presented at PMI® Global Congress 2014 – EMEA*, Dubai, United Arab Emirates. Newtown Square, PA: Project Management Institute.
2. Types of Organizational Structures. *Management Study HQ* (2020). Вилучено з <https://www.managementstudyhq.com/types-of-organizational-structures.html>.
3. Чумаченко, І.В., Морозов, В.В., Доценко, Н.В., Чередниченко, А.М. (2014) *Управління проектами: процеси планування проектних дій*. Київ: КРОК.
4. Кирилко, Н. & Григорчук, Т. Основи маркетингу у фармацевтичній діяльності підприємств: збірник матеріалів LV Міжнародної Інтернет-конференції «Перспективні напрями наукових досліджень» (с. 8-13) 24 листопада, 2020) Львів, Україна.

ОСНОВНІ ПОЛОЖЕННЯ КЛЮЧОВИХ ПОКАЗНИКІВ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Даниленко Валерій Володимирович

ORCID ID: 0000-0002-0098-5204

канд. екон. наук, старший викладач кафедри агрологістики

*Харківський національний технічний університет, сільського господарства
імені Петра Василенка, Україна*

Практика вимірювання ключових показників ефективності (KPI) є типовою для більшості суб'єктів економічних відносин. Щоправда, для деяких підприємств процес вимірювання даних може стати марною тратою часу за умови вибору неправильних коефіцієнтів діагностики досягнення стратегічних цілей, або при помилковості вибору самих цілей. При правильному використанні ключові показники ефективності стають важливою частиною стратегії організації [1]. Для власника малого бізнесу вимірювання правильних ключових показників ефективності та створення дієвих умов реалізації функції менеджменту на основі даних може підняти компанію над конкурентами.

Більшість підприємств ставлять перед собою стратегічні цілі, яких вони хочуть досягти. Одним із способів вимірювання прогресу організації в досягненні цих цілей є використання ключових показників ефективності. Наприклад, менеджмент ставить перед собою мету скоротити кількість дефектів на своїй виробничій лінії з 5 до 1 відсотка. Щоб дізнатись, чи управлінці досягають своєї мети, вони встановлюють KPI, що називається коефіцієнтом дефектності. Коефіцієнт дефектності вимірює кількість дефектів, отриманих до і після впровадження будь-яких поліпшень процесу. Без упровадження KPI у підприємства не було б точних даних, щоб знати, чи досягло воно своєї мети.

Ключові показники ефективності забезпечують власникам малого бізнесу миттєвий «знімок» загальної ефективності їх фірми. У сьогодишньому конкурентному бізнес-середовищі для власника стає надзвичайно важливим мати дані про стан свого підприємства в режимі реального часу. Власник малого бізнесу повинен вимірювати і відстежувати ключові показники ефективності, які мають вирішальне значення для успіху його організації. Ці важливі ключові показники ефективності забезпечують життєво важливу інформацію для прийняття рішень.

Акт вимірювання KPI сприяє створенню атмосфери навчання в організації. Згідно з першопричиною, дані, отримані в результаті вимірювання ключових показників ефективності, сприяють критичним розмовам. Такі дискусії між співробітниками організації зазвичай включають в себе теми, що є об'єктами вимірювання KPI, якщо показники є ефективними, і успіх досягнення конкретної мети залежить від результатів вимірювання. Обговорювані дискусії навчають весь залучений персонал.

Оскільки ключові показники ефективності сприяють досягненню довгострокових стратегічних цілей, особливої важливості набуває підтримка узгодженості вимірювань з плином часу. Хоча підприємство може змінити свої цілі, вимірювання KPI повинно залишатися послідовним. З цієї причини ключові показники ефективності стають стратегічними для планування та формування точки зору на розвиток бізнесу в цілому [2].

Ключові показники ефективності мають певний рівень важливості в організації, але тільки в тому випадку, якщо вони призводять до практичних кроків для досягнення мети. Наприклад, фірма, яка встановлює KPI для покращення

результатів утримання клієнтів, не має шансів досягти цієї мети. Мета не має вимірюваного компонента, який призводить до реалізації практичних кроків. Якщо підприємства переглядає KPI, щоб збільшити утримання клієнтів на 10 відсотків, то тепер у нього є вимірні мета, яка піддається кількісній оцінці. Організація повинна перетворити виміряні, кількісні дані в дієві елементи для досягнення своєї мети.

Однак обчислення чіткого KPI мети досить важке завдання. Активний розвиток бізнесу, який спостерігається в останні роки, дав імпульс до поширення і розвитку цього нового підходу до управління діяльністю компанії. Кожен управлінець зацікавлений в тому, щоб знати наперед до яких результатів прийде підприємство, яке вибрало той чи інший шлях. Це стимулювало появу численних видань, відеотренінгів та інших інформаційних матеріалів, присвячених тематиці KPI цілей.

З точки зору теорії управління розробка і використання системи ключових показників ефективності є етапом такого поширеного методу менеджменту як управління за цілями (Management by Objectives). Основоположним принципом даного методу є твердження, що досягти результату можна лише успішно реалізувавши всі завдання. Виходить, що перед кожним співробітником повинні стояти завдання і цілі, досягнення яких необхідно регулярно контролювати за допомогою системи показників.

Список використаних джерел:

1. Danylenko, V. (2020) Ідентифікація характеристик конкурентного середовища цільових ринків збуту продукції підприємств-виробників зерна. *Соціальна економіка*, 59, 32-38. DOI: <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2020-59-04>
2. Потишняк, О. М., Литвинов, А. І., Даниленко, В. В. (2019) Інформаційна система управлінського обліку як складова світового бізнес-простору: досвід східноєвропейських країн. *Український журнал прикладної економіки*, 4 (3), 57-66. DOI: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2019-3-7>

ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ ОБЛІКУ ТА ОПОДАТКУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ МАЛОГО БІЗНЕСУ В КРАЇНАХ ЄС

Дмитренко Ольга Миколаївна

кандидат економічних наук, доцент кафедри бухгалтерського обліку,
оподаткування та аудиту Факультету обліку та фінансів

Поліський національний університет, Україна

Організація бухгалтерського обліку будь-якої держави нерозривно пов'язана з особливостями моделі її економічного розвитку. В сучасних умовах розвиток малого бізнесу є одним з пріоритетних напрямів економіки будь-якої держави. Він є необхідним елементом здорового конкурентного середовища, малий бізнес наповнює споживчий ринок товарами, створює велику кількість нових робочих місць, генерує інноваційні рішення у сфері виробництва, збуту та фінансування.

У Євросоюзі найбільшу частку займають мікро- та малі підприємства – 98,7%, в яких зайнято більше 49,2% населення Європейського Союзу, та додана вартість яких складає 39,4% [5]. Найбільша кількість підприємств малого бізнесу знаходиться в Італії, Німеччині, Франції та Іспанії.

Одним з важливих чинників ефективної роботи підприємства малого бізнесу є правильна організація процесу ведення бухгалтерського обліку. Бухгалтерський облік забезпечує не тільки збір, обробку та зберігання необхідної інформації про господарську діяльність, але й формує бухгалтерську та податкову звітність. Чітка та грамотна організація бухгалтерського обліку на підприємствах малого бізнесу сприяє скороченню облікових процесів, підвищенню оперативності обробки та точності надання бухгалтерської інформації та, в результаті, підвищенню якості прийняття управлінських рішень.

У міжнародній практиці складання фінансової звітності суб'єктів малого підприємництва контролює Міжнародний стандарт фінансової звітності для малих та середніх підприємств (МСФЗ для МСП), який набрав чинності у 2009 році. Його застосування має певні переваги:

1. Фінансово-кредитні установи у процесі прийняття рішень щодо надання кредиту, визначення умов та відсоткових ставок, здійснення моніторингу наданих кредитів, перш за все, віддають перевагу тим підприємствам, фінансова звітність яких складена згідно з вимогами МСФЗ, що забезпечує її надійність, прозорість та порівнянність;

2. Підвищення надійності висновків, які побудовані на основі звітності, яка складена згідно з вимогами МСФЗ, що забезпечує прозору та чітку роботу з постачальниками і покупцями, які хочуть оцінити фінансовий стан підприємства та перспективи ділових стосунків;

3. Отримання власниками та інвесторами, які не беруть участь у постійному управлінні та контролі підприємством, але хочуть володіти необхідною інформацією, можливості порівнювати показники, які подані у звітності різних суб'єктів господарювання на зіставній основі [3].

Для малих підприємств в країнах ЄС, які мають невеликий господарський оборот, передбачені спрощення облікових процесів, зокрема у прийнятті спрощеної облікової політики, кількості форм звітності, зменшенні ступеня деталізації звітності та скороченні переліку її статей тощо.

Зокрема, в Німеччині, наприклад, малі підприємства, дохід яких складає від 17500 до 50000 євро на рік можуть використовувати спрощене ведення бухгалтерії – складається звіт про надлишок доходу (прибуток розраховується як надлишок операційного доходу над операційними витратами). Якщо прибуток підприємства склав більше 50000 євро складається баланс та звіт про доходи та витрати. Малі підприємства не мають необхідності вести подвійну бухгалтерію, з доходу вираховуються лише витрати, а звіт про надлишок доходу подається до фіскальної служби разом з податковою декларацією [1].

У Франції характерною особливістю плану рахунків є його інтеграційні властивості, що створює можливості ведення спрощеної бухгалтерії. Визначення фінансового результату може бути проведено шляхом порівняння сум залишків активних та пасивних рахунків або розрахунком чистих активів за період.

Однією з найпоширеніших форм стимулювання розвитку сектору малого підприємництва в розвинутих країнах Європи є створення для них пільг в оподаткуванні шляхом введення спеціальних податкових правил або застосування загальних правил з окремими пільгами для малих підприємств (таблиця 1).

Таблиця 1

Особливості оподаткування підприємств малого бізнесу у країнах ЄС

Країна	Особливості системи оподаткування підприємств малого бізнесу
Франція	В залежності від величини обороту малих підприємств у Франції застосовуються спеціальні податкові режими. Дані підприємства не подають декларацію про податок на додану вартість, але сплачують податок на прибуток, ставка якого залежить від сфери діяльності. У Франції підприємства малого бізнесу зобов'язані реєструватися платниками податку на додану вартість (сплачується щоквартально). Малі підприємства, що мають оборот до 80 тис. євро в рік звільняються від сплати податку на додану вартість. Якщо річний прибуток становить до 38 120 євро, то податок на прибуток сплачується за ставкою 15%. Частина оподаткованого прибутку, з якого стягується зменшена ставка податку, має бути використана підприємством для капіталовкладень. Малі інноваційні підприємства протягом перших двох років діяльності не сплачують податок на прибуток. У підприємств, що надають послуги, є можливість зменшити свій оподатковуваний дохід шляхом проходження перевірки в офіційного аудитора. У Франції особливу лояльність від держави отримують ті підприємства, що були відкриті в економічно депресивних районах, дані підприємства звільняються від сплати податків на три роки.
Швеція	У Швеції основним принципом податкового регулювання є принцип «нейтральності» згідно якого до всіх підприємств застосовується загальна база оподаткування. Отже, для малих підприємств відсутні будь-які спеціальні спрощені податкові режими. Проте, в принципі «нейтральності» передбачено винятки у вигляді податкових пільг, що спеціально застосовуються до малих підприємств. Наприклад, якщо річний оборот підприємства становить менше 110 тис. дол., то воно може подавати податкову декларацію тільки раз на рік, а не щомісяця, як це зобов'язані робити всі підприємства інших форм власності. Протягом перших п'яти років діяльності приватним підприємцям дозволяється віднімати збитки від господарської діяльності з можливого доходу. Підприємства з річним оборотом менше 4,4 млн. дол. протягом 42 днів з моменту закінчення звітного періоду зобов'язані сплачувати податок на додану вартість, а якщо оборот перевищує 4,4 млн. дол., тоді сплачувати даний податок необхідно протягом 26 днів після закінчення звітного періоду.

Продовження табл. 1

Країна	Особливості системи оподаткування підприємств малого бізнесу
Німеччина	В Німеччині мале підприємництво знаходиться в стадії активного розвитку та є одним з найважливіших секторів економіки. Фінансова та технологічна підтримка малим підприємствам надається на усіх рівнях влади. В Німеччині загальна ставка податку становить 48,9% (включаючи податок на прибуток 23,2%, податок та виплати на заробітну плату 21,3% від прибутку, 4,4% – інші податки. Податок на додану вартість введений у Німеччині у розмірі 19%. Там розвинуто систему податкових пільг для підприємств малого бізнесу: 1) перші два роки існування мале підприємство звільняється від усіх виплат; 2) існує можливість застосування прискореної амортизації, що дозволяє списати до 50% вартості придбаного оснащення в перший рік купівлі; 3) звільнення від податку з обороту, якщо сума обороту менше 17,5 тис. євро в рік; 4) пільгова ставка (7%) на сплату податку на додану вартість діє на продовольчі товари, продукцію сільського господарства, книги, фармацевтичну продукцію. Варто також відзначити, що підприємства лісової та сільськогосподарської галузей взагалі звільняються від сплати податку на додану вартість. Особливою рисою у малому бізнесі Німеччини є те, що дрібні та малі підприємства об'єднуються у ремісничі палати, що беруть безпосередню участь у формуванні бюджетів та підготовці нормативно-правової бази з питань регулювання бізнесу і, в першу чергу, податкової політики держави.
Італія	В 1991 році в Італії був прийнятий закон щодо стимулювання розвитку та модернізації малих підприємств. В Південній Італії малі новостворені промислові підприємства протягом 10 років не сплачують податок на прибуток і місцеві податки. Італійські фінансово-кредитні компанії, які створюються з метою модернізації малих підприємств також підлягають пільговому оподаткуванню. Податок на додану вартість в Італії не сплачують фірми – експортери товарів, фірми, що надають міжнародні послуги та пов'язані з ними операції, страхові компанії, підприємці, що надають професійні послуги (адвокати, інженери, архітектори), медичне обслуговування, операції з іноземною валютою й золотом та поштові послуги. В сфері сільського господарства уряд Італії, окрім пільгового оподаткування заохочує малий бізнес субсидуванням та кредитуванням.

Джерело: побудовано за [2, 4].

Організація та практика бухгалтерського обліку та оподаткування в країнах ЄС має свої особливості. Вони відображають специфіку кожної держави, систему її державного устрою, рівень економічного розвитку, традиції суспільного самоуправління та ін. В цілому слід зазначити, що спрощення процедур ведення обліку на підприємствах малого бізнесу у країнах ЄС, так само як і податкові пільги стимулюють розвиток малого бізнесу та істотно знижують податкове і адміністративне навантаження на малий бізнес.

Список використаних джерел:

1. Accounting rules for small business owners (2013), available at: <https://www.papierkram.de/aktuelles/buchhaltungsregeln-fuer-kleinunternehmer> (Accessed 23 November 2020).
2. Analytical Agency Report (2010), "The German experience: The future of small business", available at: <http://ibud.ua/ru/novost/dosvid-nimechchini-maybutnza-malim-biznesom-10570> (Accessed 19 November 2020).
3. Dolbneva, D.V. (2013), "IFRS Financial statements: advantages and disadvantages for domestic small and medium enterprises", *Buhgalterskij oblik, analiz i audit*, vol. II (54), pp. 219–227.
4. Logvinovska, S.I. (2013), "Conceptual approaches to the simplified taxation system in Ukraine", *Ekonomichnij forum*, vol.3, pp. 180–185.
5. Medinska, T. (2014), "Alternative systems of small business taxation in foreign countries: experience for Ukraine", *Zbirnik naukovih prac Derzhavnogo ekonomiko-tehnologichnogo universitetu transport: Ser. Ekonomika i upravlinnya*, vol.30, pp. 231–244.

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ВІТЧИЗНЯНИХ СУБ'ЄКТІВ ДЕРЖАВНОГО СЕКТОРУ

Ісаншина Галина Юріївна

ORCID ID: 0000-0001-5868-5733

старший викладач кафедри «Облік, оподаткування та економічна безпека»

Донбаська державна машинобудівна академія, Україна

Бачуріна Ірина Володимирівна

здобувач вищої освіти факультету економіки і менеджменту

Донбаська державна машинобудівна академія, Україна

В Україні питома вага державного сектору економіки розраховується відповідно до наказу Мінекономрозвитку від 20.12.2012 № 1466. Для розрахунку питомої ваги державного сектору економіки використовують відносні показники (табл. 1).

Таблиця 1

Питома вага державного сектору економіки

Рік	Питома вага кількості суб'єктів господарювання державного сектору економіки, % (K4)	Питома вага чистого доходу (виручки) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) суб'єктів господарювання державного сектору економіки, % (K3)	Питома вага середньої вартості необоротних та оборотних активів суб'єктів господарювання державного сектору економіки, % (K2)	Питома вага середньої кількості працівників суб'єктів господарювання державного сектору економіки, % (K1)	Питома вага капітальних інвестицій суб'єктів господарювання державного сектору економіки, % (K5)	Питома вага державного сектору економіки, %
2019	0,5	7,6	13,8	11,9	7,6	8,3
2018	0,6	8,2	15,2	12	8,3	8,9
2017	0,6	8,6	16,9	13,2	7,7	9,4
2016	0,7	11,0	18,6	15,4	9,7	11,1
2015	0,6	11,4	19,4	15,8	9,3	11,3
2014	0,7	8,9	15,6	15,1	11,3	10,3
2013	0,7	9,2	14,4	15,6	9,0	9,8
2012						9,6
2011						10,4
2010						9,2

взято з [1]

Питому вагу державного сектора в економіці розраховують як середнє арифметичне значення наданих показників: $K = (K1 + K2 + K3 + K4 + K5) \times 100\% / 5$. Як бачимо з табл. 1, питома вага державного сектору в економіці упродовж 2010-2019 рр. змінюється в діапазоні 8,3-11,3%. Питома вага державного сектору економіки з 2010-2011 рр. збільшилася з 9,2 % до 10,4%, а в 2012 р. різко зменшилася до 9,6%, що пов'язано з максимальним високим рівнем роздержавлення української економіки. Згідно вказаній методиці, до складу державного сектору економіки віднесено і суб'єктів сектору загального державного управління, і державні підприємства [2]. Така ситуація цілком відповідає

загальноєвропейській практиці. Але це не стосується організації бухгалтерського обліку. Для різних суб'єктів встановлено свій комплекс обов'язкової фінансової і нефінансової звітності (рис. 1).

Комплект фінансової звітності для всіх суб'єктів господарювання є незмінним: від Балансу до Інформації за сегментами. У випадку бюджетних установ – від №1-дс до №6-дс. Бюджетні установи зобов'язані також складати бюджетну звітність, повний комплект якої нараховує 27 форм. Одержувачі бюджетних коштів в частині бюджетної звітності заповнюють тільки чотири форми місячної та шість форм квартальної і річної звітності. Форми бюджетної звітності встановлюються Міністерством фінансів України за участю державної казначейської служби України (ДКСУ). Основне призначення цієї звітності – отримання інформації для контролю за станом виконання кошторису бюджетних установ. Органи ДКСУ з метою надання повної, правдивої та неупередженої інформації про стан виконання місцевих бюджетів та державного бюджету користувачам для прийняття управлінських рішень окремо складають ще й Звітність про виконання відповідного бюджету. Суб'єкти сектору загального державного управління керуються в своїй діяльності Національними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку у державному секторі (НП(С)БОДС), усі ж інші суб'єкти господарювання – Національними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку (НП(С)БО) або Міжнародними стандартами фінансової звітності (МСФЗ).

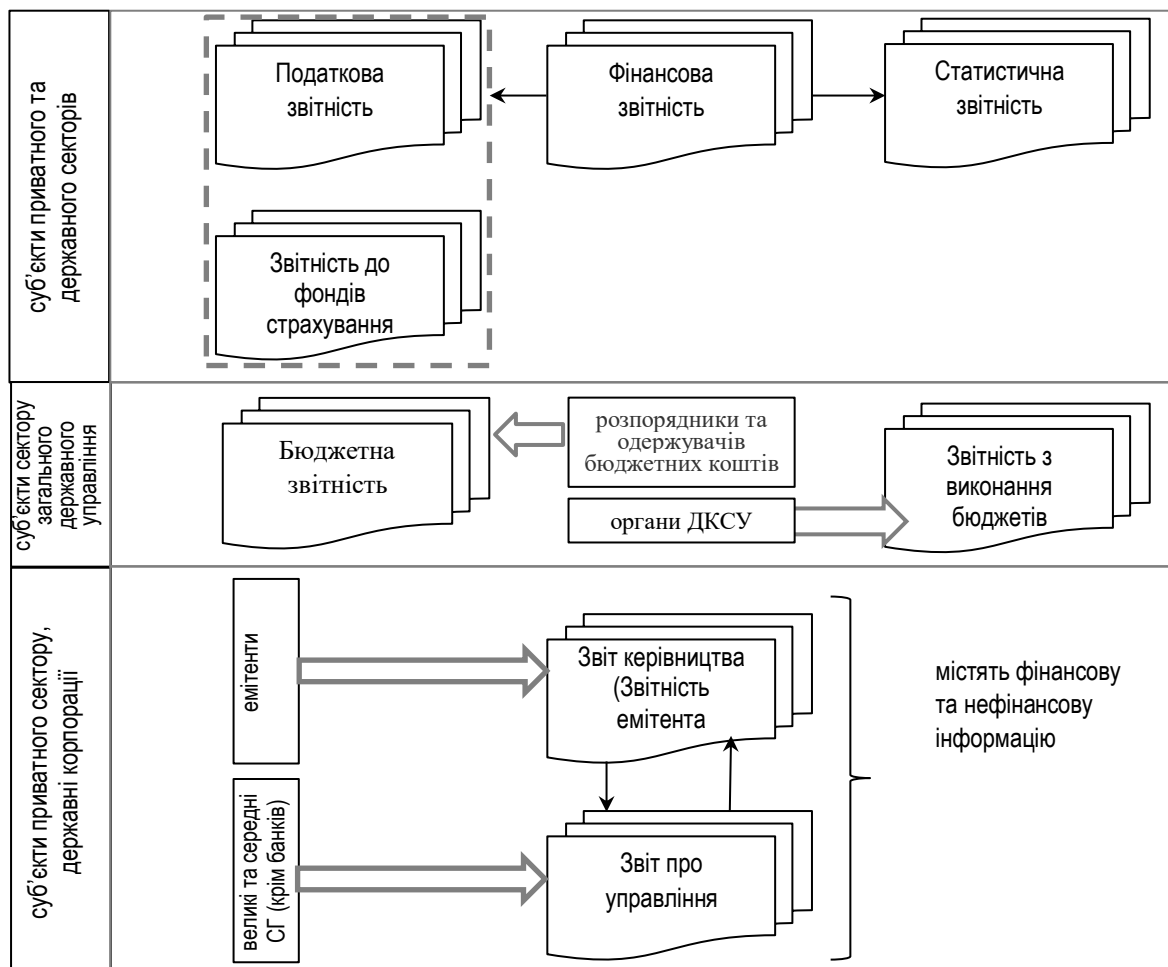


Рис. 1. Обов'язкова річна звітність юридичних осіб резидентів - суб'єктів приватного та державного секторів економіки України

У європейській практиці не тільки статистичний, але й бухгалтерський облік здійснюється за єдиною методикою. Тобто всі суб'єкти державного сектору повинні керуватися однаковими стандартами бухгалтерського обліку.

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт міністерства економічного розвитку і торгівлі України. (2020). Вилучено з <https://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&tag=UpravlinniaDerzhavnimSektoromEkonomikils&pageNumber=1>
2. Статистичний класифікатор України. Класифікація інституційних секторів економіки України (KICE). (2020). Вилучено з [http://www.ukrstat.gov.ua/norm_doc/2020/85/85%20\(%D0%B7%D1%96%20%D0%B7%D0%BC%D1%96%D0%BD%D0%B0%D0%BC%D0%B8\).pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/norm_doc/2020/85/85%20(%D0%B7%D1%96%20%D0%B7%D0%BC%D1%96%D0%BD%D0%B0%D0%BC%D0%B8).pdf)

ПРИЧИНИ ТА НАСЛІДКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ЗАХОДІВ З РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Петрушка Тетяна Олексіївна

канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри економіки підприємства та інвестицій
Національний університет «Львівська політехніка», Україна

Юхман Ярина Василівна

старший викладач кафедри економіки підприємства та інвестицій
Національний університет «Львівська політехніка», Україна

Петрушка Катерина Ігорівна

канд. техн. наук, асистент кафедри хімічної інженерії
Національний університет «Львівська політехніка», Україна

Підвищення ефективності діяльності підприємств потребує зниження питомих витрат ресурсів, які ними використовуються. З цією метою необхідною є реалізація заходів з ресурсозбереження [1, 2], масштаби якої визначаються як величиною інвестиційного потенціалу підприємств [3], так і техніко-економічними параметрами цих заходів, зокрема, параметрами ресурсозберігаючих технологій, які підприємства планують впровадити [4, 5].

Необхідно відзначити наявність значної кількості причин, які можуть спонукати підприємства до впровадження заходів з економії ресурсів. Такі причини, що зумовлюють об'єктивну необхідність реалізації заходів з ресурсозбереження, можна умовно поділити на дві групи, а саме: 1) внутрішні, які обумовлені прагненням власників та менеджерів підприємства до постійного покращення фінансових результатів його діяльності, а також необхідністю поступового підвищення якості ресурсів (наприклад, шляхом заміни застарілого обладнання); 2) зовнішні, які зумовлені впливом на прийняття управлінських рішень, що ухвалюються на підприємстві, певних змін, які відбуваються у його зовнішньому середовищі. Зокрема, одним із зовнішніх чинників, які зумовлюють необхідність реалізації заходів з ресурсозбереження на підприємстві, може виступати зниження рівня його конкурентоспроможності.

Загалом, можна виділити такі найбільш типові причини, які викликають потребу в реалізації заходів з ресурсозбереження на підприємстві:

- необхідність виведення підприємства з фінансової кризи (така потреба виникає у підприємств з незадовільним фінансовим станом, зокрема у збиткових суб'єктів господарювання, якщо такий стан викликаний значними витратами виробничих ресурсів на виготовлення їх продукції);
- необхідність недопущення потрапляння підприємства у кризовий стан (така потреба виникає у підприємств, у яких фінансовий стан має тенденцію до суттєвого погіршення внаслідок значного витрачання виробничих ресурсів на виготовлення їх продукції);
- необхідність досягнення задовільного фінансового стану підприємства та достатньо міцного його становища на ринку (така потреба виникає, зокрема, у тих підприємств, у яких виробництво продукції є рентабельними, але не достатньо високим внаслідок значного витрачання ресурсів на її виготовлення);
- необхідність досягнення лідируючих позицій у галузі (така потреба постає у діяльності тих підприємств, які мають намір увійти до групи лідерів у певній галузі

економіки (на певному ринку) або одноосібно обійняти лідируючу позицію за допомогою реалізації заходів зі зниження питомих витрат їх виробничих ресурсів);

- необхідність збереження лідируючих позицій у галузі (така потреба постає у діяльності тих підприємств, які є лідерами у певній галузі економіки (на певному ринку) і намагаються зберегти своє лідерство за допомогою реалізації заходів з ресурсозбереження).

Враховуючи, що заходи з ресурсозбереження на підприємстві (особливо, якщо вони мають комплексний характер) часто викликають докорінні зміни у техніко-технологічній базі та суттєво впливають на більшість характеристик його фінансового стану, існує значна кількість можливих наслідків реалізації цих заходів. При цьому ці наслідки можуть бути поділені на дві великі групи, а саме: позитивні (підвищення ефективності господарської діяльності, покращення рівня конкурентноздатності продукції підприємства тощо) та негативні (підвищення рівня капіталомісткості продукції підприємства, необхідність спрямування значних обсягів інвестиційних ресурсів у здійснення заходів з ресурсозбереження, можливе вивільнення значної кількості працівників підприємства внаслідок впровадження працевзберігаючих технологій виготовлення продукції тощо).

Урахування негативних наслідків реалізації заходів з економії ресурсів підприємств дає змогу краще зрозуміти причини низьких масштабів впровадження ресурсозберігаючих технологій у діяльність вітчизняних підприємств. Ці причини доцільно поділити на такі основні групи: економічні (відсутність достатнього обсягу вільних грошових засобів для реалізації програм з ресурсозбереження, значний рівень ставок за користування кредитними ресурсами, недостатній розвиток фондового ринку, наявність інших більш вигідних на теперішній час напрямів інвестування коштів тощо); техніко-технологічні (недостатня кількість техніки та технологій, що випробувані, які можуть зумовити суттєве скорочення споживання певних видів виробничих ресурсів у певних галузях економіки, внаслідок сповільнення інноваційної діяльності у машинобудівній та приладобудівній галузях вітчизняної економіки); організаційні (відсутність на багатьох підприємствах дієвих організаційних механізмів та систем менеджменту, які б сприяли реалізації заходів з економії виробничих ресурсів); психологічні (наявність у багатьох власників та менеджерів вітчизняних підприємств прагнень до збереження (консервації) існуючих технологічних процесів, небажання реалізовувати новаторські підходи до розвитку техніко-технологічної бази підприємств, вкрай негативне ставлення до ризику тощо); методологічні (відсутність на теперішній час завершеної системи методів, моделей та показників оцінювання ефективності та обґрунтування доцільності впровадження на підприємствах заходів з ресурсозбереження).

Стосовно позитивних наслідків здійснення підприємством заходів, спрямованих на економію його ресурсів, то ці наслідки доцільно поділити на такі основні групи: фінансові (покращення фінансового стану підприємства за рахунок зростання фінансових результатів його діяльності та збільшення рівня його конкурентноздатності); іміджеві (покращення ділової репутації підприємства, зокрема, внаслідок підвищення рівня якості його продукції); соціальні (покращення умов праці працівників та техніки безпеки на підприємстві); екологічні (покращення зовнішнього природного середовища функціонування підприємства).

Отже, формування науково обґрунтованої програми заходів з ресурсозбереження на підприємствах потребує проведення попередньої оцінки як позитивних, так і негативних наслідків її здійснення.

Список використаних джерел:

1. Іваненко, О. В. (2013). Формування потенціалу ресурсозбереження соціально-економічних систем. *Економіка. Фінанси. Право*, (8), 7-10.
2. Андрусів, У. Я. & Мазур, І. М. (2017). Комплексний підхід до забезпечення раціонального використання енергетичних ресурсів. *Бізнес Інформ*, (1), 44–49.
3. Гришко, В. А., Ємельянов, О. Ю. & Крет, І. З. (2010). Оцінювання поточного та стратегічного рівня інвестиційного потенціалу машинобудівних підприємств. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка» Проблеми економіки та управління*, (683), 210-215.
4. Piva, M. & Vivarelli, M. (2018). Technological change and employment: is Europe ready for the challenge. *Eurasian Bus. Rev.*, (8(1)), 13-32.
5. Yemelyanov, O., Symak, A., Petrushka, T., Lesyk, R. & Lesyk, L. (2018). Assessment of the technological changes impact on the sustainability of state security system of Ukraine. *Sustainability*, (10(4)), 1186.

ПРОБЛЕМИ СТРАХОВОГО РИНКУ В УКРАЇНІ 2020

Марущак Тетяна Сергіївна

здобувач освіти фінансово-економічного відділення
Вінницький технічний коледж, Україна

Науковий керівник: Брода Аліна Юріївна

канд. юрид. наук, викладач фінансово-правових дисциплін
Вінницький технічний коледж, Україна

Страховий ринок є одним із невід'ємних елементів ринкової інфраструктури та фінансової системи будь-якої держави. Ефективно функціонуючий страховий ринок є важливою компонентною ринкової економіки і відіграє визначальну роль у формуванні загальноекономічної ситуації в країні, адже створює страхове середовище, здатне забезпечити страховий захист суб'єктам господарювання і фізичним особам у зв'язку із наслідками страхових подій, зменшуючи значною мірою витрати державного бюджету на відшкодування збитків, спричинених внаслідок надзвичайних ситуацій, різноманітних природних лих, а також захищає бізнес від непередбачуваних ризиків та забезпечує соціальну підтримку населення.

Основними факторами під впливом яких функціонує ринок страхування в Україні є: продовження військового конфлікту в країні; обмеження платоспроможного попиту з боку кінцевих споживачів послуг (страхувальників) через зниження рівня вільних доходів населення і суб'єктів господарювання; девальвація національної валюти; втрата депозитів окремих страховиків внаслідок ліквідації значної кількості банківських установ; зниження ліквідності фондового ринку тощо.

Процес розвитку страхового ринку України супроводжується низкою таких проблем, як недосконалість державного регулювання ринку фінансових послуг, кризовий стан національної економіки, недостатній рівень впровадження інновацій страховими компаніями, недовіра з боку споживачів страхових послуг тощо. За такої ситуації страховий ринок України не може повноцінно виконувати свої економічні функції.

Загрози фінансовій безпеці страхового ринку виникають унаслідок неефективного фінансового менеджменту в межах страхових компаній та з боку партнерів, конкурентів, криміналу, іноземних суб'єктів господарювання, засобів масової інформації, держави та інших іноземних держав (рис. 1)

На даний момент ефективного функціонування страхового ринку України гальмується відсутністю єдиної державної стратегії щодо розвитку ринку страхових послуг в державі, нестабільністю економічної ситуації в державі, низьким рівнем страхової культури та фінансової освіченості учасників страхового ринку, браком ліквідних фінансових інструментів для проведення ефективної політики інвестування коштів, низьким рівнем капіталізації вітчизняних страховиків, зволіканням із упровадженням обов'язкового медичного, аграрного та пенсійного страхування за участю страховиків, низьким рівнем якості послуг, що надаються окремими страховиками тощо.



Рис. 1. Основні загрози фінансовій безпеці страхового ринку України

Основними напрямками вирішення проблем розвитку страхового ринку України мають бути:

- розробка єдиної законодавчої бази стосовно нормативів діяльності страхових компаній;
- забезпечення подальшої адаптації законодавства України у сфері страхування до законодавства Європейського Союзу;
- розробка та затвердження єдиної державної концепції розвитку страхового ринку України, яка мала б реальне фінансове підґрунтя;
- підвищення добробуту та рівня страхової культури населення;
- покращення стану як державних, так і корпоративних фінансів;
- запровадження системи захисту прав споживачів страхових послуг;
- комплексний контроль таких параметрів діяльності страховиків як внутрішня система управління та контролю за ризиками, прозора фінансова звітність, виявлення недоліків у діяльності страховиків на ранніх стадіях їх розвитку.

Будь яка кризова ситуація чи подія впливає на діяльність страхових компаній та повинна бути врахована ними з метою формування позитивного фінансового результату та захисту населення країни.

В 2020 році вагомим чинником, що вплинув на життя всіх країн, в т.ч. України, стала пандемія COVID-19 (коронавірусу).

В умовах пандемії утворюються нові загрози для успішного функціонування страхових компаній, проте, і виникають можливості для їх розвитку.

Ця ситуація стала іспитом для українського страхового ринку. З одного боку, люди стали більше цікавитися персональним страховим захистом — полісами ДМС, спеціалізованими полісами страхування від COVID-19, страхуванням життя. З іншого боку, частина корпоративних клієнтів потерпає від карантину та скорочує

видатки. Криза змушує усіх швидко реагувати на зміни, пристосовуватись до обмежень, змінювати бізнес-моделі та плани на поточний і наступні роки.

Карантин спричинив зміни не лише у сфері медичного страхування. Він позначився на роботі компаній у цілому. Загалом, експерти спільні у думці, що нинішня криза стала ефективним “прискорювачем” цифрової трансформації у галузі страхування.

Проте, варто зазначити, що в останні роки страховий ринок в Україні активно розвивався: в 2019 році його обсяг виріс на 20%. На сьогодні, згідно з даними НБУ, на українському ринку працює 215 страхових компаній.

За оцінкою Swiss Re Sigma український ринок страхування увійшов в десятку найдинамічніших ринків світу.

Отже, страховий ринок України перебуває на етапі розвитку та інтеграції у світовий простір. Усунення негативних чинників розвитку страхової галузі сприятиме стабільному розвитку національної економіки та стимулюватиме інтеграцію України до регіональних та світових страхових ринків. Для усунення негативних факторів розвитку страхового ринку України необхідно запроваджувати заходи, які полягатимуть у підвищенні рівня надійності та фінансової стійкості страховиків.

Список використаних джерел:

1. Пурій, Г. М. (2018). Страховий ринок України: сучасний стан та проблеми розвитку. Ефективна економіка (10), 2-7. Вилучено із http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2018/60.pdf
2. Плиса, В. Й. (2020). Проблеми розвитку страхування в Україні: Науковий студентський збірник (11) 27-31.
3. Михальчук Н. (2020). Новий регулятор + коронавірус: як змінився ринок страхування під час пандемії. Вилучено із <https://delo.ua/economyandpoliticsinukraine/novij-reguljator-covid-19-jak-zminivsja-rinok-st-372924/>
4. Імунітет до пандемії: підсумки роботи страхового ринку 2019 (2020). Вилучено із <https://business.ua/uk/imunitet-do-pandemiji>
5. Боднар О. А., Хоренженко В. В., Татаренкова Ю. В. (2020) Функціонування страхового ринку України в умовах пандемії covid-19. Ефективна економіка. (10) 3-5. Вилучено із <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8268>
6. Бочкарьова, Т. О., Журавка, О. С. (2015) Фінансова безпека сучасного страхового ринку України. Економіка. Фінанси. Право. (6) 57-65.

ПРЯМІ ІНОЗЕМНІ ІНВЕСТИЦІЇ У 2014-2019 РОКАХ

Токман Дар'я Анатоліївна

студентка факультету економіки та менеджменту, гр. ФБС-17
Донецький національний технічний університет, Україна

Як відомо, ефективність інвестування багато в чому залежить від рівня інформованості про об'єкт інвестування. В процесі реалізації міжнародних інвестиційних проектів важливе значення має інвестиційний клімат країни імпортера інвестицій. Саме тому у світовій практиці розроблено та використовується ряд показників та рейтингових оцінок для визначення інвестиційної привабливості економіки конкретних країн. Серед інших варто виділити показник «міжнародної інвестиційної позиції країни». Згідно визначення за методологією Міжнародного валютного фонду, яке прийняте і в Україні, міжнародна інвестиційна позиція – це статистичний звіт, що відображає накопичені запаси зовнішніх фінансових активів та пасивів країни. Йдеться про всі фінансові вимоги та зобов'язання резидентів країни щодо нерезидентів.

Національний банк України, виконуючи вимоги передбачені угодою з МВФ щодо надання інформації про міжнародну інвестиційну позицію України, починаючи з 1997 року здійснює роботу з розробки методики та інформаційної бази для визначення даного показника.

Як вже зазначалось, роботу по розрахунку міжнародної інвестиційної позиції України проводить НБУ. Вона формується в табличному вигляді, де вказуються основні компоненти зовнішніх вимог та зобов'язань нашої країни, що відповідають статтям фінансового рахунку платіжного балансу. Починаючи з 2009 р. показник міжнародної інвестиційної позиції України складається щоквартально та оприлюднюється на 85-90 день після закінчення звітного періоду.

Фінансові компоненти міжнародної інвестиційної позиції складаються з портфельних, прямих та інших інвестицій, а також з резервних активів, що належать до вимог країни. Зазначені компоненти інвестицій класифікуються за типами фінансових інструментів та секторами економіки.

Таблиця 1

Прямі іноземні інвестиції в Україну

Рік	Прямі інвестиції в Україну	Абсолютний приріст	Темп зростання, %	Темп приросту, %	Абсолютне значення 1% приросту, млн. дол.
2014	410	-	-	-	-
2015	2961	2551	722,20%	622,20%	4,10
2016	3284	323	110,91%	10,91%	29,61
2017	2202	-1082	67,05%	-32,95%	32,84
2018	2355	153	106,95%	6,95%	22,02
2019	3070	715	130,36%	30,36%	23,55
Середні показники	2380,3	532,0	227,49%	127,49%	22,42

Прямі іноземні інвестиції в економіку України за останні 17 років надходили досить нерівномірно. Динаміка їх надходження за період 2014 - 2019 роки наведена в таблиці 1. Дані таблиці 1 показують, що надходження прямих іноземних інвестицій в Україну за період з 2014 до 2019 року значно коливається та суттєво залежить від

стану та зміни політичної й економічної ситуації в країні та світі. Так, у 2015 році, сподіваючись на позитивні зміни після подій 2013 року, іноземні інвестори вклали в економіку України 2961 млн. дол. США, що у 7,2 рази більше, ніж у попередньому році. Найбільший обсяг надходжень іноземних інвестицій в Україну відбувся у 2016 році – 3284 млн. дол. США, що було в 8,01 рази або на 2874 млн. дол. США більше, ніж у 2014 році. Значне скорочення надходжень прямих іноземних інвестицій відбулося у 2017 році. Обсяг надходжень зменшився в порівнянні з 2016 роком на 32,95 %, що становило 1082 млн. дол. США. Незначне збільшення надходжень у 2018 році, всього на 153 млн. дол. США або на 6,9%. У 2019 році темп приросту становить 30,36%, що свідчить про поліпшення інвестиційного клімату в країні.

Таблиця 2

Прямі інвестиції з України

Рік	Прямі інвестиції з України	Абсолютний приріст, тис. грн	Темп зростання	Темп приросту	Абсолютне значення 1 % приросту, млн. грн.
2014	111	-	-	-	-
2015	-51	-162	-0,4595	-1,4595	1,11
2016	16	67	-0,3138	-1,3138	-0,51
2017	8	-8	0,50	-0,50	0,16
2018	-5	-13	-0,6250	-1,6250	0,08
2019	648	643	-129,6	-130,6	-0,05
Середні показники	121,17	-29	-26,10	-27,10	0,16

Отже, інвестиційна позиція є важливим показником, що характеризує стан зовнішньоекономічної діяльності України та має широкий спектр використання як для органів державної влади, так і для закордонних інвесторів.

Список використаних джерел:

1. Міністерство фінансів України. Вилучено щ <https://index.minfin.com.ua/economy/fdi/>

РОЗВИТОК ОВЕРСАЙТА ПЛАТІЖНИХ СИСТЕМ В УКРАЇНІ

Грибенюк Ірина Станіславівна

студентка магістратури спеціальності «Фінанси і кредит»
Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна

Науковий керівник: Вишивана Б.М.

канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів, грошового обігу і кредиту
Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна

Невід'ємною складовою державної кредитно-фінансової системи й елементом інфраструктурної і технологічної основи для реалізації цілей грошово-кредитної політики центрального банку є платіжні системи. Через окремі платіжні системи щоденно проходять великі суми коштів економічних суб'єктів, тому порушення її діяльності може призвести до виникнення системного ризику, що, в свою чергу, здатне спричинити фінансову та економічну нестабільність.

З метою забезпечення ефективного та надійного функціонування платіжних систем більшість центральних банків світу виконують функцію оверсайта, надаючи їй пріоритетного значення. Крім того, нещодавня розробка міжнародних стандартів у галузі платежів, клірингу та розрахунків, вимагає від центральних банків постійного розвитку, адже, з одного боку, необхідно уніфікувати вимоги до платіжних систем, а, з іншого – знайти унікальний підхід до їх оверсайта із врахуванням особливостей національної платіжної системи.

Необхідність оверсайта пояснюється в тому числі й порівняно високою ризикованістю діяльності платіжних систем, пов'язаною з такими фінансовими ризиками, як кредитний, ризик ліквідності, комерційний, розрахунковий, інвестиційний та депозитарний ризики; і нефінансовими – операційним, правовим; а також системним [2].

Відповідно до «Концепції запровадження нагляду (оверсайта) за платіжними системам в Україні» [4], оверсайт платіжних систем є діяльністю центрального банку з моніторингу, оцінювання платіжних систем та в разі необхідності ініціювання змін щодо їх діяльності з метою забезпечення безперервного, надійного та ефективного функціонування. Об'єктами оверсайта в Україні є системно важливі платіжні системи; системи роздрібних платежів і розрахунків, платіжні засоби та платіжні інструменти; системи розрахунків за угодами щодо цінних паперів; учасники міжнародних платіжних систем, створених нерезидентами. Національний банк України здійснює оверсайт платіжних систем на принципах прозорості, застосування міжнародних стандартів, наявності повноважень та можливостей для ефективного оверсайта, послідовності, співпраці з державними регуляторами та центральними банками інших країн [4].

В Україні оверсайт є відносно новою сферою діяльності Національного банку (НБУ). На шляху впровадження НБУ функції оверсайта платіжних систем можна виділити такі основні кроки [1; 5; 6]:

1. Схвалення Правлінням НБУ «Концепції запровадження оверсайта за платіжними системами в Україні» (вересень 2010 року).
2. Створення у структурі НБУ підрозділу, відповідального за здійснення оверсайта платіжних систем (квітень 2011 року).
3. Закріплення на законодавчому рівні за НБУ повноважень щодо виконання функції оверсайта платіжних систем та встановлення загального порядку здійснення оверсайта платіжних систем НБУ (стаття 41 Закон України про платіжні системи) (грудень 2012).

4. Встановлення порядку проведення перевірок щодо дотримання об'єктами нагляду (оверсайта) вимог законодавства України з питань діяльності платіжних систем в Україні (грудень 2013).

5. Встановлення порядку застосування НБУ заходів впливу за порушення об'єктами нагляду (оверсайта) законодавства України з питань діяльності платіжних систем в Україні (грудень 2013).

6. Встановлення порядку реєстрації платіжних систем, учасників платіжних систем та операторів послуг платіжної інфраструктури (березень 2014).

7. Затвердження порядку ведення Реєстру платіжних систем (липень 2014) та початок ведення Реєстру платіжних систем (квітень 2014).

8. Затвердження порядку здійснення НБУ оверсайта платіжних систем в Україні (листопад 2014).

9. Схвалення Методики комплексного оцінювання системно важливих платіжних систем (вересень 2015).

10. Підписання Меморандуму про обмін конфіденційною інформацією для оверсайта «MasterCard Europe» між НБУ та Національним банком Бельгії (серпень 2016).

11. Удосконалення порядку здійснення перевірок об'єктів оверсайта платіжних систем (грудень 2015 р., лютий 2017 р.) та застосування до них заходів впливу (листопад 2015 р., січень 2016 р., лютий 2017 р.).

12. Удосконалення порядку реєстрації платіжних систем, їх учасників та операторів послуг платіжної інфраструктури.

13. Посилення оверсайта за діяльністю платіжних систем, їх учасників та операторів послуг платіжної інфраструктури Національним банком України (Постанова № 61 “Про затвердження Змін до деяких нормативно-правових актів Національного банку України” від 07.06.2018 р.).

14. Публікація першого звіту з оверсайта платіжних систем НБУ, мета якого – прозорість оверсайта платіжних систем та систем розрахунків. Загалом цей документ описує основні засади оверсайта; результати моніторингу платіжних систем, які провадять діяльність в Україні, зокрема зміни на ринку платіжних систем та основні показники їх діяльності; оцінювання платіжних систем; перспективи розвитку оверсайта в Україні; особливості міжнародної співпраці з питань оверсайта.

З урахуванням міжнародних стандартів оверсайта та згідно з рекомендаціями Міжнародного валютного фонду, представники якого перебували в Україні з технічною місією в червні 2018 року, Правління Національного банку прийняло рішення щодо розширення функції оверсайта. Відповідно до прийняття змін до законодавства, перелік об'єктів оверсайта доповнено інфраструктурами фондового ринку, які традиційно у світі вважаються системно важливими для економіки країни [6]. Оверсайт цих установ полягає в оцінюванні їхньої діяльності на відповідність міжнародним стандартам (PFMI) та, за потреби, виробленні рекомендацій щодо удосконалення діяльності. Виділяють п'ять інфраструктур фінансового ринку, за якими здійснюється оверсайт відповідно до PFMI: платіжні системи; центральні депозитарії цінних паперів (ЦДЦП); системи розрахунків у цінних паперах (СРЦП); центральні контрагенти (ЦК); торгові репозиторії (ТР).

Відповідно до змін, внесених постановами Правління НБУ від 18 квітня 2019 року № 614, від 22 листопада 2019 року № 1395, від 22 листопада 2019 року № 140, Національний банк під час проведення об'єктом оверсайта операцій із переказу коштів здійснюватиме безвиїзну перевірку такого об'єкта за наявності обґрунтованих підстав, що можуть свідчити про недотримання ним вимог законодавства. Безвиїзна перевірка проводитиметься шляхом запитування в об'єкта оверсайта та подальшого аналізу інформації, документів та письмових пояснень щодо фактів, які можуть свідчити про порушення ним законодавства

України з питань діяльності платіжних систем та переказу коштів. Також встановлено поріг суттєвості величин за недостовірними статистичними даними, що подаються до Національного банку, що має підвищити рівень відповідальності об'єктів оверсайта під час формування та подання статистичної звітності [3].

В поточному 2020 році Національний банк продовжує активно працювати над проектом із розвитку платіжної інфраструктури України на базі міжнародного стандарту ISO 20022, мета якого полягає у модернізації фінансової інфраструктури України, покращенні конкурентоспроможності нашої країни та її інтеграції зі світовими ринками. Проект реалізується у партнерстві із компанією SWIFT за підтримки проекту "Трансформація фінансового сектору" (USAID) та Європейського банку реконструкції та розвитку.

Головними перевагами використання міжнародного стандарту ISO 20022 у платіжній інфраструктурі України є гармонізація українського платіжного простору зі світовим; включення нових гравців платіжного ринку та платіжних інструментів, відповідно до другої платіжної директиви ЄС (PSD2); запровадження нових та розширення функціонального наповнення існуючих платіжних інструментів на користь банків та їх клієнтів; реалізація нових автоматизованих процесів, які покривають повний життєвий цикл платежів; підвищення рівня обслуговування, ефективності та прозорості платежів; розширення реквізитів платежів додатковою інформацією; посилення захисту інформації.

До кінця 2021 року планується впровадження стандарту ISO 20022 в Системі електронних платежів (СЄП) Національного банку. У майбутньому це дозволить спростити взаємодію між українською та міжнародними платіжними системами завдяки використанню зрозумілих та загальноприйнятих у світі стандартів. У середньостроковій перспективі у рамках переходу СЄП НБУ на стандарт ISO 20022 передбачається також запровадження миттєвих платежів у системі.

Крім того, у межах проекту НБУ розробляє моделі стандарту ISO 20022 для використання у платіжній інфраструктурі України, а саме у таких напрямках: кредитовий переказ, дебетовий переказ, особливі випадки та розслідування. Наразі НБУ завершує опрацювання напрямку, що стосується кредитового переказу [7].

Таким чином, в останні роки спостерігаємо удосконалення порядку реєстрації платіжних систем, їх учасників та операторів послуг платіжної інфраструктури, порядку проведення перевірок об'єктів оверсайта (виїзних та безвиїзних), посилення моніторингу за платіжними системами та їх учасниками, а також застосування заходів впливу до об'єктів оверсайта, забезпечення прозорості діяльності НБУ щодо оверсайта, робота над взаємодією між українськими та міжнародними платіжними системами.

Список використаних джерел:

1. Балакіна, Ю.С. (2014). Оверсайт платіжних систем: сутність і напрями впровадження в Україні. *Вісник Національного банку України*, (7), 44–50.
2. Концепція запровадження нагляду (оверсайта) за платіжними системами в Україні (Постанова Правління Національного банку України). № 426. (2010). Вилучено з: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0426500-10#Text>
3. Балакіна, Ю. С. (2019) *Оверсайт платіжних систем України*: (дис. кандидата ек. наук). ДВНЗ «Університет банківської справи». Київ, Україна
4. Національний банк уперше опублікував *Звіт з оверсайта платіжних систем*. (2019). Вилучено з: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/natsionalniy-bank-upershe-opublikuvav-zvit-z-oversayta-platijnih-sistem>
5. *Оверсайт платіжних систем. Аналіз розвитку ринку платежів*. Вилучено з: <https://privatbank.dp.ua/publications/531-oversajt-platizhnikh-sistem>
6. *Звіт з оверсайта інфраструктур фінансового ринку за 2019 рік*. (2019). Вилучено з: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Report_oversight_2019.pdf?v=4
7. *Платіжна інфраструктура України переходитиме на міжнародний стандарт ISO 20022*. (2020). Вилучено з: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/platijna-infrastruktura-ukrayini-perehoditime-na-mijnarodniy-standart-iso-20022>

СВІТОВА ЕКОНОМІКА: НАПРЯМИ ГЛОБАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ТА МОЖЛИВОСТІ УКРАЇНИ

Топал Олександр Іванович

кандидат технічних наук, старший науковий співробітник,
завідувач відділу Інституту вугільних енерготехнологій
Національна академія наук України

Топал Анастасія Олександрівна

студентка 1-го курсу факультету економіки та управління
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, Україна

Упродовж останнього часу (5-10 років) у світі відбулися істотні та надзвичайно швидкі зміни у різних сферах: економіці, політиці, розвитку новітніх технологій, кліматі, ціннісних орієнтирах тощо. Швидкими темпами розвивались та розвиваються інформаційні технології, енергетичні технології на основі відновлювальних джерел енергії (ВДЕ), технології у сфері охорони здоров'я тощо.

Прагнення людства до сталого розвитку встановлює нові вимоги до розбудови суспільства, охорони навколишнього середовища, екології, енергозбереження та енергоефективності. Нові виклики, з якими зіткнувся світ мають сприйматись не тільки як нові ризики, але і як нові можливості до розвитку – як чинники (драйвери) росту окремих галузей економіки.

З огляду на це виникає питання яким може (чи має) бути світова економіка у майбутньому (у найближчі 5-10 років)? Які тренди розвитку економіки народились та продовжують розвиватись зараз найбільш інтенсивно? Яким є потенційний обсяг ринків для тієї чи іншої галузі економіки? Що потрібно зробити на рівні держави для розбудови нових галузей економіки? Які новітні галузі (ринки) може опанувати Україна у світовому розподілі праці? Висвітлення цих питань з урахуванням стану України та оцінки перспектив розвитку світової економіки, підготовленої для ООН та викладеної у Future Possibilities report 2020 [1], і є метою зазначеної роботи.

Своєчасне розуміння та підтримка глобальних трендів розвитку світової економіки може істотним чином вплинути на подальший розвиток країни. Вважається, що ці тренди є системними та світовими (глобальними). Вони виникли завдяки комбінації нових бізнес моделей, технологій, а також змінам у відношеннях та поведінці. Факторами впливу на ці трансформаційні тренди стали: старіння населення, реінжиніринг міського життя, підвищення глобальної мобільності (можливостей пересування), потреби молодого покоління, диверсифікація інвестиційних потоків, а також зростаючий інтерес до засобів прогресу, які не обмежуються лише впливом на ВВП.

З аналізу інформації [1-5] щодо згаданих трансформаційних трендів розвитку, можна виділити шість базових зростаючих економік: 1) «Екзабайтна економіка» (The Exabyte Economy); 2) «Економіка добробуту» (The Wellbeing Economy); 3) «Вуглецево-нейтральна економіка» (The Net Zero Economy); 4) «Економіка замкненого циклу» (або «Циклічна економіка»; The Circular Economy); 5) «Економіка біоросту» (The BioGrowth Economy); 6) «Економіка вражень» (або «Економіка досвіду»; The Experience Economy).

Оцінка загальних обсягів ринку для згаданих економік наведена у табл. 1

Таблиця 1

**Оцінка обсягів ринків для трансформаційних економік до 2025 р.,
трильйон дол. США**

Назва	Обсяг	Назва	Обсяг
Екзабайтна економіка	> 8	Економіка замкненого циклу	> 4,5
Економіка добробуту	> 7	Економіка біоросту	> 1
Вуглецево-нейтральна економіка	> 2,3	Економіка вражень	> 6,5

Особливості вказаних трансформаційних трендів/ економік розглянуті нижче.

1. «Екзабайтна економіка: гіперпоеднані пристрої, дані та люди» (The Exabyte Economy: Hyperconnected devices, data and people). Істотний розвиток Інтернету речей (IoT/ Internet of Things), обумовлений їх низькою ціною, розвитком технологій бездротового зв'язку, можливістю застосування у різноманітних сферах (енергетика, облік енергоресурсів, медицина, контроль переміщення, сільське господарство тощо), призводить до надзвичайно швидкого зростання їх кількості та розповсюдження [4]. Очікується, що у середньому на кожну людину у світі буде припадати близько 6-8 IoT-пристроїв, а їх загальна кількість сягне понад 75,4 млрд. одиниць (2025 р.). Значна кількість приладів та подальший розвиток технологій телекомунікації/ радіозв'язку призведуть до обміну великими обсягами даних (Big Data) та потребі у їх аналізі. Подальший розвиток потужностей комп'ютерної техніки сприятиме впровадженню систем на основі штучного інтелекту (AI/ Artificial Intelligence). Діджиталізація процесів торкнеться усіх галузей економіки та стане одною з їх основних складових, втручаючись в усталені бізнес моделі та докорінно їх змінюючи.

Основні сфери розвитку «Екзабайтної економіки» пов'язані із такими напрямками та ринками: а) «Дані та датчики для моніторингу здоров'я» (Health X data X devices), у тому числі Інтернет Медичних речей (IoMT); б) «Автономні засоби пересування»; с) «Ринок послуг з аналізу Big Data»; д) «Когнітивні обчислення». Потенціал ринку «Екзабайтної економіки» у 2025 р. оцінюється у 8 трильйонів дол. США.

Вважається [1], що найбільш потужними (за обсягами ринку) будуть такі сектори: сектор IoT оцінюється на рівні 11,1 трильйонів дол. США (2025 р.); сектор IoT для дистанційного моніторингу життєво важливих показників для людей з хронічними захворюваннями – 1,1 трильйон дол. США (2025 р.); дохід від Big Data оцінюють у 90 млрд. дол. США (2025 р.).

В Україні розвиток та діджиталізація економіки має значні перспективи. Цей напрям підтримується на державному рівні – прийняті перші нормативні акти, які сприяють діджиталізації країни, напр., «Цифрова адженда України-2020» («Цифровий порядок денний» – 2020, Концептуальні засади»; 2016 р.), яка є ініціативою Мінекономрозвитку та торгівлі; схвалена «Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки» (розпорядження Кабінету Міністрів України від 17 січня 2018 р. № 67-р) тощо.

В Україні у сфері IT-технологій за деякими оцінками працює понад 150 тис. фахівців, приносячи значні кошти. Розбудову «Екзабайтної економіки» для України можна вважати одним із перспективних шляхів розвитку економіки, де для цього існує інтелектуальний людський потенціал та ресурси.

2. «Економіка добробуту: переосмислення здоров'я» (The Wellbeing Economy: Redefining health). Останнім часом спостерігається стабільна тенденція

до переосмислення відношення до власного здоров'я (як фізичного, так і духовного) як підґрунтя добробуту та підвищення якості життя. Складовими секторами зростаючого ринку економіки добробуту є: а) фітнес, б) використання різноманітних дієт; с) салони краси; d) подорожі та придбання нерухомості; е) освітні та організаційні курси/тренінги, а також е) практики та курси, присвячені духовному вдосконаленню та розвитку й відповідні сервіси.

Зростання економіки добробуту підтверджується наступними даними [1]: ринок страхування здоров'я, який містить профілактичні заходи, харчування, фітнес та догляд, сягнув близько 810 млрд. дол. США (2018 р.); обсяг ринку тренінгу із самовдосконалення на чолі наставників сягнув 9,9 млн. дол. США (у США у 2016 р.) та зростання прогнозується до 13,2 млрд. дол. США (2022 р.); ринок профілактичного та персоналізованого обслуговування становив 574,8 млрд. дол. США (2017 р.) тощо.

Світовий потенціал ринку «Економіки добробуту» у 2025 р. оцінюється у понад 7 трильйонів дол. США.

3. «Вуглецево-нейтральна економіка: масштабування низьковуглецевих технологій» (The Net Zero Economy: Scalable low carbon solutions). Глобальне потепління та проблеми зміни клімату призвели до розуміння необхідності скорочення викидів парникових газів, у тому числі двооксида вуглецю. Для запобігання погіршенню клімату багатьма країнами прийняті рішення щодо впровадження систем на основі відновлювальних джерел енергії (ВДЕ). У світі спостерігається бурхливий розвиток вітрових та сонячних, а також станцій геотермальних, на біогазі тощо.

Складовими ринку «Вуглецево-нейтральної економіки» є такі сектори: а) ВДЕ-станції з виробництва електричної енергії різних типів; б) транспортні засоби на електриці; с) енергозберігаючі/ енергоефективні будівлі; d) системи акумулювання енергії (зокрема на основі літій-іонних акумуляторів) тощо.

Україна має істотні напрацювання у цій сфері та доволі сучасне законодавство, яке до останнього часу стимулювало бурхливий розвиток ВДЕ-генерації (понад 3,6 ГВт ВДЕ-потужностей вже встановлено, а загалом видано дозволів на підключення для 7,2 ГВт).

Обсяг секторів ринку «вуглецево-нейтральної економіки» оцінюють у: понад 1,5 трильйонів дол. США – сектор ВДЕ-станцій (2025 р.); 199 млрд. дол. США – сектор ринку виробництва водню та водневих технологій. (2023 р.) тощо. Світовий потенціал ринку «Вуглецево-нейтральної економіки» у 2025 р. оцінюють у понад 2,3 трильйони дол. США.

На цей час в Україні активно йде пошук можливостей та технічних рішень щодо участі у проектах з виробництва водню та розробки відповідних технологій, поштовхом до якого стала нещодавно (8 липня 2020 р.) прийнята ЄС «Воднева стратегія кліматично-нейтральної Європи» («A hydrogen strategy for a climate-neutral Europe») [5]. Відповідно до стратегії підкреслюється особливе партнерство ЄС з Україною та можливість будівництва близько 40 ГВт потужностей електролізерів (на територіях країн-сусідів ЄС з півдня та сходу) до 2030 р. з метою розвитку та торгівлі воднем, сполуками на його основі тощо. Отже, ринок ВДЕ, зокрема сегменти ринку з розробки та впровадження водневих технологій, є перспективним для розвитку в Україні.

4. «Економіка замкненого циклу: «не витрачай даремно – не житимеш у нестатках» (The Circular Economy: Waste not, want not). Основними принципами економіки замкненого циклу є: відновлення ресурсів, переробка вторинної сировини та перехід від викопного палива до відновлюваних джерел енергії. Дотримуючись

економіки замкнутого циклу, міста зможуть запровадити нові системи для зменшення впливу на навколишнє середовище за рахунок скорочення відходів, переробки ресурсів та більш чистого виробництва енергії. Також є можливість зменшення харчових відходів, удосконалення сфери заміни пластмас та водопостачання.

Складовими ринку замкнутого циклу є такі сектори: а) циркулярна економіка (лише для ЄС); б) глобальна переробка металів; с) розумні водопровідні мережі; d) стала мода тощо.

Економіка замкнутого циклу лише для ЄС може становити 1,8 трильйонів доларів США. Прогнозується, що обсяги ринку переробки металів сягнуть близько 590 мільярдів у 2025 році, розумні водопровідні мережі – 7,25 мільярдів дол. США. Світова індустрія моди могла б отримати 150 мільярдів доларів США чистого доходу за рахунок боротьби з відходами та заохочення перепродажу вживаних товарів у значних обсягах.

В Україні йде підтримка розвитку економіки замкнутого циклу. Але законодавчо ця підтримка лише формується та потребує доопрацювання та подальшого розвитку. Серед документів, що сприяють розвитку економіки замкнутого циклу слід віднести нещодавно прийняту «Національну стратегію управління відходами в Україні до 2030 року» (схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 8 листопада 2017 р. № 820-р).

Загальний світовий ринок «економіки замкнутого циклу» у 2025 р. оцінюється у 4,5 трильйона дол. США.

5. «Економіка біозросту: нові агрокультури та біоматеріали» (The BioGrowth Economy: New agriculture and biomaterials). На відмінну від інших секторів економіки, економіка біозростання може відкрити нові ринкові можливості в деяких найбільших світових секторах – від енергетики до будівництва та машинобудування, авіації, хімічної промисловості, сільського господарства, харчування та охорони здоров'я.

Найбільший прогрес простежуватиметься в таких галузях, як біоматеріали, рослинництво та синтетична біологія. Також економіка біологічного зростання сприяє розвитку у секторах передових матеріалів, біотехнологій, хімічній промисловості автомобільній галузі та споживчих товарів. Відбудеться удосконалення технологій переробки сільськогосподарських відходів на паливо в промислових масштабах, мають з'явитись нові культури рослин, які будуть більш стійкими до хвороб та посухи та будуть наділені цінними харчовими якостями. Складовими секторами зростаючого ринку економіки біозросту є: а) біопереробка нового покоління; б) агробіотехнології; с) біопластик; d) синтетична біологія тощо.

Очікується, що обсяг ринку біопереробки становитиме 550 мільярдів фунтів стерлінгів у 2021 р., сектор промислових біотехнологій (термохімічна переробка) – сягне 447 млрд. дол. США у 2020 р. тощо. Загальний світовий ринок «Економіка біозросту» у 2025 р. оцінюється у понад 1 трильйон дол. США.

6. «Економіка вражень: «від володіння до відчуття» (або економіка досвіду) (The Experience Economy: From ownership to usership). Ринки високого класу вже давно характеризуються прагненням споживачів "отримувати досвід", а не споживати готові товари. Економіка досвіду зачіпає такі різноманітні сектори, як туризм, товари народного споживання, медіа, охорона здоров'я та фінанси тощо. Також, вона включає в себе обмін різноманітними платформами та послугами, оскільки, дедалі більше людей шукає досвід, як головну мету.

Складовими ринку «Економіки вражень» є такі сектори: а) подорожі та туризм

для відпочинку; b) спільні платформи / товари та послуги; c) глобальний цифровий вміст; d) 3D-друк та персоналізовані речі.

Використання 3D-друку дозволить споживачам брати безпосередню участь у розробці доступних, одноразових предметів. Туризм та подорожі дозволять брати участь в екстремальних видах спорту, відвідування спортивних заходів та кулінарні чи культурні враження. Спільні платформи / товари та послуги надаватимуть можливість саморозвитку та розширенню і так досить великого ринку віртуального досвіду.

Узагальнена прогнозна оцінка обсягів трансформаційних ринків (у 2025 р.) надана у табл. 2 (за даними [1]).

Таблиця 2

Фінансова оцінка трансформаційних економік та секторів ринку у 2025 р.

Екзобайтна економіка	Значення, млрд. дол. США	Економіка добробуту	Значення, млрд. дол. США
Дані та датчики для моніторингу здоров'я	> 1100	Оздоровчий догляд та товари	> 4700
Автономні транспортні засоби	> 500	Оздоровчий туризм	> 1000
Ринок великих даних	> 90	Трекери охорони здоров'я	> 60
Когнітивні обчислення	> 49	Корпоративне оздоровлення	> 58
<i>Загальний очікуваний обсяг*</i>	<i>> 8000</i>	<i>Загальний очікуваний обсяг</i>	<i>> 7000</i>
Вуглецево-нейтральна економіка		Економіка замкненого циклу	
Відновлювані джерела енергії	> 1500	Циркулярна економіка (лише для ЄС)	> 1800 (євро)
Електричні транспортні засоби	> 567	Глобальна переробка металів	> 590
Енергоефективні будівлі	> 623	Розумні водопровідні мережі	> 7,25
Літій-іонні акумулятори	> 93	Стала мода	> 150
<i>Загальний очікуваний обсяг</i>	<i>> 2300</i>	<i>Загальний очікуваний обсяг</i>	<i>> 4500</i>
Економіка біоросту		Економіка вражень	
Біопереробка нового покоління	> 550	Подорожі та туризм для відпочинку	> 5000
Агробіотехнології	> 51	Спільні платформи / товари та послуги	> 336
Біопластик	> 42,6	Глобальний цифровий вміст	> 237
Синтетична біологія	> 13,6	3D-друк та персоналізовані речі	> 28
<i>Загальний очікуваний обсяг</i>	<i>> 1000</i>	<i>Загальний очікуваний обсяг</i>	<i>> 6500</i>

[1]; Примітка: загальний очікуваний обсяг ринку дається в межах відповідної економіки

Висновки. Економіка майбутнього буде розвиватися за щонайменше шістьма трансформаційними трендами: 1) «Екзобайтна економіка»; 2) «Економіка добробуту»; 3) «Вуглецево-нейтральна економіка»; 4) «Економіка замкненого циклу»; 5) «Економіка біоросту»; 6) «Економіка вражень».

Передумовами розвитку зазначених економік та необхідними чинниками їх розгортання мають бути такі ключові спроможності, які країна має забезпечити: 1) формування стратегічного бачення розбудови цих економік на рівні держави та відповідних стратегічних документів; 2) доступ та поширення сучасних технологій,

особливо інформаційних та комунікаційних; 3) розвиток на високому рівні наукових досліджень, інновацій та підприємництва; 4) розвиток трудових ресурсів та їх навичок та вмінь, їх залучення до нових ринків та економік; 5) приваблива атмосфера для бізнесу; 6) динамічний розвиток ринку.

Список використаних джерел:

1. Future Possibilities Report 2020. Government of United Arab Emirates. Centennial Lab, Ministry of Cabinet Affairs and the Future, Dubai, United Arab Emirates. 70 с Вилучено з: https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/20200720_un75_uae_futurepossibilitiesreport.pdf
2. Закіянов, Д. Шість економік майбутнього: де в ООН побачили ринки на \$30 трлн. Вилучено з: <https://mind.ua/publications/20214334-shist-ekonomik-majbutnogo-de-v-oon-pobachili-rinki-na-30-trln>
3. Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки. Вилучено з: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80#Text>
4. Smart metering deployment European Union. Вилучено з: <http://ses.jrc.ec.europa.eu/smart-metering-deployment-european-union>
5. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. A Hydrogen Strategy for a Climate-neutral Europe. Вилучено з: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020DC0301&from=EN>

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОЦЕСИ В РИНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ: СУТЬ І ПОНЯТТЯ

Приймак Василь Іванович

д-р. екон. наук, професор, завідувач кафедри інформаційних систем у менеджменті
Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна

Прийма Світлана Степанівна

канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри інформаційних систем у менеджменті
Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна

Гинда Оксана Миколаївна

канд. екон. наук, доцент, старший викладач кафедри гуманітарних наук
Національна академія сухопутних військ імені Петра Сагайдачного, Україна

З переходом до ринкової економіки в Україні відбулися суттєві зміни в суспільстві і національному господарстві країни. Це стосується і соціально-економічних процесів. Адже вони характеризують здійснювані під впливом як зовнішніх, так і внутрішніх чинників зміни у функціонуванні соціальних і економічних інститутів держави, суспільному і трудовому житті її громадян, суспільства в цілому. Тому потрібні наукові дослідження, які стосуються аналізу цих процесів, вироблення відповідної політики держави, реалізація якої поліпшила їх протікання.

Проблеми, які пов'язані з соціально-економічними процесами в суспільстві, їх протіканням і регулюванням цікавили науковців минулого і сучасності, зарубіжних і вітчизняних вчених. Незважаючи на вказане, теоретичні основи трактування поняття «соціально-економічний процес», зв'язок його з іншими спорідненими поняттями в науковій літературі залишаються недостатньо висвітленими. Тому метою даної роботи є дослідження теоретичних основ трактування цього поняття, виокремлення основних ознак, за якими можна класифікувати соціально-економічні процеси, охарактеризування зв'язку досліджуваного поняття з іншими подібними поняттями.

Ядром у цьому складному словосполученні є поняття «процес». Цей термін використовується науковцями багатьох галузей знань і тому по різному його характеризують. На нашу думку, в досліджуваному нами контексті цей термін відображає зміни в часі (динаміку), які відбуваються з станом певного об'єкту, що є наслідком відповідних зовнішніх і внутрішніх впливів на цей об'єкт.

Стосовно терміну «соціальний», то у різних словниках це поняття трактується майже однаково. Суть всіх цих трактувань зводиться до того, що це поняття означає суспільний, громадський, який стосується суспільного ладу, відносин у суспільстві [1, С. 538]. Цим поняттям в більшості оперує наука соціологія. Ураховавши різні підходи до розуміння поняття «соціальний процес» автор наукової праці [2] робить висновок, що це постійний рух і взаємодія суспільства у різних соціальних сферах, в результаті якого проходять якісні зміни у системі людських стосунків, моральних норм, свідомості та їх еволюції.

Поняття «економічний процес» стосується розвитку матеріального виробництва. Досліджуючи це поняття, деякі науковці роблять наголос на динаміці економічних явищ і об'єктів, змінах їх стану, різноманітних характеристик і рис як в просторі, так і в часі. Одні з них пропонують вивчати зміни, які не враховують головні характеристики функціонування досліджуваних економічних систем, а інші – їх враховують. Акцентуючи увагу на темпах еволюції, модифікаціях інститутів, форм і

функцій досліджуваних об'єктів, інших нюансах економічних явищ ці вчені хочуть звернути увагу інших науковців і практиків на необхідності вивчення цих об'єктів і явищ у русі. Статичні дослідження потрібні тільки як один з етапів при переході до динамічних досліджень.

В Економічній енциклопедії вказано, що економічні процеси (фази) – це розвиток процесів безпосереднього виробництва, розподілу, обміну і споживання та дія зумовлених цими процесами виробництва спільних законів і властивих їм суперечностей. Ці процеси охоплюють усе, що дає реальна практика функціонування економічної системи, вони розгортаються, переплітаються і тісно взаємодіють один з одним, відображаючи рух економічного базису суспільства [3].

Економічні і соціальні процеси тісно пов'язані між собою. Порівняно з іншими країнами, в країнах з більш розвинутою економікою переважно вищим є рівень добробуту і безпеки населення, люди мають доступ до більш якісної медицини, високою є освіченість громадян і т. п. Рівень розвитку економіки впливає на соціальні процеси, які відбуваються в країні і навпаки. Тому соціальні і економічні процеси доцільно вивчати сумісно у їх взаємодії. При дослідженні соціально-економічних процесів треба звертати увагу на вивчення не тільки соціальної і економічної їх складових, а й на їх взаємозалежність і взаємодію.

Соціально-економічні процеси – це зміни в суспільстві і економіці, які відображаються на рівню життя учасників цих процесів, стабільності політичної і економічної ситуації в країні, умовах безпеки та захищеності її населення. Їх можна вивчати на мезо- чи макрорівні, або на рівні підприємств. При цьому потрібно знати їх характеристики, серед яких слід виділити склад і масштаб процесу. Перша з них вказує на суб'єктів чи учасників, які залучено в цей процес, а друга – на їх кількість.

При дослідженні соціально-економічних процесів слід вміти їх класифікувати. Можна по різному підходити до вирішення цього завдання. Наприклад, деякі науковці ці процеси диференціюють за видами і типами залежно від їх характеру і змісту, що визначається соціальною природою і інтересами суб'єктів, а також характером їх здійснення в тому чи іншому соціумі. Інші – пропонують свої класифікації.

Узагальнивши результати наявних наукових досліджень, на нашу думку, класифікувати соціально-економічні процеси слід залежно від особливостей змісту, джерел виникнення, можливості впливу(регулювання), складності сприйняття, часового горизонту, часом їх протікання, відображення у свідомості, стабільності протіканні, значимості змін, рівня відкритості, можливості повернення до початкового стану, відношення до природи причин, швидкості протікання. Хоча запропонована класифікація є значною мірою умовною, оскільки виконати поділ суспільних змін досить складно.

Вивчаючи ці процеси, слід наголосити на тому, що увага українських науковців останнім часом більше була зосереджена на дослідженні соціально-економічних перетворень в суспільстві, тобто на дослідженні соціально-економічного розвитку. Ядром цього словосполучення є слово «розвиток», а два інші слова, як і в терміні «соціально-економічний процес» вказують на його спрямованість.

Як поняття «процес» термін «розвиток» вживається в багатьох науках, тому в науковій літературі є багато різноманітних його тлумачень. Наприклад, в українських словниках ця категорія трактується як «...рух, хід, поступ...» [4] та «...дія, ...процес, унаслідок якого відбувається зміна якості чого-небудь, перехід від одного якісного стану до іншого, вищого...» [5].

В економічних дослідженнях цей термін вживається в таких поєднаннях: економічний розвиток, соціально-економічний розвиток, розвиток економіки України

(або іншої країни), розвиток регіону, міста. Переважно під розвитком зазвичай, мається, на увазі будь-яка прогресивна зміна. Якщо в економіці відбувається якась кількісна зміна, то говорять про економічне зростання. У випадку якісної зміни мова може йти про структурні чи змістовні зміни або про придбання економічною системою нових характеристик [6].

Узагальнення наведених та інших визначень розвитку дало підстави професору Л. М. Тимошенко і А. О. Сімаховій стверджувати, що «розвиток не постає як проста зміна, а лише така, що передбачає нову якість. Уся відмінність розвитку від зміни полягає у його проходженні не будь-де, а в структурі об'єкта. У контексті процесів, що оконтурюють категорію «розвиток», можна окреслити два його постійно діючі напрями руху до якісно нового стану, а саме соціальний та економічний» [7]. Говорячи про це поняття ці науковці наголошують, що вказані два аспекти суспільного розвитку між собою тісно переплетені. Неможливо розподіляти певні блага, якщо вони не створені. Звідси впливає очевидний висновок: процес соціально-економічного розвитку не можна подати як процес соціального чи процес економічного розвитку. Ці два процеси тісно переплітаються і їх доцільно розглядати в сукупності. Вивчення стану соціально-економічних процесів в якісь певні моменти часу, а також дослідження динаміки цих процесів на протязі певного періоду часу слід виконувати сумісно.

Список використаних джерел:

1. Морозов, С. М., Шкарапута, Л. М. (2000). Словник іншомовних слів. Київ: Наук. думка.
2. Капітан, В. (2012). Поняття то роль соціальних процесів у забезпеченні економічної безпеки. *Демократичне врядування*, (10), 7-9.
3. Мочерний, С. В. (ред.). (2000). Економічна енциклопедія. (Т.1: А-Г, 864 с.); Київ: Видавничий центр «Академія».
4. Яременко, В., Сліпушко, О. (2001). Новий тлумачний словник української мови. (Т. 3. 862 с.); Київ: Аконт.
5. Бусел, В. Т. (ред.). (2001). Великий тлумачний словник сучасної української мови. (1728 с.); Ірпінь: Перун.
6. Бурдун, А. В. (2008). Цілі та критерії соціально-економічного розвитку регіону. *Державне будівництво*, (1), 8-10.
7. Тимошенко, Л. М., Сімахова А. О. (2015). Соціально-економічний розвиток і його кероване забезпечення в умовах інноваційної моделі суспільної динаміки. *Механізм регулювання економіки*, (1), 68-78.

СТАЛИЙ РОЗВИТОК ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ПРИНЦИПІВ, НА ЯКИХ ГРУНТУЄТЬСЯ НЕФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ¹

Олійник Яна Вікторівна

ORCID ID: 0000-0001-5895-282X

д-р екон. наук, директор Інституту післядипломної освіти
ДННУ «Академія фінансового управління», Україна

Бондар Тетяна Анатоліївна

ORCID ID: 0000-0001-8038-7070

канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри обліку і оподаткування
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, Україна

Кучерява Мар'я Василівна

ORCID ID: 0000-0003-2948-1234

канд. екон. наук, в.о. завідувача відділу методології бухгалтерського обліку
НДФІ ДННУ «Академія фінансового управління», Україна

Керівні ідеї сталого розвитку, прозорості та підзвітності суб'єктів господарювання перед суспільством у концентрованому вигляді знаходять втілення у принципах нефінансового звітування. Ці принципи, на відміну від принципів бухгалтерського обліку, не мають визнання на рівні парадигми та не сформульовані у законодавстві; вони довільно трактуються вченими, практиками та різноманітними міжнародними ініціативами.

Вперше принципи, на яких ґрунтується нефінансова звітність, були визначені у міжнародній ініціативі Глобальний договір ООН (United Nations Global Compact). Компанії-учасники Глобального договору ООН на добровільних засадах зобов'язуються дотримуватися десяти основоположних принципів, згрупованих за чотирма напрямками: права людини; трудові відносини, довкілля, протидія корупції.

Принципи Глобального договору ООН були покладені в основу багатьох міжнародних рамкових підходів, які також спрямовані на поширення принципів соціальної відповідальності бізнесу (Керівних принципів підприємницької діяльності в аспекті прав людини (Guiding Principles on Business and Human Rights); Глобальної ініціативи зі звітування (Global Reporting Initiative); Керівних принципів ОЕСР для багатонаціональних підприємств (Organization for Economic Cooperation and Development Guidelines for Multinational Enterprises).

На європейському просторі питаннями нефінансового звітування та принципів її просування опікується уряд ЄС. Європейським Парламентом було послідовно розроблено концептуальні та стратегічні документи у сфері корпоративної соціальної відповідальності; визначено форми співробітництва між Європейською Комісією та компаніями для поширення сталого розвитку та прийнято низку директив (Директива 2013/34/ЄС, Директива 2014/95/ЄС) і рекомендацій щодо їх застосування (Повідомлення Європейської Комісії 2017/С 215/01 Керівництво з нефінансової звітності (методологія звітності з нефінансової інформації) (далі – Керівництво 2017/С 215/01)) [1, 2, 3].

Керівництво 2017/С 215/01 розроблено з метою надання допомоги компаніям щодо розкриття високоякісної, актуальної, корисної, більш порівняної нефінансової

¹ Тези підготовлені у рамках виконання проекту Національного фонду досліджень України №202.01/0546.

інформації (екологічної, соціальної, управлінської) у спосіб, який сприятиме стійкому та стабільному зростанню та зайнятості, надаватиме прозору інформацію користувачам. Крім іншого, воно містить перелік принципів розкриття нефінансової інформації відповідно до законодавства ЄС у сфері бухгалтерського обліку та звітності (табл. 1).

Таблиця 1

Принципи розкриття нефінансової інформації відповідно до рекомендацій ЄС (відповідно до Керівництва 2017/C 215/01)

Принцип	Сутність
Розкриття суттєвої інформації	Під час підготовки інформації безліч факторів повинні бути враховані, зокрема: - бізнес модель, стратегія, принципові ризики, цілі та завдання компанії, управлінський підхід, вартість, активи (матеріальні та нематеріальні), ланцюг постачання, ключові судження; - основні галузеві проблемні питання, проблемні питання, пов'язані із конкурентами, споживачами або постачальниками, які є актуальними для компанії; - очікування зацікавлених сторін щодо розуміння основної мети компанії та досягнутих результатів; - вплив діяльності компанії: на суспільство, на навколишнє середовище; - публічна політика та регуляторне середовище (обставини, що впливають на компанію та є суттєвими) (глава 3, п. 3.1)
Справедливість	Нефінансовий звіт повинен надавати достовірне представлення щодо позитивних та негативних сторін діяльності компанії; інформація повинна бути представлена у неупередженому вигляді (глава 3, п. 3.2)
Збалансованість	Інформація повинна бути рівномірно висвітленою відносно кожного окремого напрямку діяльності компанії (глава 3, п. 3.2)
Зрозумілість	Інформація може бути більш зрозумілою шляхом використання доступної мови, послідовності у термінології, уникнення стандартних формулювань та, там де це є необхідним, надання визначень технічним термінам. Суттєва інформація повинна надаватись у прийнятній формі з метою полегшення її розуміння. Від компаній, наприклад, очікується, що вони представлятимуть інформацію стосовно того, яким чином нефінансові аспекти впливають на довгострокову стратегію, основні ризики та політику (глава 3, п. 3.2)
Повнота та необтяжливість	Нефінансовий звіт повинен бути необтяжливим та необхідно запобігати надання надлишкової інформації. Розкриття несуттєвої інформації може зробити звіт менш зрозумілим та приховати суттєву інформацію (глава 3, п. 3.3)
Стратегічність та націленість на майбутнє	Нефінансовий звіт повинен надавати можливість поглянути зсередини на діяльність компанії, її бізнес модель, стратегію, її досягнення (глава 3, п. 3.4)
Орієнтованість на користувачів	Компанії повинні враховувати інформаційні потреби усіх користувачів. Вони повинні сфокусуватись на потребах зацікавлених в отриманні інформації сторін як на потребах окремого колективу, а не окремого індивіда (глава 3, п. 3.5)
Послідовність і узгодженість	Нефінансовий звіт повинен бути узгодженим із іншими елементами звіту про управління (глава 3, п. 3.6)

Дані сформовано з [1].

При цьому, Велика Британія як один із учасників Європейської економічної зони, активно працює над розробленням концептуально нового підходу до визначення принципів нефінансового звітування. Зокрема, в ініціативі, запропонованій Радою з фінансової звітності Великобританії під назвою «Майбутнє корпоративної звітності» (“The future of corporate reporting”) визначено такі принципи розкриття інформації, які відрізняються, проте в цілому відповідають підходам, закладеним у ЄС, а саме: принцип додаткового розкриття інформації (забезпечення розуміння інформації, наведеної у фінансовій звітності компанії); принцип послідовності застосування підходів до розкриття нефінансової інформації (“standing data principle”); принцип своєчасності представлення звітних даних (введення нових часових рамок розкриття інформації у нефінансовій та фінансовій звітності) [4].

У наведених підходах до визначення принципів нефінансової звітності відображаються характерні риси такого звітування, але відсутність загального підходу в умовах невизначеності, створюють необхідність постійного їх перегляду з метою встановлення сучасної парадигми принципів нефінансової звітності у напрямі забезпечення підзвітності та прозорості суб’єктів державного та приватного секторів перед державою та суспільством. При цьому, головні труднощі знаходяться у площині відсутності «правильних» шляхів реалізації сталого розвитку, оскільки він не є породженням фундаментальних істин.

З урахуванням зазначеного вище, пропонуємо згрупувати принципи нефінансової звітності за двома напрямками:

I. Принципи визначення змісту звіту:

- *орієнтованість на зацікавлених користувачів*, за яким підприємство повинно визначити коло осіб, які зацікавлені в його діяльності (акціонери, інвестори, кредитори, працівники, громадські організації, інші групи населення, незалежний аудит, державні органи тощо) і визначити, яким чином їх очікування та інтереси будуть враховані при підготовці звіту;

- *відповідність сталому розвитку*, який передбачає, що звіт повинен представляти результати діяльності підприємств у широкому контексті сталого розвитку, розкриваючи питання щодо вкладу (теперішнього і майбутнього) як у покращення, так і в погіршення економічних, соціальних та екологічних умов, процесів та результатів на регіональному і глобальному рівнях;

- *суттєвість*, згідно з яким звіт повинен охоплювати усі аспекти, які відображають істотний вплив підприємства на економіку, навколишнє середовище та суспільство або істотно впливають на рішення зацікавлених сторін;

- *повного висвітлення*, за з яким звіт повинен охоплювати усі суттєві аспекти (сфера впливу, межі сфери впливу та часові рамки звітності).

II. Принципи забезпечення якості звіту:

- *зрозумілість*, відповідно до якого інформація повинна бути розкрита: шляхом використання, послідовності у термінології, уникнення стандартних формулювань та, там де це є необхідним, надання визначень технічним термінам; за допомогою методів вимірювання, основних припущень та джерел інформації, які використовувалися при складанні звіту; доповнена поясненнями щодо того, яким чином нефінансові аспекти впливають на довгострокову стратегію, основні ризики та політику підприємства; представлена як показниками ефективності, так якісною інформацією, візуальні презентації забезпечують контекст більш корисним та легшим для розуміння;

- *збалансованість*, згідно з яким звіт має відображати усі позитивні та негативні аспекти результативності підприємства;

– *справедливість*, який забезпечує надання інформації, яка повинна: надавати достовірне уявлення користувачам про позитивні та негативні наслідки діяльності компанії; бути представлена в неупередженому вигляді; чітко розмежовувати факти від поглядів і тлумачень; не мати суттєвих викривлень та припущень;

– *послідовність та узгодженість*, які забезпечують: послідовність представлення інформації у динаміці, що гарантує порівнянність минулої та теперішньої інформації; наявність пояснень підприємства про будь-які зміни у політиці чи методології представлення нефінансової інформації, причини таких змін та їх наслідки.

Запропонований поділ за напрямками не означає розмежування, коли певні принципи стосуються змісту нефінансової звітності, а інші - її якості. Запропонований підхід дозволяє врахувати призначення нефінансової звітності та специфіку розкриття інформації про вплив діяльності суб'єктів на економіку, екологію та суспільство.

Список використаних джерел:

1. Communication from the European Commission. Guidelines on non-financial reporting (methodology for reporting non-financial information) (2017/C215/01). (2017). Retrieved from [http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52017XC0705\(01\)&from=EN](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52017XC0705(01)&from=EN)
2. Directive 2013/34/EU of the European Parliament and of the Council of 26 June 2013. (2013). Retrieved from <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32013L0034>
3. Directive 2014/95/EU of the European parliament and of the Council of 22 October 2014 amending Directive 2013/34/EU as regards disclosure of non-financial and diversity information by certain large undertakings and groups. (2014). Retrieved from <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32014L0095>
4. FRC (2020). A matter of principles. The future of corporate reporting. Official website. (2020). Retrieved from <https://www.frc.org.uk/getattachment/cf85af97-4bd2-4780-a1ec-dc03b6b91fbf/Future-of-Corporate-Reporting-FINAL.pdf>

Тези підготовлені у рамках виконання проекту Національного фонду досліджень України №202.01/0546.

СУТНІСТЬ ТА ДЖЕРЕЛА ВИНИКНЕННЯ ОПЕРАЦІЙНИХ РИЗИКІВ В БАНКУ

Соколовська Наталя Станіславівна

Аспірантка кафедри банківської справи та страхування
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана», Україна

В сучасних умовах високої турбулентності фінансових ринків та активізації дистанційного банкінгу дедалі більше уваги приділяється управлінню операційними ризиками. Варто зауважити, що в попередні десятиріччя (1990-ті та 2000 роки) найбільша увага приділялась управлінню кредитним і ринковим ризиком. Це було пов'язано, насамперед, з природою зазначених ризиків, яка впливає із сутності банківського бізнесу. З удосконаленням банківських операцій та підвищенням їх технологічності зростає увага до ризиків, які відрізняються від ринкових і кредитних, та неминуче призводять до витрат у здійсненні банківської діяльності. Одним з найбільш суттєвих з групи таких ризиків є операційно-технологічні ризики.

Передумовами виокремлення операційних ризиків з-поміж інших ризиків стали великомасштабні операційні збої і помилки, які безпосередньо пов'язані із значними фінансовими і матеріальними втратами для банку. Світова практика засвідчує, що ігнорування таких збоїв та помилок може привести навіть до краху компанії. Як підтвердження цих фактів варто згадати вражаючі приклади реалізації операційних ризиків. Розглянемо деякі з них [2].

У 1995 відбулося банкрутство найстарішого англійського банку Barings з 233-річною історією через реалізацію масштабного операційного ризику. Трейдер Нік Лісон (один з найзнаменитіших фінансових шахраїв у світі) здійснював ризиковані несанкціоновані операції з ф'ючерсними контрактами, приховуючи збитки в бухгалтерському обліку, оскільки мав контроль над підрозділом бек-офісу. За три квартали банк зазнав 1,3 млрд. дол. США збитків та був проданий голландському банку ING за символічну суму, що склала 1 англійський фунт стерлінгів.

В 2007 році трейдер Société Générale Жером Керв'ель, використовуючи свій досвід з обліку та контролю трейдерських операцій, набутий роками раніше в рамках роботи у бек-офісі, відкрив позиції за ф'ючерсами на 50 млрд. євро, що в 1,5 рази перевищувало капіталізацію банку. Ці позиції було виявлено через рік, банк негайно закрити ці позиції та зазнав 4,9 млрд. євро збитків.

У 2008 році відбулася іпотечна криза в США. Причиною стала реєстрація застав за іпотечними кредитами не в реєстрах місцевих органів влади, а в Електронній системі реєстрації, що належить банкам (64 млн. іпотек). Це й стало точкою відліку для розгортання банківської кризи в США, яка стрімко переросла в світову фінансову кризу.

Операційні ризики виникають в результаті складного поєднання подій, а це відповідно ускладнює виявлення та оцінку операційних ризиків і їх джерел, прогнозування та моделювання ризикових ситуацій з метою їх передбачення (уникнення, мінімізації). Операційні ризики, як правило, виникають не окремо самі по собі, а в тандемі з іншими ризиками або навіть групами ризиків. Операційні ризики зазвичай характеризуються незначною ймовірністю виникнення відповідних подій, але одночасно – значним руйнівним характером фінансових наслідків від реалізації подій операційного ризику [3]. Втрати від реалізації операційного ризику важко передбачувати і характеризуються більшою невизначеністю, ніж інші банківські ризики.

Великий внесок у дослідження та регулювання операційного ризику належить Базельському комітету з банківського нагляду. Згідно з рішенням Базельського комітету (Basel II, 2004) операційним ризиком вважається ризик втрат, пов'язаних з неадекватними або невдалими внутрішніми процесами, системами або людськими помилками, або з зовнішніми подіями [4].

Відомо декілька підходів до визначення сутності операційного ризику. Перший підхід охоплює помилки персоналу, збої комп'ютерів та іншої техніки, а також неналежну послідовність процедур здійснення операцій. Сутністю другого підходу є класифікація банківських ризиків на фінансові та нефінансові. До групи нефінансових ризиків належить операційний ризик, що включає: ризики внутрішніх подій, ризики зовнішніх подій та бізнес-ризик. Третій підхід визначає досліджуваний ризик як ризик прямих та побічних втрат, що є результатом нераціональності та неефективності бізнес-процесів. [5].

У світовій практиці згідно з підходами Базельського комітету виділяють чотири джерела виникнення операційного ризику: люди, процеси, системи та зовнішні події. Результатом впливу людського фактору може стати реалізація таких подій операційного ризику, як внутрішнє шахрайство, недотримання працівниками банку внутрішніх та/або зовнішніх вимог і правил, помилки, пов'язані з некомпетентністю і халатністю, недосконале керівництво тим чи іншим напрямком діяльності; неумисне або недбале ставлення до професійних обов'язків перед клієнтами (уключаючи неналежну якість рекомендацій); втрата ключових працівників (у т.ч. через неналежні трудові відносини з персоналом); недотримання вимог систем безпеки (уключаючи неналежну безпеку робочого середовища, недосконалий розподіл функцій та обов'язків.

Процесне джерело операційного ризику має відображення в невизначеності або недосконалості регламентування процедур, процесів та порядків банку, збоях в процесах, неефективності внутрішнього контролю.

Таке джерело операційного ризику як система може проявлятися в збоях в роботі апаратного забезпечення, програмного забезпечення, телекомунікаційних систем та системах забезпечення банківської діяльності – відключення електроенергії та інших систем інженерної інфраструктури тощо, які призводять до унеможливлення діяльності та функціонування систем банку.

Причиною реалізації операційного ризику можуть виступати зовнішні події, зокрема такі, яким притаманна непередбачуваність, важкість надати прогнозовану оцінку наслідків реалізації та вагомість втрат від їх впливу (стихійні лиха, техногенні катастрофи, зовнішнє шахрайство, політичні, військові події, терористичні акти, зміна законодавства, включаючи юридичні та податкові норми). Вплив зовнішніх подій призводить до втрат банку внаслідок пошкодження або знищення активів, недоотримання доходів.

У вітчизняній банківській практиці серед найважливіших джерел виникнення операційних ризиків виокремлюють такі: збої в комп'ютерній техніці (56% банків), помилки банківських працівників (36%) та шахрайські дії, пов'язані з незаконним привласнення майна або навмисним порушення норм законодавства України або внутрішньобанківських документів, здійснених працівниками банку (8%) [3].

Операційний ризик притаманний усім банківським продуктам, напрямкам діяльності, процесам і системам, і ефективно управління операційними ризиками завжди є одним з основних елементів системи управління ризиками банку. У світовій банківській практиці управління операційними ризиками є ключовим завданням. Історії реалізації операційного ризику у світовій практиці надзвичайно

повчальні, оскільки показують не тільки "квінтесенцію моралі" сучасних фінансових ринків, а й наочну картину того, до яких тяжких наслідків може призвести неефективне управління ризиками, включаючи операційний ризик, пристрасть до ризику, і жадібність до вигод, а особливо короткострокових. Збитки, понесені в результаті операційних ризиків, незалежно від джерел їх виникнення, в прямому сенсі можуть значно похитнути стійкість та стати згубними для капіталу та власне життєздатності кредитно-фінансової установи.

Список використаних джерел:

1. Євтушенко, Г.В., Бабошко, А.І. & Бушля, Д.І.. (2015). Операційні ризики в системі банківської діяльності та нові шляхи їх попередження. *Глобальні та національні проблеми економіки*. №5. 396 – 400
2. 10 найбільших фінансових аферистів світу. Вилучено з <https://news.finance.ua/ua/news/-/290149/10-najbilshyh-finansovyh-aferystiv-svitu>
3. Стубайло, Т. Місце операційних ризиків в банках України. *Українська наука: минуле, сучасне, майбутнє*. Вилучено з <http://unmsm.wunu.edu.ua/index.php/index/about>. с.297 – 303
4. International Cobvergence of Capital; Measurement and Capital Standards. A Revised Framework. Basel Committee on Banking Supervision, June 2004.
5. Дмитрова, О.С. Моделювання оцінки операційного ризику комерційного банку: монографія (заг. ред. О.С. Дмитрова). Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ».

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Хабінець Ольга Михайлівна

здобувач вищої освіти економічного факультету
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, Україна

Дорош Павло Вікторович

здобувач вищої освіти економічного факультету
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, Україна

Бак Наталія Андріївна

канд. екон. наук., доцент, доцент кафедри фінансів і кредиту
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, Україна

В умовах ринкових відносин, глобалізації економіки, волатильності фінансових ринків керівники підприємств повинні приймати обґрунтовані стратегічні рішення, які здатні забезпечити фінансову стійкість та захищеність суб'єкта господарювання від дії різного роду факторів, а також забезпечити його довгострокову конкурентоздатність. У таких умовах вкрай необхідною є розробка системи фінансової безпеки фірми, яка б дозволяла виявляти ситуації, при яких потенційні ризики могли б перерости в реальні загрози, що погіршили б фінансовий стан, або ж призвели б до банкрутства підприємства.

О.С. Журавка та Є.К. Бондаренко вважають, що: «фінансова безпека підприємства – це здатність суб'єкта підприємництва здійснювати свою господарську, зокрема фінансову, діяльність ефективно і стабільно шляхом використання сукупності взаємопов'язаних діагностичних, інструментальних та контрольних заходів фінансового характеру, що мають оптимізувати використання фінансових ресурсів» [1].

На думку В.І. Куцика та А.І. Бартиш: «основою фінансової безпеки підприємства є діяльність з управління ризиками та захисту інтересів підприємства від зовнішніх та внутрішніх загроз з метою забезпечення стабільного розвитку підприємництва та росту власного капіталу в поточній та стратегічній перспективі» [2].

Таким чином, сутність системи фінансової безпеки на підприємстві полягає у створенні об'єктивних умов та можливостей своєчасного виявлення, реагування, оцінювання, уникнення загроз, або ж нівелювання їх впливу, які можуть знизити рівень його фінансової захищеності.

Для координації дій забезпечення захищеності підприємства повинна бути розроблена відповідна політика управління його фінансовою безпекою, яка б конкретизувала заходи, важелі досягнення її оптимального рівня. До основних елементів такої політики можна віднести цілі, функції, принципи, стратегію, основою якої були б попередньо зазначені елементи, суб'єкти та об'єкти управління, також загрози і ризики, які можуть мати місце у процесі ведення діяльності. Зважаючи на зазначенні елементи, суб'єкт господарювання повинен створити власний механізм, за допомогою якого буде забезпечувати свою захищеність, та здійснюватиме постійний контроль.

Усі компоненти системи фінансової безпеки господарюючого суб'єкта обов'язково повинні формуватися з урахуванням його фінансових інтересів:

- 1) постійне зростання ринкової вартості фірми;

- 2) наявність необхідного обсягу інвестицій;
- 3) ефективне ведення комерційної діяльності для максимізації прибутку;
- 4) оптимізація податкового навантаження та інших бюджетних відрахувань.

Вищезазначені фінансові інтереси є одними з основних та притаманні усім підприємствам, які займаються комерційною діяльністю. Однак, залежно від виду діяльності, типу підприємства, стратегічних цілей, кожна фірма має і свої індивідуальні фінансові інтереси, які можна класифікувати за природою положення (добровільні, примусові), часовим поширенням (стратегічні, поточні), рівнем розташування (корпоративні, фірми, певної структурної одиниці чи працівника) тощо.

Серед усіх загроз фінансовим інтересам конкретного суб'єкта підприємницької діяльності основна увага повинна приділятися найбільш небезпечним їх видам, тобто тим, що мають високу ймовірність та прямо впливають на реалізацію пріоритетних фінансових інтересів фірми та призводять до досить відчутних за розміром і наслідками збиткам.

Одним із найважливіших кроків захисту від загроз фінансової безпеки та побудови оптимального механізму її забезпечення є розробка фірмою власної концепції фінансової безпеки. По своїй суті, вона є певною моделлю, щодо комплексного виявлення ризиків та оптимального їх усунення, яка виступає основою при розробці загальної стратегії господарюючого суб'єкта. Концепція включає в себе досить багато різних факторів, зокрема, вона знаходить загрози та шляхи їх вирішення базуючись на загальному фінансовому стані фірми, її стабільності, використовуючи для цього різні технології, інструменти, а також спеціальні алгоритми.

Таким чином, сутність фінансової безпеки фірми визначається рівнем її фінансового стану, що забезпечує захищеність пріоритетних фінансових інтересів від певних реальних і потенційних загроз, створення умов стійкого та ефективного функціонування суб'єкта господарювання, здатного розвиватися, зберігаючи фінансову рівновагу як на даний час, так і у перспективі.

Список використаних джерел:

1. Журавка, О.С. & Бондаренко, Є.К. (2012). Теоретичні аспекти формування системи фінансової безпеки підприємства. *Інноваційна економіка*, (4), 234-237.
2. Куцук, В.І. & Бартиш, А.І. (2011). Фінансова безпека підприємства самостійний об'єкт управління. *Науковий вісник НЛТУ України*, (21.4), 250-255.

ТРАНСНАЦІОНАЛІЗАЦІЯ І РЕГІОНАЛІЗАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Шергіна Лідія Антонівна

ORCID ID: 0000-0001-9031-0616

канд.екон.наук, доцент, доцент кафедри бізнес-економіки та підприємництва
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана», Україна

Жемба Алла Йосипівна

ORCID ID: 0000-0003-0268-3258

канд.екон.наук, доцент,
доцент кафедри економіки підприємства і міжнародного бізнесу
Національний університет водного господарства та природокористування, Україна

В сучасних умовах розвитку міжнародного бізнесу все більш очевидним стає факт посилення взаємозалежності між діяльністю сучасних транснаціональних корпорацій (ТНК) та ключових тенденцій розвитку світової економіки. Крім того, дослідники відмічають ключову роль найбільших міжнародних корпорацій в ході розвитку національних економік, груп країн, регіональних об'єднань та в процесах інтеграції в цілому. Адже завдяки акумуляції вагової частки світового виробництва, побудові міцних інвестиційних зв'язків, розвитку власних потужних збутових мереж та налагодженню міцних внутрішньокорпоративних ланцюгів, міжнародні корпорації стали виконувати функції міжнародного регулятора виробництва, розподілу та збуту продукції і, таким чином, сприяти економічній інтеграції у світовій економіці. Транснаціоналізація виконала роль фундаменту створення та розвитку регіональних інтеграційних об'єднань, ефективність яких багато в чому залежить від особливостей транснаціональних виробничих систем та внутрішньовиробничої кооперації. Залежно від кількості материнських компаній, дочірніх підрозділів, галузевої спрямованості міжнародного виробництва, ресурсної бази регіону формується система функціональної взаємозалежності між країнами в межах регіонального інтеграційного об'єднання, що впливає на процеси лібералізації міжнародної торгівлі, руху інвестицій, технологій та інновацій. Співробітництво в межах інтеграційного об'єднання відкриває перед ТНК додаткові можливості розширення доступу до необхідних виробничих ресурсів, що є одним з найважливіших мотивів посилення транснаціоналізації світової економіки.

При розгляді формування та розвитку глобальної економіки через призму транснаціоналізації в розрізі корпорацій та регіональних інтеграційних угруповань на рівні країн слід звернути увагу на те, що обидва процеси безпосередньо сприяють утворенню централізованої системи управління з різним ступенем самостійності її підсистем. Крім того, посилення рівня взаємозалежності між національними економіками на різних стадіях економічної інтеграції надає транснаціональним корпораціям, що територіально належать до визначеного регіону, ряд переваг в порівнянні з компаніями з країн, що не належать до складу інтеграційного об'єднання.

При цьому, питання взаємодії національних економік та міжнародних корпорацій не втрачають своєї актуальності, адже для компаній вагомим аргументом для розвитку власної діяльності в тому чи іншому регіоні є можливість

здійснювати суттєвий вплив на економічний розвиток тих країн, в яких вони забезпечили власну присутність, незалежно від її форм та враховуючи інтереси материнської компанії, що лежить поза межами відповідної національної території.

В сучасному світі інноваційні моделі розвитку економік та міжнародний трансфер технологій стали ключовими факторами, що дозволили ТНК перетворитися у ключовий, найбільш впливовий інструмент регіональної інтеграції. Це відбулось за рахунок зосередження в руках корпорацій не лише процесу створення нових технологій, а й формування і використання механізмів їх практичної реалізації в різних країнах одночасно. Даний фактор в сучасних умовах розвитку світового господарства вирішує таку важливу проблему, як наявність та доступ до дешевої робочої сили. Адже сам по собі новий етап технологічного розвитку передбачає послаблення ролі праці як ключового фактору міжнародного виробництва. Поширення інноваційних технологій підвищило важливість орієнтації на кінцевого споживача, що дає можливість отримати додаткові конкурентні переваги в разі розташування виробничих потужностей поблизу потенційних ринків збуту та зростання якості робочої сили. В результаті на сьогодні ми можемо спостерігати чергову зміну пропорцій у розташуванні виробничих мереж корпорацій на користь розвинутих країн – особливо у високотехнологічних галузях з високим рівнем доданої вартості. На цій основі відбувається посилення інтеграційних зв'язків між розвинутими країнами, особливо в ході взаємодії в межах регіональних організацій.

Таким чином, сучасні корпорації виступають одразу носіями двох ключових тенденцій інтернаціоналізації світогосподарської діяльності – перекачування ресурсів менш розвинутих країн до більш розвинутих та зростання самоізоляції розвинутих країн, посилення взаємодії в ході регіональної інтеграції та, одночасно, зростання рівня протекціонізму з їх сторони стосовно третіх країн, з одночасним вираженням прихильності лібералізації зовнішньоекономічної діяльності. Лідруючі позиції технологічних корпорацій на фоні міцних регіональних зв'язків ведуть до виникнення торговельно-виробничих систем глобального масштабу, глобальних монополій, які вдало використовують переваги глобалізації, інтеграції та транснаціоналізації одночасно, а також до адаптації інвестиційного середовища до реалій сьогодення.

Таким чином, формування регіональних інтеграційних об'єднань є закономірним процесом розвитку сучасної економіки. Особливу роль у даних процесах відіграють міжнародні корпорації, що за рахунок розвитку власних корпоративних мереж, на основі прямих іноземних інвестицій, стимулювання міжнародної торгівлі та передачі технологій покликані вирівняти диспропорції в рівнях економічного розвитку країн-учасниць регіональних об'єднань, згладжувати перепади господарської кон'юнктури та створити потужний фундамент для соціально-економічного розвитку регіону. Феномен економічної глобалізації, який проявляється саме через транснаціоналізацію, може виступати потужним інструментом розвитку як національної, так і світової економіки.

УНИКАЛЬНЫЕ КАНАЛЫ ДИСТРИБУЦИИ

Жолуд Анастасия Анатольевна

студентка инженерно-экономического факультета
Белорусский государственный технологический университет,
Республика Беларусь

Пеховская Елизавета Петровна

студентка инженерно-экономического факультета
Белорусский государственный технологический университет,
Республика Беларусь

Научный руководитель: Шишло Сергей Валерьевич

канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры экономической теории и маркетинга
Белорусский государственный технологический университет,
Республика Беларусь

Одной из важной составляющей маркетинг микса является дистрибуция. Дистрибуцию можно охарактеризовать как совокупная логистическая деятельность, которая включается в себя продвижении товаров или услуг от производителей к конечным потребителям, планирование и организация распределения товаров на определенном рынке. Также может включать планирование и организацию продаж, предпродажный и послепродажный сервис [1].

В современном мире дистрибуция это большее чем организация продаж. Сегодня дистрибуция включает в себя процесс удовлетворения потребностей клиентов в конкретном товаре или услуге. Дистрибуция включает три основные функции продажа продукции в торговых точках, доставка продукции в торговые точки, размещение продукции на прилавках и проведение мерчандайзинга. Независимо от сотрудничества обоих лиц условия партнерства изначально неравны, потому что дистрибьютор всегда более зависим, так как у дистрибьюторских фирм нет бренда. А поставщика дистрибьюторы интересуют с позиции гарантированного и стабильного канала сбыта.

Основной задачей развития каналов дистрибуции является построение эффективной сбытовой сети по доведению товаров до потребителей. Поэтому важно рассматривать различные варианты такой сети. На сегодняшний день существуют уникальные каналы сбыта продукции на них следует обратить основное внимание [2].

Уникальные каналы сбыта продукции представляют собой сегмент рынка как horeca и beauty сфера. В таких сегментах часто бывают проблемы, так как не все товары подходят для продажи в таких заведениях.

Horeca может включать продажу таких товаров, как алкоголь, кофе, чай, мороженное, табачные изделия, безалкогольные напитки, продукты питания. Продажа элитного алкоголя и снековой продукции в сегменте horeca заняло довольно устойчивую позицию, в ресторанах и барах довольно часто можно заметить стойки с батончиками. А также для продвижения бренда поставщика может использоваться оборудование, посуда, мебель, расходная продукция, освещение и бытовая химия для уборки.

Салоны красоты или СПА находятся в более выгодном положении чем розничные магазины или интернет-магазины. Их особенностью является то, что мастера салонов лучше разбираются в продукции нежели продавцы или

консультанты в магазинах. Тем самым вызывают доверие у клиентов.

Продажи косметики в салонах красоты означают не только торговлю, но и возможность увеличить срок косметологического эффекта в домашних условиях. Качественные специалисты, у которых есть доверие клиентов, прикладывают все усилия чтобы предложить потребителю данный эффект.

При этом следует обратить внимание на следующие моменты:

- правильное оформление зоны продажи косметики (стенды, стеллажи), ведь эта зона для клиентов, чтобы они могли ознакомиться с представленной продукцией.

- использование инструментов мерчандайзинга. Мерчандайзинг позволяет подготовить продукцию к реализации и стимулирование ее продажи (выкладка товара, оформление стендов и информация об акциях или новинках).

Мастера в салонах являются своего рода экспертами, у них есть доверие клиентов, поэтому они могут порекомендовать в каждом отдельном случае лучшее для потребителя средство. Специалисты в салонах не продают продукцию как это делают консультанты. Мастера знают уходовую косметику, которая поможет устранить проблему и добиться качественного результата.

Хорошим инструментом маркетинга в таких сферах является продвижение товаров через выставочные стенды и мастер-классы. Профессионалы на мастер-классах показывают процесс с использованием продукции от компании-поставщика. Это интересный способ продвижения товаров с привлечением брендованных товаров от поставщиков. Для развития продаж в сегменте *horeca* и *beauty* должна быть осуществлена слаженная работа поставщика и конечной точки продаж, а качественный продукт и продажа приведут к максимизации удовлетворенности клиентов.

Список использованных источников:

1. Захарова, Ю. А. (2012). *Методы стимулирования сбыта*. Москва: Дашков и К. ISBN 978-5-394-01784-1.
2. Баранец, А.В. (2018). Анализ сбытовой стратегии предприятия. *Економічний форум*, (3), 72-82.

УПРАВЛІННЯ ЗАЦІКАВЛЕНИМИ СТОРОНАМИ ПІД ЧАС РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТІВ В ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ

Токаренко Олена Іванівна

ORCID ID: 0000-0002-0923-6592

канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри менеджменту та адміністрування
Бердянський державний педагогічний університет, Україна

Захарова Аліна Анатоліївна

здобувач вищої освіти гуманітарно-економічного факультету, головний спеціаліст
відділу муніципальних ініціатив, інвестицій та енергоменеджменту виконавчого
комітету Бердянської міської ради
Бердянський державний педагогічний університет, Україна

Управління проєктами - надзвичайно важливий та складний процес, ефективний механізм якого потребує додаткових зусиль. Заснування та забезпечення партнерами (або структурними підрозділами, організаціями, установами) належних умов, необхідних для виконання взятих на себе зобов'язань в досяганні поставленої мети та цілей є необхідною передумовою отримання позитивних результатів діяльності. Проте, перекладання один на одного частини своїх ризиків, які виникають під час реалізації проєктів, відсутність гарантій повного виконання своїх зобов'язань особами, які також залучені для реалізації проєктів може призвести до несвоєчасного виконання грантових умов, або взагалі до повернення коштів та штрафних санкцій грантодавцям, які надають допомогу.

В умовах підвищеної конкуренції об'єднані територіальні громади змагаються за потенційних інвесторів, здійснюючи пошук грантових проєктів. Успіх цього залежить від багатьох чинників, один з яких – імідж, репутація як грантоотримувача, сформовані за результатами реалізації попередніх проєктів. При цьому сама сутність проєктів визначає складність їхнього втілення в життя. Проєкти потребують виконання численних завдань, жорстко або гнучко взаємопов'язаних: деякі проміжні завдання не можуть реалізовуватися, доки не завершені інші завдання; інші завдання мають виконуватися паралельно. Якщо порушується синхронізація виконання різних завдань, весь проєкт може опинитися під загрозою невиконання.

Налагодження комунікацій між структурними підрозділами органів управління об'єднаними територіальними громадами, а також між всіма учасниками реалізації проєкту, координація та моніторинг всіх процесів проєктної діяльності, вчасне виявлення тих чи інших проблем, які можуть виникати під час реалізації проєктів відіграють велику та важливу роль у процесі життєдіяльності проєкту. Вчасне реагування на будь-які обставини є необхідним для успішної реалізації проєкту у відповідності до грантових Угод.

Застосування належних організаційно-економічних механізмів управління реалізацією проєкту є також передумовою його успішності.

Одним з нових напрямків в практиці управління проєктами є управління зацікавленими сторонами проєкту, котра визначає їхні ролі, вплив, повноваження та обов'язки в рамках реалізації того чи іншого проєкту.

Зацікавлені сторони включають всіх учасників команди проєкту, а також усіх зацікавлених суб'єктів як внутрішніх, так і зовнішніх по відношенню до проєкту (рис. 1).

На рисунку представлено зацікавлені сторони, їхню взаємодію під час реалізації проєктів в об'єднаних територіальних громадах.

Команда проєкту виявляє внутрішні та зовнішні, позитивні та негативні, а також виконуючі та консультуючі зацікавлені сторони для того, щоб визначити вимоги зацікавлених сторін в управлінні проєктами, їхні роль, права, обов'язки та правове підґрунтя їх діяльності та взаємодії. Керівник проєкту здійснює управління впливом різних зацікавлених сторін відповідно до вимог, що висунуті до проєкту, щоб забезпечити успішне отримання кінцевого результату.



Рис. 1. **Управління проєктами на основі управління зацікавленими сторонами***

**складено автором*

У загальному вигляді схема управління зацікавленими сторонами виглядає наступним чином:

1. Визначення зацікавлених сторін – процес виявлення груп, людей або організацій, на котрих може впливати результат проєкту, або які можуть здійснювати певний вплив на результат проєкту.

2. Планування управління зацікавленими сторонами – процес розробки відповідних стратегій управління для ефективного залучення зацікавлених сторін протягом всього життєвого циклу проєкту, заснованого на аналізі їх потреб, інтересів та потенціальної взаємодії на результат проєкту.

3. Управління зацікавленими сторонами проєкту – процес комунікацій та

роботи з зацікавленими сторонами з ціллю відповідності їх потребам/очікуванням, реагування на проблеми по мірі їх виникнення.

4. Контроль зацікавлених сторін – процес моніторингу всіх взаємовідносин зацікавлених сторін проекту та коректування стратегій та планів для залучення зацікавлених сторін [1].

При здійсненні проєктної діяльності в об'єднаній територіальній громаді управлінські впливи реалізуються за такими ключовими напрямками: створення належних умов для залучення інвестицій; підготовка інвестиційних пропозицій/продуктів; формування позитивного іміджу громади; інформаційна підтримка та супроводження; усунення перешкод для реалізації інвестиційних проєктів.

Зацікавлені сторони проєкту відіграють одну з основних та ключових ролей у проєктній діяльності. Від усіх учасників та їх професіоналізму залежить весь життєвий цикл проєкту.

Грантодавець – це зарубіжна чи вітчизняна організація, що надає грантову підтримку конкретним проєктам, які відповідають її цілям і завданням. Ця організація робить кроки по поширенню інформації про грантові програми і дає про них найбільш повну інформацію. Грантодавець встановлює певні умови (правила) розгляду заявок і підтримки кращих з них.

Команда проєкту — це певна чисельність людей, які працюють разом для досягнення спільної мети. Вони безпосередньо працюють над здійсненням проєкту і підпорядковані керівникові (менеджеру) проєкту. Команда проєкту створюється на період реалізації проєкту і після його завершення розпускається.

Керуючий операційною діяльністю – найчастіше виступає заступник міського голови.

Функціональні керівники – начальники управлінь, відділів, структурних підрозділів.

Координатор проєкту, частіше за все наймається Міністерством для координації всіх процесів та заходів.

Ініціатором виступає орган місцевого самоврядування, представники активно беруть участь у написанні грантових заявок та забезпечують процеси з реалізації проєкту.

Імплементатор – установа (організація), для якої розроблено грантовий проєкт, яка отримує позитивні результати від реалізації проєкту.

Інші зацікавлені сторони – додаткові зацікавлені сторони, такі як фінансові інститути, державні регулюючі органи, експерти, консультанти та інші особи, котрі можуть мати фінансовий інтерес, робити свій внесок у проєкт та бути зацікавленими у результаті проєкту.

Важливу роль в забезпеченні якісної реалізації проєкту відіграє управління комунікаціями, що передбачає збір, накопичення та аналіз інформації, якою обмінюються члени проєктної команди, керівництво, і сприяє успішному завершенню проєкту.

Значна частина робочого часу під час реалізації проєкту відводиться управлінню контрактами (постачанням); здійснюється конкурсний відбір, узгодження та підписання договорів, контроль за постачанням матеріалів, устаткування, обладнання і послуг (обслуговування).

В залежності від грантових умов та проєктних пропозицій команда та учасники проєкту можуть змінюватись. При цьому завданням системи управління проєктом є збереження налагоджених комунікацій між різними зацікавленими сторонами.

Висновки. Успішна реалізація проєкту є передумовою для подальшої участі

об'єднаної територіальної громади в проектах, які сприятимуть її розвитку, що сьогодні є вельми актуальним. При цьому важливо застосовувати ефективні організаційно-економічні механізми управління проектною діяльністю, одним з яких є управління на основі управління зацікавленими сторонами. Важливо правильно їх ідентифікувати, виокремити, визначити коло питань для кожної, ступінь зацікавленості, ступінь впливу на процеси реалізації проекту, а також налагодити ефективні комунікації.

Список використаних джерел:

1. Безверхнюк, Т. М., Сенча, І. А., Сивак, Т. В. & Левицький, А. О. (2013) Управління соціальними проектами: оцінка ризиків і аналіз зацікавлених сторін. *Вісник НАДУ*, (4), 17-23. Вилучено з: <http://visnyk.academy.gov.ua/wp-content/uploads/2014/04/2013-4-5.pdf>.
2. Чернявська, О. В. & Соколова, А. М. (2015) *Фандрайзинг*. Київ: Алерта.

УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА: ВИКЛИКИ ТА ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ

Зайченко Євгенія Олександрівна

студент 2 курсу магістратури кафедри економіки та сфери обслуговування
Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

Трудовий потенціал підприємства – це сукупність людських ресурсів, які є у розпорядженні підприємства, і визначається їх кількістю, якісними параметрами, складом, співвідношенням та дотриманням цілей, встановлених підприємством на конкретному етапі розвитку. Склад трудового потенціалу, механізми його формування та управління суттєво відрізняються за галузями та сферами економічної діяльності. Окремим аспектом, що потребує вирішення є забезпечення якості та ефективності трудового потенціалу підприємства.

Вищенаведене обґрунтовує актуальність та мету дослідження – вивчити існуючі підходи до трактування категорії «трудовий потенціал» та дослідити методичні підходи до оцінки ефективності й якості забезпеченості підприємства трудовими ресурсами.

Питанням трудового потенціалу в Україні та закордоном, у тому числі в умовах протидії поширенню пандемії COVID-19, присвячено роботи багатьох дослідників, серед яких: С. Ф. Покропивний, Т. О. Примака, П. С. Шваб, Д. П. Богиня, О. А. Грішнова, Є. П. Качан, А. М. Колот, Л. Едвінсон, К. Свейбі, В. Я. Амбросов, О. А. Бугуцький, В. С. Дієсперов, О. Ю. Єрмаков, Т. І. Заславська, О. І. Здоровцов, В. І. Лишиленко, П. Т. Саблук, І. Н. Топіха, А. Д. Чикурков, Р. І. Тринько, В. Й. Шиян, В. В. Юрчишин, К. І. Якуба та інші.

Для визначення трудового потенціалу підприємства як об'єкта дослідження економіки необхідно орієнтуватися на теоретичні підходи до категорії «трудовий потенціал» у дослідженнях зарубіжних та вітчизняних економістів. У працях більшості авторів трудовий потенціал підприємства представлений усіма людськими ресурсами, що використовуються на суспільному виробництві на тій чи іншій стадії розвитку продуктивних сил. Це найважливіша особливість категорії «трудовий потенціал». Однак розглядати його лише як сукупність усіх людських ресурсів навряд чи правильно, оскільки він все ще містить ряд якісних економічних характеристик. Як економічна категорія, трудовий потенціал виражає стосунки між людьми щодо накопичення та використання наявних можливостей та ефективності реалізації трудової діяльності. Суть трудового потенціалу полягає у взаємодії всіх його складових елементів, тобто механізмі реалізації трудових відносин.

В даний час такі терміни, як «людський капітал» і «людський потенціал», все частіше стають предметом регулювання із на законодавчому, так і на рівні міжнародних угод та конвенцій. Питання, пов'язані з визначенням цих понять, їхньою сутністю, структурними компонентами кожного поняття, частотою використання та методами оцінки, залишаються суперечливими [1-7].

Відомо, що людський ресурс відіграє важливу роль як у розвитку окремого підприємства, так і в розвитку всієї країни. У той же час огляд економічної літератури показує, що часто дослідники не проводять чіткої термінологічної межі між поняттями «людський капітал» і «трудовий потенціал» [1-7].

З огляду на появу додаткових видів та складових капіталу, таких як, наприклад, інтелектуальний капітал, трудовий капітал, мережевий капітал тощо, стає все важче відокремити ці поняття одне від одного.

Визначення та оцінка понять «трудовий потенціал» та «людський капітал» повинні базуватися на суттєвих змістовних ознаках цих термінів, що виявляються в процесі діяльності економічних агентів.

Сьогодні не менш важливим викликом для ефективного управління діяльністю підприємства з боку топ-менеджменту є проблема неузгодженості підходів до оцінки людського капіталу та трудового потенціалу суб'єкта господарювання.

Пануючий до останнього часу підхід, пов'язаний з оцінкою трудового потенціалу на основі знань, умінь та інших соціально-економічно важливих якостей працівника, є недостатньо правильним. Трудовий потенціал – це не просто знання, вміння та навички, а знання, навички та звички, які використовуються або будуть використовуватися в майбутньому для отримання доходу підприємства та підвищення прибутковості його діяльності.

У той же час важливо відзначити, що не існує прямої залежності між інвестиціями в освіту та віддачею цих інвестицій, тобто між рівнем запровадження практики підвищення кваліфікації працівників підприємства та підвищення рентабельності діяльності [1].

Загальнокультурні особливості, економічна та організаційна культура на підприємстві, а також характеристики працівника чи особи щодо здатності ефективно використовувати набуті знання в процесі діяльності підприємства будуть відігравати важливу роль.

Людський капітал – це капіталізована (перерахована у вартість) поточна та майбутня вартість можливостей персоналу підприємства, корисна для даного підприємства та його технологічного та економічного процесу, втілена в професіоналізмі працівників та виражена у зміні прибутковості діяльності підприємства на даний момент та у майбутньому.

Зазначене обумовлює постановку мети оцінки трудового потенціалу підприємства, яка складається з таких аспектів як:

- створення інформаційної бази даних, необхідної для прийняття рішень щодо управління персоналом керівництвом та менеджерами з персоналу;
- забезпечення стейкхолдерів методичним інструментарієм вимірювання трудового потенціалу підприємства;
- оцінка людських ресурсів як ключових активів підприємства [2-5].

Відмітимо, що сучасними дослідниками усі існуючі методи оцінки трудового потенціалу підприємства групують наступним чином (рис. 1).

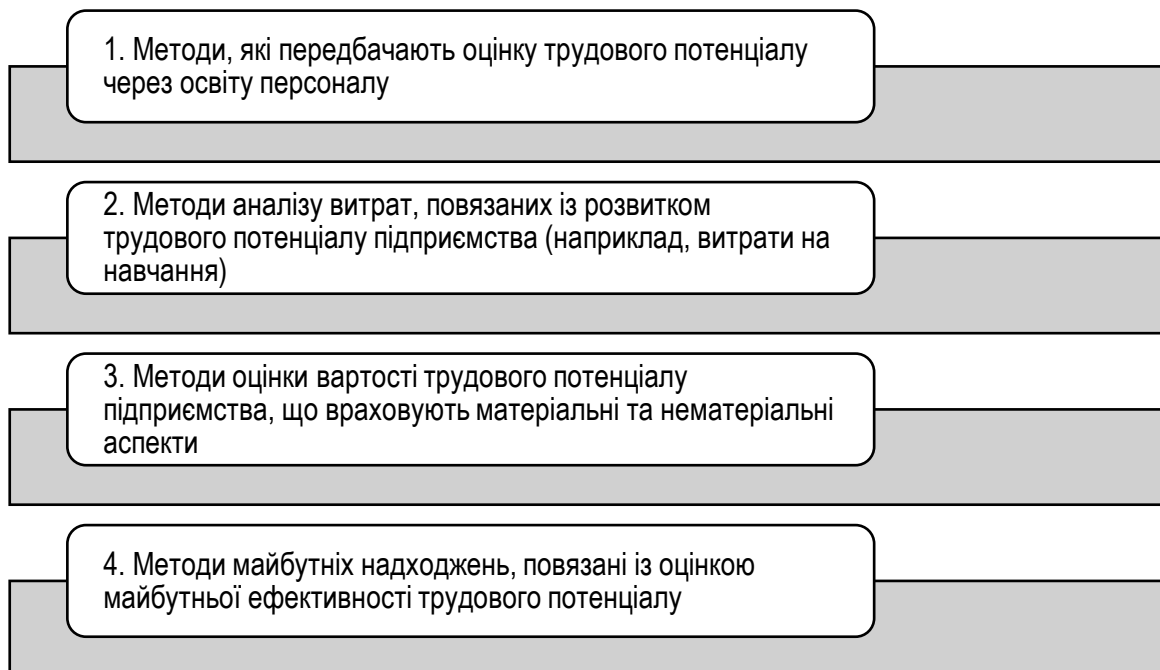


Рис. 1. Методи оцінки трудового потенціалу підприємства
Джерело: узагальнено автором

Ефективність та якість трудового потенціалу, враховуючи вищенаведене, можна оцінити з позицій витрат, понесених на окремого працівника.

Оцінка вартості трудового потенціалу та окремо людського капіталу підприємства повинна базуватись на такому вихідному положенні: підприємство – це мікроекономічна система, основною метою якої є сталий розвиток із поступовим підвищенням рівня прибутковості [4, 7].

Звідси можна зробити висновок про те, що трудовий потенціал підприємства слід оцінювати не лише за фактичним існуючим результатом праці співробітників, а й в контексті їх майбутнього внеску та взаємозалежності внеску від рівня вкладень у розвиток трудового потенціалу.

Окремим підходом при формуванні системи оцінювання трудового потенціалу є внесення поправок на врахування чинників, що впливають на його розбудову. Такими чинними є чинники макросередовища (зовнішнього середовища) та чинники внутрішнього (мікро) середовища [2, 6].

Таким макроекономічним чинником виступає зміна ринкової кон'юнктури, що в свою чергу впливає на стан ринку праці, рівень пропозиції персоналу, рівень оплати за окремі вакансії тощо.

Прикладом чинників мікросередовища можуть слугувати коливання позицій підприємства на ринках, зміна обсягів виробництва, банкрутство.

Беручи до уваги розробку сучасних підходів до управління витратами діяльності підприємства та розвитку, проблема комплексного вимірювання людського капіталу підприємства повинна вирішуватися на основі оцінки його ролі у формуванні ринкової вартості та конкурентоспроможності переваги підприємства (через фінансову та порівняльну методику оцінки). Слід врахувати, що на підприємстві в кожен момент існує оптимальна кількість працівників і менеджерів, які створюють максимальну цінність у даних умовах. Відхилення від цього значення як у великій, так і в меншій частині призведе до погіршення ефективності використання персоналу і, як наслідок, до зниження якості використання в майбутньому трудового потенціалу [3, 6, 7].

Наступним викликом розвитку та управління трудовим потенціалом підприємства є створення на загальнодержавному рівні належної інфраструктури ринку праці. Для того, щоб інфраструктура ринку праці могла ефективно функціонувати в сучасній економіці та підтримувати надання підприємствам необхідної кваліфікації, вона повинна адаптуватися та своєчасно реагувати на зовнішнє та внутрішнє середовище, а її структура повинна відповідати процеси та тенденції, що відбуваються на світовому та національному ринках праці. Складність адаптації полягає в тому, що інфраструктура ринку праці – це багатофункціональна система, що має складну структуру з великою кількістю учасників (установ), діяльність яких полягає у забезпеченні найбільш сприятливих умов для функціонування ринку праці. Кожен з інститутів інфраструктури ринку праці повинен запропонувати власну стратегію адаптації, щоб гармонійно доповнювати один одного [7].

Головною передумовою для розробки ефективної політики управління трудовим потенціалом як на рівні підприємства, так і на загальнодержавному рівні, є забезпечення належної кваліфікації персоналу.

Підсумовуючи усе вищезазначене можна зробити висновок про те, що управління трудовим потенціалом підприємства є складним та багатокомпонентним процесом, одним із ключових елементів якого є проведення оцінки ефективності роботи в напрямку створення якісного трудового потенціалу та, зокрема, людського капіталу. Формування належної політики управління ресурсами

на рівні підприємства та перегляд існуючої інституціональної інфраструктури ринку праці (державної політики у сфері зайнятості) сприятиме формуванню створенню якісного трудового потенціалу.

Список використаних джерел:

1. Васильченко, О.О., Васильченко, Е.О. (2019). Економічна оцінка т
рудового потенціалу в підприємстві. Вилучено з
<http://elar.tsatu.edu.ua/bitstream/123456789/8586/1/%D0%A1%D0%A3%D0%A7%D0%90%D0%A1%D0%9D%D0%86%20%D0%9D%D0%90%D0%A3%D0%9A%D0%9E%D0%92%D0%86%20%D0%94%D0%9E%D0%A1%D0%9B%D0%86%D0%94%D0%96%D0%95%D0%9D%D0%9D%D0%AF%20%D0%9D%D0%90%20%D0%A8%D0%9B%D0%AF%D0%A5%D0%A3%20%D0%94%D0%9E%20%D0%84%D0%92%D0%A0%D0%9E%D0%86%D0%9D%D0%A2%D0%95%D0%93%D0%A0%D0%90%D0%A6%D0%86%D0%87%20-%20%D1%87.2-145-148.pdf>
2. Гавриленко, Я.В.(2019). Сутність та підходи до розвитку трудового потенціалу підприємства. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. № 52. DOI: <https://doi.org/10.24025/2306-4420.0.52.2019.160436>
3. Лісняк, В.С. (2020). Напрями підвищення ефективності використання трудового потенціалу підприємства. Економіка і менеджмент 2020: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку: матеріали конференції. Вилучено з http://confcontact.com/2020-ekonomika-i-menedzhment/EIM_2020_tom1.pdf#page=50
4. Ус, Ю.В., Яремко, А.Д. (2019) Теоретико-методичні основи оцінки трудової складової антикризового потенціалу підприємства. Бізнес-інформ, 1(492). Вилучено з <https://elibrary.ru/item.asp?id=39201278>
5. Череп, О.Г., Тимошик, В.Ю. (2020). Оцінювання економічного ефекту від впровадження системи навчання і розвитку трудових ресурсів на підприємстві. Науковий погляд: економіка та управління. № 4 (66). С. 74 – 80
6. Шемшура, В., Соколова, Л. (2020). Підходи до оцінки персоналу як складової аналізу кадрового потенціалу. Збірник наукових праць «Логос», № 1. Вилучено з <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/logos/article/download/1676/152>
7. Яремко, А.Д. (2019). Оцінювання трудової складової антикризового потенціалу машинобудівного підприємства. Економічний вісник Донбасу, № 1(55). Вилучено з <https://cyberleninka.ru/article/n/otsinyuvannya-trudovoyi-skladovoyi-antikrizovogo-potentsialu-mashinobudivnogo-pidpriemstva/viewe>

ФІНАНСОВЕ ШАХРАЙСТВО: ПРИЧИНИ ВИНИКНЕННЯ ТА ЗАСОБИ БОРОТЬБИ

Гордєєва Тетяна Анатоліївна

ORCID ID: 0000-0003-3546-4238

старший викладач кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Хмельницький національний університет, Україна

Пандемія COVID-19, хоча і не є першим глобальним потрясінням в історії, виявилась безпрецедентним за своїм впливом на населення Землі явищем. Оцінити згаданий вплив на життя людей, уряди та світову економіку поки що неможливо ретельно, адже криза триває. Поки країни намагаються приборкати вірус та захистити громадян, глобальні ринки падають з шаленою швидкістю. Пандемія змушує нас відчувати недоліки глобалізованого – взаємопов'язаного та взаємозалежного – світу.

Удар економічної кризи у 2020 році виявився суттєво більшим, ніж втрати під час кризи, що світ зазнав 11 років тому. Якщо 2009 року глобальний ВВП впав на 1,7%, то цього року МВФ очікує падіння цього показника на рівні мінус 4,9%. Поки що можна вважати, що пік економічної кризи припав на другу чверть 2020 року, коли більшість країн світу запровадила локдаун, пов'язаний з елементами тотального карантину [1]. Вживаємо саме термін «поки що», адже прогнозування розвитку економічного становища країн світу за теперішніх умов є доволі умоглядним та, навіть, спекулятивним. Однак, як виключення з будь-якого правила, є одна сфера, що у непевні часи почуває себе набагато краще, ніж під час повсякденного перебігу життя.

Поки уряди усього світу намагаються реагувати на триваючу пандемію COVID-19, за прогнозами Брюса Дорріса – президента та головного виконавчого директора Асоціації сертифікованих експертів з питань шахрайства (ACFE, Остин, Техас, США) – ми можемо очікувати, що серед ряду довготривалих її наслідків одним із важливих буде вибух фінансового шахрайства у найближчі роки [2]. Існує ряд причин, через які шахрайство поширюється та процвітає під час криз та періодів економічної нестабільності. Перш ніж перейти до них, зазначимо, що варто розподіляти професійне фінансове шахрайство та ситуаційне фінансове шахрайство. Прикладом останнього може бути шахрайство із фінансовою звітністю. Великим фактором у цьому випадку є посилений тиск кризи на економічних суб'єктів та їх співробітників, які намагаються відповісти на виклики економіки, що відчуває значний спад. Господарюючі суб'єкти, що борються за виживання, можуть зіткнутися зі спокусою фальсифікувати свої фінансові показники з метою досягнення цільових показників доходів або забезпечення отримання фінансування. Незважаючи на свою ситуативність, шахрайство з фінансовими звітами виявляється одним з найдорожчих видів шахрайства; за даними поточного Звіту ACFE, шахрайство з фінансовими звітами коштує в середньому 8,7 мільйона доларів [3].

За подібне шахрайство в Україні статтю 222 «Шахрайство з фінансовими ресурсами» Кримінального кодексу передбачено покарання у вигляді штрафів від однієї тисячі до трьох тисяч неоподатковуваних мінімумів доходів громадян з позбавленням права обіймати певні посади чи займатися певною діяльністю на строк до трьох років [4].

Прикладом професійного шахрайства є фінансова піраміда Мейдоффа, що була розкрита під час рецесії 2008 року після майже півстоліття успішного існування. Визначний аферист Бернард Мейдофф організував фінансову піраміду «Madoff Securities» за так званою «схемою Понці», коли відсотки за інвестиціями

виплачували за рахунок притоку нових клієнтів. На пострадянських теренах у 90-ті роки минулого століття ми також спостерігали побудову та викриття фінансових пірамід, наприклад «МММ», «Оберіг» та інші.

Повертаючись до причин шахрайства в часи кризи, слід пригадати дві теорії: «трикутник шахрайства» та «діамант шахрайства». Перша, описана відомим криміналістом Дональдом Р.Крессі у книзі «Гроші інших людей: дослідження соціальної психології розкрадання» в середині 50-х років минулого століття, описує акт шахрайства як результат обов'язкового поєднання трьох складових: тиск (стимул/мотивація), можливість та виправдання [5].

Друга, ближча до нас за часом, теорія, запропонована Девідом Т. Вулфом і Даною Р. Хермансон у 2004 році в статті «Діамант шахрайства: розмірковуємо над чотирма елементами шахрайства», стверджує, що окрім названих Д.Р.Крессі складових, слід враховувати здатність до шахрайства: людина повинна мати необхідні риси характеру (наприклад, жадібність, слабкість, надмірну гордість, нечесність тощо) та здібності (наприклад, знання фінансових процесів та контрольних дій) [6].

В розвиток цієї теорії експерти з питань запобігання шахрайству розробили те, що вони називають правилом «10-10-80»: 10% співробітників ніколи не вкрадуть, 10% завжди вкрадуть, а 80% можуть вчинити шахрайство за умови певного поєднання можливостей, тиску та виправдання [7]. Отже, в часи пандемії, яка проявляється не лише як безпосередня загроза здоров'ю громадян, а й у вигляді економічних негараздів та втрати доходів, до 10 відсотків професійних шахраїв під тиском кризи приєднується певна частина від 80 відсотків схильних до шахрайства громадян, що втрачають внаслідок безробіття засоби до існування.

В умовах обмежень адаптивного карантину, коли громадян закликають здійснювати якомога менше соціальних контактів, для багатьох телефон та Інтернет стає єдиним способом зв'язку із зовнішнім світом. Наявність мобільних додатків для управління банківськими рахунками дає можливість дистанційно купувати товари, оплачувати послуги тощо. Проте ці засоби комунікації активно використовують професійні шахраї з метою заволодіння чужими коштами. Телефонне шахрайство із застосуванням методів соціальної інженерії (входження в довіру) – це найпоширеніший вид фінансового шахрайства, яке в період карантину значно активізувалось. Вітчизняні банки намагаються застерегти своїх клієнтів від шахрайських дій під час пандемії шляхом висвітлення проблеми на своїх офіційних сайтах. У таблиці 1 наведено узагальнену інформацію щодо протидії шахрайським схемам із використанням засобів телекомунікації, платіжних карток та клієнт-банку.

Таблиця 1

Протидія фінансовому телефонному шахрайству

Банк	Схема шахрайства	Поради
АТ «Альфа-банк»	Продаж засобів захисту та протівірусних препаратів. «Фіктивні електронні розсилки від державних або міжнародних організацій охорони здоров'я. Фіктивні благодійні фонди по боротьбі з коронавірусом; SMS або Viber-повідомлення про матеріальну допомогу або онлайн-операції; дзвінок родичам з клініки.	Будь-яку інформацію про стан рахунку, оплатах тощо ви повинні перевіряти тільки через офіційні канали зв'язку банку. Ніколи не передзвонювати на номери, надіслані вам в повідомленнях. При найменшій підозрі на шахрайство відразу зверніться до контакт-центру для блокування вашої картки

Продовження табл. 1

Банк	Схема шахрайства	Поради
АТ «Укресімбанк»	Фішингові сайти для оплати послуг. Повідомлення про рідних в обсервації. Перевірка кредитів. Звернення від НБУ або Пенсійного фонду. Зміна банківських реквізитів. Шкідливе програмне забезпечення	Сплачуйте лише через перевірені сервіси. Не переказуйте гроші на номери карток, які вам пропонують для сприяння. Не повідомляйте особисту інформацію незнайомим. Не довіряйте зверненням з неперевіраних джерел інформації.
АТ «Укрсиббанк»	«Ваша картка заблокована». «Мамо, я в поліції або у лікарні». «Ви виграли автомобіль, квартиру, мільйон тощо»	Передзвоніть на офіційний номер телефону банку. Перед тим, як віддавати, сплачувати чи переказувати кошти, зателефонуйте своєму родичу та запитайте, як у нього справи.

дані сформовано з [8,9,10]

Висновки. Шахраї, що бажають заволодіти чужими грошима, існували у всі часи, а з появою сучасних цифрових технологій у фінансах їх діяльність та схеми стають все більш витонченими та замаскованими. Отже, не втрачаймо пильність, коли мова йде про власну фінансову безпеку.

Список використаних джерел:

1. Блінов, А. (2020). Як рівень інфікування COVID-19 та локдаун впливають на ВВП окремих країн. Вилучено з https://expla.bank.gov.ua/expla/news_0174.html
2. Dorris, B. (2020). Coronavirus Pandemic Is a Perfect Storm for Fraud. Retrieved from <https://www.acfe.com/press-release.aspx?id=4295010491>
3. Association of Certified Fraud Examiners. (2020). *The 2020 Report to the Nations: global study on occupational fraud and abuse*. Retrieved from <https://www.acfe.com/report-to-the-nations/2020/>
4. Кримінальний кодекс України (Закон України). №2341-III. (2001). Вилучено з <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14#Text>
5. Association of Government Accountants. (2020). *The Fraud Triangle*. Retrieved from <https://www.agacgfm.org/Intergov/Fraud-Prevention/Fraud-Awareness-Mitigation/Fraud-Triangle.aspx>
6. Wolfe, D. & Hermanson D. (2004). The Fraud Diamond: Considering the Four Elements of Fraud. *CPA Journal*, 12. 38-42. Retrieved from <https://digitalcommons.kennesaw.edu/facpubs/1537/>
7. Schaefer, P. (2019). Are Employees Stealing from You? Tips to Prevent Employee Theft. *Business Know-How*. Retrieved from <https://www.businessknowhow.com/manage/employee-theft.htm>
8. АТ «Альфа-банк». (2020). Розділ: Новини. Вилучено з <https://alfabank.ua/about/press/>
9. «Укресімбанк». (2020). Розділ: Новини. Вилучено з <https://www.eximb.com/ua/bank/press/>
10. АТ «Укрсиббанк». (2020). Розділ: Новини. Вилучено з <https://my.ukrsibbank.com/ua/personal/news/411582/>

ФУНКЦІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Савчук Світлана Віталіївна

ORCID ID: 0000-0003-0428-5798

аспірант кафедри менеджменту і адміністрування

Івано-франківський національний технічний університет нафти і газу, Україна

Сучасний світ характеризується проникненням цифрових технологій в усі сфери діяльності людини. Науковці говорять про розвиток цифрової економіки, про інформаційну та цифрову революцію про глобальну діджиталізацію та цифрову трансформацію. В таких умовах, з одного боку ускладнюється стабільне функціонування підприємств, а отже і робота менеджерів, а з іншого, цифровізація дає ряд можливостей для розвитку та забезпечення конкурентоспроможності бізнесу.

Дослідники-аналітики в області оцінки перспектив сформованих соціальних практик і професій впевнені: перелік робіт, актуальних для майбутнього десятиліття високотехнологічного XXI століття, буде істотно відрізнятися від існуючого. Така трансформація цілком логічна: змінюються потреби соціуму, отже потрібно переглядати і компетенції фахівців, які будуть в ньому жити і працювати. На ринку праці буде затребуваний, професіонал, який вміє працювати із засобами сучасної техніки і технології та повинен буде вирішувати серйозні виробничі ситуації і при цьому враховувати не тільки економічні фактори, але і розраховувати вплив оргструктури компанії на архітектуру її інформаційної системи, складати каталог інформаційних сервісів, необхідних для функціонування виробничих процесів, впевнено розбираючись в питаннях економічної безпеки [1].

Згадані тенденції не оминають і сферу менеджменту та управління. Одним із важливих завдань керівника (менеджера) є постійне вдосконалення системи управління підприємством. А в сьогоднішніх умовах, коли мова йде про цифровізацію всіх сфер діяльності людини, таке удосконалення неможливе без певної зміни класичних функцій менеджменту. Зокрема, мова йде про розширення переліку компетенцій та навичок менеджера, про виникнення нових завдань та проблем, які необхідно вирішити, про появу нових професій та нових форм організації праці. В умовах розвитку цифрових технологій відбувається певна модифікація традиційних функцій управління. Розглянемо детальніше, який вплив мають цифрові технології на функції управління та процес їх реалізації (табл. 1).

Таблиця 1

Характеристика процесу реалізації функцій управління в цифрову епоху

Функції	Реалізація функцій за допомогою цифрових технологій
Планування	Процес планування спрощується використанням різного роду програмного забезпечення. Зокрема, програмних комплексів, які складаються з: автономного модуля, який відповідає за конфігурацію системи (Stand Alone Configuration Engine, SACE), модуля електронної комерції (Electronic Commerce, EC), модуля виробничого планування (PP), модуля управління матеріальними потоками (MM), модуля управління послідовністю поставок (Supply Chain Management, SCM; раніше вживався термін Distribution Resource Planning, DRP), модуля удосконалення планування та складання розкладу — календарне планування (Advanced Planning and Scheduling, APS)[2]

Продовження табл. 1

Функції	Реалізація функцій за допомогою цифрових технологій
Організація	Найбільш поширеними прикладами застосування автоматизованих систем в організації роботи менеджера є облік часу, база даних, база первинних знань, статистика, автоматизація обліку тренінгів, плану персонального розвитку, постановки завдань та ін. Цифрова інтеграція з хмарними сервісами дозволяє зменшувати робоче перевантаження (автоматизація рутинної роботи, зменшення витрат часу та ресурсів на оформлення та зберігання супроводжуваних документів). Штучний інтелект. Інтегровані програмні продукти, продумані алгоритми відповідей на дії та слова користувачів дозволяють створити «образ людини», здатної ефективно взаємодіяти з кандидатами на вакансію, новими співробітниками, які проходять адаптаційне навчання, HR-менеджерами та лінійними керівниками під час створення аналітичних звітів [3]
Мотивація	Цифровізація дає змогу використовувати такі методи нематеріальної мотивації працівників: Гейміфікація робочого місця, яка передбачає використання ігрових елементів у робочих процесах для поліпшення залучення працівників. Створюються певні програми лояльності співробітників, які відстежують створений користувачем вміст і трафік, щоб дозволити їм рівнятися, збирати значки та отримувати винагороду [4]. По суті, гейміфікація входить в один з найпотужніших внутрішніх мотиваторів – конкуренцію.
Контроль	Застосування інтегрованих мобільних додатків, вбудованих у автоматизовану систему управління компанією дозволяє: відстежувати переміщення персоналу та інформувати про запізнення, контролювати рівень стресу і регулювати перебіг робочого дня, оптимізувати план дій, вимірювати залученість персоналу, забезпечувати наявність постійного зворотного зв'язку [5].

дані сформовано з [2], [3]

Як видно з таблиці 1, цифровізація дає можливість певним чином спростити деякі функції, рутинну роботу передати комп'ютерам, за допомогою програмного забезпечення зробити процес планування чи контролю простішим, зрозумілішим, ризик помилок в результаті людського фактору також знижується. Однак, впровадження технологій вимагає від керівництва певного рівня володіння цифровими навичками та вміннями, вміння швидко обробляти інформацію, діяти в умовах невизначеності, постійно вчитися та розвиватися у цифровому напрямку.

Таким чином, розвиток цифрової економіки ставить нові вимоги до менеджерів, керівників. Використання цифрових технологій сприяє ефективній реалізації функцій управління через використання програмного забезпечення, використання новітніх інструментів мотивації персоналу, спрощення організації роботи менеджерів завдяки девайсам, штучному інтелекту і т.д. Однак цифровізація підприємства потребує наявності певного рівня володіння цифровими навичками та вміннями керівництвом та персоналом, що вказує на необхідність навчання та особистого розвитку менеджерів.

Список використаних джерел:

1. Горобцова, Л. П., Цыганков, И. С. Проблемы и перспективы образования в условиях цифровой экономики. *Вестник факультета управления СПбГЭУ*. (3). Ч. 1. 284-289.
2. Лисенко, О. А. (2011) Автоматизація бюджетування – як основний елемент бізнес-планування діяльності підприємства. *Бюджетування як інструмент забезпечення життєдіяльності підприємства* : колект. моногр. Запоріжжя : ЗНУ. 146-159.

3. The new age: artificial intelligence for human resource opportunities and functions. Survey by EY (Ernst & Young LLP). URL: [https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-the-new-age-artificial-intelligence-forhuman-resource-opportunities-and-functions/\\$FILE/EY-the-new-age-artificial-intelligencefor-human-resource-opportunities-and-functions.pdf](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-the-new-age-artificial-intelligence-forhuman-resource-opportunities-and-functions/$FILE/EY-the-new-age-artificial-intelligencefor-human-resource-opportunities-and-functions.pdf)
4. Жиділова, Л. О. Гейміфікація (e-learning) як засіб підвищення ефективності навчання на уроках математики в початковій школі. *Інформаційні технології*: зб. тез V Всеукр. наук.- практич. конф. молодих науковців (17 трав. 2018 р., м. Київ) / Київ. ун-т ім. Б. Грінченка. С. 63-64. URL:https://fitu.kubg.edu.ua/images/stories/Departments/kitmd/Internet_conf_17.05.18/s1/1_Zhydilova_Liashenko.pdf
5. Нагибина, Н. І. & Щукина, А. А. (2017). HR-digital: цифровые технологии в управлении человеческими ресурсами. *Интернет-журнал «Науковедение»*, Т.9. 17 -26.

ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ КВАЗІСУБ'ЄКТІВ ДЕРЖАВНОГО КОНТРОЛЮ УКРАЇНИ ЗА ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ

Дороніна Юлія Андріївна

здобувач вищої освіти економічного факультету
Харківський національний університет В.Н. Каразіна, Україна

Вступ. Актуальність статі полягає у тому, що саме діяльність відповідних органів виконавчої, судової та законодавчої влади повинна відповідати нормативно-правовим актам. Інститут контролю існує для того щоб всі фінансові ресурси, які будуть надходити до відповідних бюджетів, були розподілені відповідно до статей бюджету на поточний рік. За останній час в Україні проходить процес децентралізації, що є перерозподілом або диспергуванням функцій, повноважень від центрального управління.

Проблематика теми полягає у тому що, перш за все система органів контролю є розгалуженою, неповною та немає єдиного органу. Відповідно до статей Бюджетного Кодексу України, кожний орган має повноваження стосовно контролю за надходженнями та витратами до бюджетів різного спрямування. Другою проблемою є те що, більша частина порушень, які виявляє Державна аудиторська служба та Рахункова Палата України, вважаються лише незаконними, а тому передбачається різні види відповідальності.

Огляд літератури: Багато вчених розглядало та вирішувало проблематику даного питання стосовно класифікації таких порушень, Л. К. Воронової, О. І. Деревчука, О. С. Матненка, О. П. Орлюк, З. І. Перощук, Н. Ю. Пришви, О. В. Солдатенко, А. Г. Чубенка, Н. Я. Якимчук, але дивлячись на змні в законодавстві, дане питання потребує нового вирішення.

Основні результати дослідження: «Інститут контролю як «продукт людського задуму» набуває усталеної форми у вигляді державного фінансового контролю та його системи маючи таку саме мету - контроль за формуванням, збереженням та використанням суспільних (неприватних) ресурсів, зафіксований управлінськими або законотворчими діями держави. Такий підхід дозволяє нам поставити знак рівності: міжпоняттями «інститут контролю» та «державний фінансовий контроль» / «система державного фінансового контролю», між «агент інституту контролю» та «суб'єкт державного фінансового контролю» / «квазісуб'єкт державного фінансового контролю», між «предмет і об'єкт інститут контролю» та «предмет і об'єкт державного фінансового контролю» [6, ст.113]. Або можна сказати, що «Державний фінансовий контроль – різновид фінансового контролю, що здійснюється відповідними органами державного фінансового контролю» [5, ст. 123]. Спираючись, на ці думки можна зазначити, що державний фінансовий контроль-це один із видів контролю за ефективністю та цільовим використанням коштів місцевого та державного значення. Ефективність контролю буде напряду залежати від діяльності органів державного фінансового контролю. Ефективність інститут контролю, в нашому випадку буде залежати від його принципів, оскільки це керівні та основоположні засади діяльності всіх органів державного фінансового контролю. Відповідно до цього на законодавчому рівні закріплені такі принципи державно фінансового контролю: законність, повнота і суцільність перевірок, відшкодування збитків, відповідальність винних службових осіб за допущені порушення.

Розглянемо реалізацію владних принципів в практиці відповідно до ст. 121 передбачається, що:

1. Посадові особи, з вини яких допущено порушення бюджетного законодавства, несуть цивільну, дисциплінарну, адміністративну або кримінальну відповідальність згідно з законом.

2. Порушення бюджетного законодавства, вчинене розпорядником чи одержувачем бюджетних коштів, може бути підставою для притягнення до відповідальності згідно з законами України його керівника чи інших відповідальних посадових осіб, залежно від характеру вчинених ними діянь [2].

В даному випадку розмежуємо кримінальну відповідальність та адміністративну. Оскільки, дисциплінарна відповідальність-це відповідальність службової особи за свої дії в рамках своєї компетенції. Тож питання виникає саме в цивільній, кримінальній та адміністративній відповідальності.

Відповідно до ст. 210 Кримінального Кодексу. Нецільове використання бюджетних коштів службовою особою, а так само здійснення видатків бюджету чи надання кредитів з бюджету без встановлених бюджетних призначень, або з їх перевищенням всупереч Бюджетному кодексу України, чи закону про Державний бюджет України на відповідний рік, якщо предметом таких дій були бюджетні кошти у великих розмірах, -карається штрафом від ста до трьохсот неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, або виправними роботами на строк до двох років, або обмеженням волі на строк до трьох років, з позбавленням права обіймати певні посади чи займатися певною діяльністю на строк до трьох років.

Висновок. Підсумком дослідження буде посилення відповідальності за порушення бюджетного законодавства, відносно одержувача публічних фінансів, який повинен нести як адміністративну так і кримінальну відповідальність. І саме в цьому випадку, можна буде говорити про відшкодування збитків, оскільки буде конкретна особа (підприємство), яка буде відповідати за одержання бюджетних коштів. Потрібно чітко розмежувати дисциплінарну відповідальність розпорядника бюджетних коштів, а саме відповідні порушення, які виявленні агентами контролю під час перевірок.

Список використаних джерел:

1. Бюджетний кодекс України (2005). Прийнятий 21 червня 2001 року. «Одисей», Харків.
2. Гуцаленко, Л. В. & Дерій, В. (2009). Навч. посіб. Коцупатрий.
3. Хмельков, А.В. (2017). Державний фінансовий контроль: Підручник. Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна.

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

МАТЕРІАЛИ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

**«МІЖДИСЦИПЛІНАРНІ НАУКОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ:
ОСОБЛИВОСТІ ТА ТЕНДЕНЦІЇ»**

4 грудня 2020 року ♦ Чернігів, Україна

ТОМ 1

Українською, російською та англійською мовами

*Всі матеріали пройшли оглядове рецензування
Організаційний комітет не завжди поділяє позицію авторів
За точність викладеного матеріалу відповідальність несуть автори*

Підписано до друку 07.12.2020. Формат 60×84/16.
Папір офсетний. Гарнітура Arial. Цифровий друк.
Умовно-друк. арк. 7,79.

*Тираж: 100 примірників.
Віддруковано з готового оригінал-макету.*

Контактна інформація організаційного комітету:

21037, Україна, м. Вінниця, вул. Зодчих, 40, офіс 103

Міжнародний центр наукових досліджень

Телефони: +38 098 1948380; +38 098 1956755

E-mail: info@ukrlogos.in.ua

www.ukrlogos.in.ua | www.ojs.ukrlogos.in.ua

Видавець друкованих матеріалів: Друкарня ФОП Гуляєва В.М.
08700, Україна, м. Обухів, вул. Малишка, 5. E-mail: 5894939@gmail.com
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи: ДК № 6205 від 30.05.2018 р.