

# МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти

Центральноукраїнський національний технічний університет

Миколаївський національний аграрний університет

Громадська організація «Об'єднання педагогів і науковців України»



## **СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ ЕКОНОМІЧНОЇ ДИНАМІКИ**

Матеріали

VIII Всеукраїнської науково-практичної  
інтернет-конференції молодих учених та студентів  
(м. Умань, 18 листопада 2021 р.)

Умань  
2021

УДК 338.24.021.8(06)

С91

### **Головний редактор**

*Слатвінський М. А.*, кандидат економічних наук, доцент, директор Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.

### **Редакційна колегія:**

*Корнієнко Т. О.*, в. о. завідувача кафедри фінансів, обліку та економічної безпеки Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини;

*Чвортко Л. А.*, заступник директора з наукової роботи ННІ економіки та бізнес-освіти Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини;

*Бержанір І. А.*, канд. економ. наук, доцент кафедри фінансів, обліку та економічної безпеки Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.

*Вінницька О. А.*, доцент кафедри фінансів, обліку та економічної безпеки Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини;

*Мельничук Ю. М.*, доцент кафедри фінансів, обліку та економічної безпеки Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.

*Рекомендовано до друку вченою радою*

*Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти  
Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини  
(протокол № 4 від 16 листопада 2021р.)*

**Сучасні** проблеми і перспективи економічної динаміки : матеріали  
С91 VIII Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. молодих учених та студентів  
(м. Умань, 18 листоп. 2021 р.) / МОН України, Уманський держ. пед.  
ун-т імені Павла Тичини, Навч.-наук. ін-т економіки та бізнес-освіти [та  
ін.] ; [голов. ред. Слатвінський М. А. ; редкол.: Корнієнко Т. О., Чвортко  
Л. А., Бержанір І. А. [та ін.]. – Умань : Візаві, 2021. – 751 с.

Збірник містить наукові тези VIII Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції молодих учених та студентів «Сучасні проблеми і перспективи економічної динаміки», яка відбулася 18 листопада 2021 р. на базі Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини. Матеріали відображають результати досліджень учених, викладачів, аспірантів та студентів з актуальних проблем розвитку національної економіки.

**УДК 338.24.021.8(06)**

*Матеріали подано в авторській редакції.*

© Уманський державний педагогічний  
університет імені Павла Тичини, 2021

## З М І С Т

### СЕКЦІЯ 1. МАКРОЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

<b>Бержанір А. Л.</b> ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ І СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ КОМПАНІЙ ЯК ЧИННИК СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ.....	17
<b>Бідна Т. О.</b> СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ ПРОФОРІЄНТАЦІЇ МОЛОДІ.....	21
<b>Будякова О. Ю.</b> НАПРЯМИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РИНКУ ПРАЦІ.....	26
<b>Булавка Ю.</b> ЕКОНОМІЧНА ПРИРОДА КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВА.....	29
<b>Васьків М. Б.</b> СТАТИСТИКА ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ЧИСЕЛЬНОСТІ НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ.....	32
<b>Волошенюк Л. А.</b> ДЕРЖАВНИЙ БОРГ УКРАЇНИ СТАНОМ НА 2021 РІК.....	35
<b>Гріщенко Д. В.</b> ВПЛИВ ЗОВНІШНІХ ІНВЕСТИЦІЙ НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК КРАЇНИ.....	38
<b>Гришич І. О.</b> ВПЛИВ СУЧАСНИХ ЦИФРОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ НА РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ.....	41
<b>Грозян О. О.</b> ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА ПІДТРИМКИ СТАРТАПІВ В УКРАЇНІ.....	45
<b>Данильченко І. В.</b> СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ У СФЕРІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я.....	48
<b>Єременко М. В.</b> ВИКОНАВЧА ВЛАДА ТА ЇЇ МІСЦЕ В СИСТЕМІ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ...	52
<b>Квасній Л. Г., Бала О. Є.</b> ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ОСВІТНІХ ЗАКЛАДІВ.....	56
<b>Ковальчук Н. І.</b> МАЛІ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВНИЙ ФАКТОР ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ (ТЕРНОПІЛЬСЬКА ОБЛАСТЬ).....	59
<b>Козійчук Б. Р.</b> ПЕРСПЕКТИВИ ВІДСОТКОВОЇ ФІЛАНТРОПІЇ В УКРАЇНІ.....	62
<b>Копотієнко Т. Ю., Левченко Ю. А.</b> АНАЛІЗ СТРУКТУРНИХ КОМПОНЕНТІВ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ.....	67

<b>Лобик О. О.</b> УПРАВЛІНСЬКІ АСПЕКТИ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ.....	72
<b>Макурін А. А.</b> РОЗВИТОК ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ.....	75
<b>Поторась О. В., Білан А. Ю.</b> СТАН СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА У ВОЛИНСЬКІЙ ОБЛАСТІ.....	77
<b>Рубайко Є. А.</b> АНАЛІЗ КАПІТАЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ ТА ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....	79
<b>Шайтан В. О.</b> ПЕРСПЕКТИВИ УКРАЇНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ЗЕРНА.....	84
<b>Шевчук В. А.</b> ПЕРЕДУМОВИ СТВОРЕННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД.....	88
<b>Шепетюк С. Є.</b> РИНОК ЗЕМЛІ В УКРАЇНІ: ОКРЕМІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ.....	91

## **СЕКЦІЯ 2. СУЧАСНІ ТРЕНДИ У РОЗВИТКУ ФІНАНСІВ, СТРАХУВАННЯ ТА БАНКІВСЬКОГО БІЗНЕСУ**

<b>Барабаш О. С.</b> ВПЛИВ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ НА РОЗВИТОК СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ.....	94
<b>Батова Я. В.</b> ДЖЕРЕЛА ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ.....	97
<b>Блізнякова В. О.</b> ПРОГНОЗУВАННЯ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-БАНКІНГУ В УКРАЇНІ.....	102
<b>Вінницька О. А., Голенко В. М.</b> ДОХОДИ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ.....	105
<b>Волошина Д. О.</b> СТРАХУВАННЯ МАЙНА У СИСТЕМІ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ.....	108
<b>Гаврилюк Д. П.</b> ФОРМИ БЕЗГОТІВКОВИХ РОЗРАХУНКІВ ТА ЇХ УДОСКОНАЛЕННЯ...	111
<b>Грищенко М. В.</b> ДЕЯКІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ...	114
<b>Грищенко О. О.</b> КОНТРОЛЬНІ ПОВНОВАЖЕННЯ ОРГАНІВ КАЗНАЧЕЙСЬКОЇ СЛУЖБИ.....	116
<b>Губарик О. М., Геркіял Н.</b> ОРГАНІЗАЦІЙНО-ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АНАЛІЗУ ДОХОДІВ, ВИТРАТ ТА ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ.....	119
<b>Гук О. К.</b> АНАЛІЗ СТРУКТУРИ ТА ДИНАМІКИ АКТИВІВ І ПАСИВІВ БАНКІВСЬКОГО БІЗНЕСУ.....	122

<b>Гуменюк Н. О.</b> МЕХАНІЗМ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ІДПРИЄМСТВ.....	126
<b>Змієнко С. Л.</b> ЕТАПИ РЕАЛІЗАЦІЇ ФІНАНСОВОГО ПЛАНУВАННЯ.....	128
<b>Іванов О. В.</b> ПРАКТИКА ФІНАНСОВОГО ПЛАНУВАННЯ В ІНВЕСТИЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ.....	131
<b>Карімова І. І.</b> СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ФІНАНСУВАННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ ПРОГРАМ В УКРАЇНІ.....	134
<b>Клименко Д. В., Гук Н. І.</b> ФІНАНСОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ.....	138
<b>Кожушко Д. В.</b> ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АГРОСТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ.....	143
<b>Колеснікова Т. О.</b> АНАЛІЗ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ АТ «КРИВОРІЖГАЗ».....	147
<b>Корбут А. М.</b> ПРОБЛЕМИ НЕДЕРЖАВНОГО ПЕНСІЙНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ.....	151
<b>Корнєєва О. О.</b> ФІНАНСОВА ГРАМОТНІСТЬ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ ТА ГОТОВНІСТЬ ДО ВПРОВАДЖЕННЯ НОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ФІНАНСОВОМУ РИНКУ.....	154
<b>Криворучко Д. М.</b> УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ПІДПРИЄМСТВА ДП «УГК «NEMIROFF».....	157
<b>Криштофор Г. О.</b> ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ДОХОДІВ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ.....	160
<b>Крюкова Г. В.</b> РОЛЬ СТРАХУВАННЯ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА.....	164
<b>Кучер Д. А.</b> АНАЛІЗ СВІТОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОГО СЕКТОРУ ТА ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ ЯК КАТАЛІЗАТОРА ЦИФРОВІЗАЦІЇ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ.....	167
<b>Лісовська О. О.</b> СІЛЬСЬКІ ТЕРИТОРІАЛЬНІ ГРОМАДИ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ.....	170
<b>Луханова О.</b> ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ФОНДОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ.....	173

<b>Мартиненко А. Ю.</b> СУЧАСНІ ТРЕНДИ ОПОДАТКУВАННЯ ТА ОБЛІКУ В ОФШОРНИХ ЗОНАХ ТА ЇХ ТИПИ.....	175
<b>Мельник К. М.</b> ПОДАТКОВЕ НАВАНТАЖЕННЯ В УКРАЇНІ.....	179
<b>Михайленко А. Г.</b> ПРОБЛЕМИ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ ФОНДОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ.....	184
<b>Осадчук Н. В., Легедза І. В.</b> ІНТЕРНЕТ-СУБВЕНЦІЯ ТЕРИТОРІАЛЬНИМ ГРОМАДАМ.....	188
<b>Патицька Х. О., Коваль В. М.</b> АКУМУЛЮВАННЯ ТА РОЗПОДІЛ БЮДЖЕТНИХ РЕСУРСІВ У СТАРОСТИНСЬКИХ ОКРУГАХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	190
<b>Побережна Т. О.</b> ПЕРСПЕКТИВИ ЗАЛУЧЕННЯ ВКЛАДІВ ДО БАНКІВ УКРАЇНИ З ВИКОРИСТАННЯМ НОВІТНИХ ПРОДУКТІВ ТА ТЕХНОЛОГІЙ.....	193
<b>Пужайло Д. А.</b> ТРЕНДИ В БАНКІВСЬКІЙ ТА СТРАХОВІЙ СФЕРАХ.....	196
<b>Реджепов Б. А., Лисий Ю. Є.</b> ПРІОРИТЕТИ І НАПРЯМИ РОЗВИТКУ НАКОПИЧУВАЛЬНОГО СТРАХУВАННЯ.....	199
<b>Рондова М. А.</b> ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ ТА ЗНАЧЕННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО СТРАХУВАННЯ.....	203
<b>Саргіна В. С.</b> АГРОСТРАХУВАННЯ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ТА РЕСУРСИ.....	205
<b>Стадничук А. С.</b> ОСОБЛИВОСТІ ПОСЕРЕДНИЦЬКИХ ОПЕРАЦІЙ БАНКУ НА ФОНДОВОМУ РИНКУ.....	208
<b>Стець Л. Г.</b> ІНДЕКС BANK_FINSCORE ЯК ІНСТРУМЕНТАРІЙ РАННЬОЇ ДІАГНОСТИКИ НЕПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ БАНКУ.....	212
<b>Пушкар О. І., Татаринцева Ю. Л., Пастушенко О. Б.</b> АНАЛІЗ СУЧАСНИХ МОДЕЛЕЙ ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО БІЗНЕСУ.....	216
<b>Шкробтак М. В.</b> ФОРМУВАННЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ КРЕДИТНОЇ ПОЛІТИКИ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ.....	219
 <b>СЕКЦІЯ 3. ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ</b>	
<b>Андрієнко В. О.</b> ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ОСОБЛИВОСТЕЙ СКЛАДАННЯ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ В УКРАЇНІ ТА НІМЕЧЧИНІ.....	224

<b>Артюшенко О. В.</b> ІСТОРИЧНІ АСПЕКТИ ЕВОЛЮЦІЇ БАЛАНСУ ПІДПРИЄМСТВА.....	229
<b>Белінська О. В.</b> ОСОБЛИВОСТІ НАДАННЯ АУДИТОРСЬКИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ.....	233
<b>Бержанір І. А., Барановська Л. В.</b> АУДИТ ЯК ЗАСІБ ДОСЯГНЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА.....	237
<b>Благодир А. В.</b> ОСНОВНІ ЕТАПИ ЕВОЛЮЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ВЕЛИКОЇ БРИТАНІЇ.....	240
<b>Гнасько О. І.</b> ВПЛИВ ПРОФЕСІЙНОЇ ЕТИКИ БУХГАЛТЕРА НА УКРАЇНСЬКЕ ЕКОНОМІЧНЕ СЕРЕДОВИЩЕ.....	244
<b>Гриб А. А.</b> ВІДОБРАЖЕННЯ ВАЛЮТНИХ ОПЕРАЦІЙ У ФІНАНСОВІЙ ЗВІТНОСТІ ЗГІДНО З МІЖНАРОДНИМИ СТАНДАРТАМИ.....	248
<b>Дерев'янюк О. О.</b> ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ФІНАНСОВИХ ІНВЕСТИЦІЙ ЯК МОДЕЛЬ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	253
<b>Довбня В. О.</b> ОПТИМІЗАЦІЯ ВПЛИВУ ОПЕРАЦІЙ ІЗ ВИРОБНИЧИМИ ЗАПАСАМИ НА ПОДАТКОВЕ НАВАНТАЖЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА.....	258
<b>Захарчук Є. В.</b> ВПРОВАДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В СИСТЕМУ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ.....	261
<b>Іванко В. І.</b> СУТНІСТЬ ПОДАТКОВОГО ОБЛІКУ ТА ШЛЯХИ ЙОГО ОПТИМІЗАЦІЇ.....	265
<b>Каленчук Ю. В.</b> ОПТИМІЗАЦІЯ ВИТРАТ НА ВИПЛАТИ ПРАЦІВНИКАМ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	268
<b>Килимник Ю. Р.</b> ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ І ТЕХНОЛОГІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	271
<b>Ковтун К. О.</b> ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ УПРАВЛІНСЬКОЇ ЗВІТНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	274
<b>Колеснікова А. Г.</b> ПОДАТКОВИЙ РИЗИК ЗАВИЩЕННЯ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА З МЕТОЮ ЗМЕНШЕННЯ ОБ'ЄКТА ОПОДАТКУВАННЯ ПОДАТКОМ НА ПРИБУТОК.....	278
<b>Копитько В. А.</b> «Е-ЛІКАРНЯНИ» – НОВИЙ ПРОГРЕСИВНИЙ КЕЙС ДЛЯ УКРАЇНИ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ.....	282

<b>Корабліна А. С.</b> ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКОВОЇ СИСТЕМИ НІМЕЧЧИНИ.....	286
<b>Кунак Є. В.</b> АНАЛІЗ СКЛАДУ ТА СТРУКТУРИ НЕОБОРОТНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ АТ «КРИВОРІЖГАЗ».....	290
<b>Кучеренко О. С.</b> ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ ПОДАТКОВОГО ТА БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ПОДАТКУ НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ.....	294
<b>Кушнір О. С.</b> ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА.....	298
<b>Лега О. В., Яловега Л. В., Прийдак Т. Б.</b> ОБЛІКОВА ІНФОРМАЦІЯ В УПРАВЛІННІ ПОДАТКОВИМИ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВА.....	301
<b>Лиса Д. В., Повх Є. С.</b> ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ТА АНАЛІЗУ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНИХ ОПЕРАЦІЙ.....	306
<b>Мазуренко Н. В.</b> ОСОБЛИВОСТІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ.....	310
<b>Мартинюк Ю. А.</b> ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКОВИХ ОПЕРАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА.....	314
<b>Матюха М. М.</b> ЕКСПРЕС-ДІАГНОСТИКА ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА ДЛЯ ЦІЛЕЙ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ.....	317
<b>Миронець Я. П.</b> РОЛЬ ЛУКИ ПАЧОЛІ В РОЗВИТКУ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ.....	320
<b>Налбатов О. О.</b> ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	323
<b>Настасовська А. А.</b> ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ ДЕРЖАВНОГО ФІНАНСОВОГО АУДИТУ.....	327
<b>Павліченко Л. Л.</b> СИСТЕМА БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В УКРАЇНІ: ОСОБЛИВОСТІ ТА РОЗВИТОК.....	331
<b>Полтавська В. В., Чернишова К. А.</b> РОЛЬ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ МАЛОГО БІЗНЕСУ.....	334
<b>Починок А. С.</b> ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ЛОГІСТИЧНИХ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА.....	337
<b>Рибак А. М.</b> ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ГРОШОВИХ ПОТОКІВ ПІДПРИЄМСТВА.....	341



<b>Рудик Р. Р.</b>	
УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА.....	343
<b>Рябоха М. В.</b>	
РОЛЬ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....	345
<b>Саванчук Т. М.</b>	
ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ КОШТАМИ ПІДПРИЄМСТВА.....	348
<b>Савків У. С.</b>	
ЕВОЛЮЦІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ «КОНТРОЛІНГ».....	351
<b>Сологуб Н. В.</b>	
ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ВИКОРИСТАННЯ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ.....	354
<b>Степаненко Н. В.</b>	
МСФЗ ДЛЯ МАЛИХ ТА СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ: МОЖЛИВОСТІ ТА ВИКЛИКИ ЗАСТОСУВАННЯ.....	358
<b>Сук П. Л.</b>	
РОЗРАХУНОК АМОРТИЗАЦІЇ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ ОБЕРНЕНИМИ МЕТОДАМИ ЗМЕНШЕННЯ ЗАЛИШКОВОЇ ВАРТОСТІ...	361
<b>Тімановська Я. В.</b>	
ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ І АНАЛІЗУ ВИТРАТ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	365
<b>Ходзицька В. В.</b>	
НЕФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ: ПОГЛИБЛЕННЯ РОЗУМІННЯ РИЗИКІВ ТА МОЖЛИВОСТЕЙ.....	368
<b>Чернецька Я. С.</b>	
ОЦІНКА ЗНАЧЕННЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА ДЛЯ РІЗНИХ ЇЇ КОРИСТУВАЧІВ.....	372

#### **СЕКЦІЯ 4. ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ЯК ОСНОВА ЗМІЦНЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ**

<b>Барвінок М. В.</b>	
ФІШИНГ – СУЧАСНА ЗАГРОЗА ДЛЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА.....	375
<b>Бугай С. А.</b>	
ПРАВОВІ ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ.....	379
<b>Ганушевич В. В.</b>	
ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ЯК ОСНОВА ЗМІЦНЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ.....	384
<b>Кулик В. В.</b>	
РИЗИКИ ТА ЗАГРОЗИ ФІНАНСОВІЙ БЕЗПЕЦІ УКРАЇНИ.....	388
<b>Лесюк В. С.</b>	
ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ЯК ЗАПОРУКА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	392

<b>Лисий Ю. Є., Принзюк Д. П.</b> ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА.....	395
<b>Литвенюк О. О., Кучеренко О. С.</b> ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА БАНКІВСЬКОЇ СФЕРИ В УКРАЇНІ.....	397
<b>Мишура А. І., Устиченко А. О.</b> РІВЕНЬ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ.....	400
<b>Нагорний І. С.</b> ПЕРЕДУМОВИ І НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВО- ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ.....	404
<b>Найдьонова М. І.</b> НОРМАТИВНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ.....	409
<b>Остахов Д. О.</b> УМОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ.....	414
<b>Штеба Р. Ю.</b> ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ ЯК ОСНОВИ ЗМІЦНЕННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....	419

#### **СЕКЦІЯ 5. ВІТЧИЗНЯНІ ТА МІЖНАРОДНІ СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ТА ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

<b>Антонюк Г. О.</b> СИСТЕМА ТОВАРОРУХУ ЯК КЛЮЧОВА ЛАНКА МАРКЕТИНГУ ТА ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТО- СПРОМОЖНОСТІ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	422
<b>Башта В. С.</b> КОЛАБОРАЦІЯ ЯК ЧАСТИНА ПАРТНЕРСЬКОГО МАРКЕТИНГУ.....	425
<b>Гречуха Ю. С.</b> МІСЦЕ СУЧАСНИХ ФОРМАТІВ РЕКЛАМИ У ФОРМУВАННІ ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА.....	428
<b>Делікатна К. В.</b> ФАКТОРИ УСПІХУ ПРИ ВИВЕДЕННІ НОВОГО ПРОДУКТУ НА РИНОК.....	431
<b>Жибуль Г. А.</b> МАРКЕТИНГОВА ХАРАКТЕРИСТИКА КАПІТАЛЬНОГО РЕМОНТУ ТЕПЛОВІЗІВ ЯК РИНКОВОГО ТОВАРУ.....	435
<b>Лога Б. В.</b> ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ.....	439
<b>Манелюк А.</b> QR-КОДУВАННЯ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ.....	442

<b>Маричик А. В., Соловйов В. І.</b> МАРКЕТИНГ ВЗАЄМОДІЇ У РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	446
<b>Олійніченко В.</b> СУЧАСНІ МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ.....	448
<b>Саленкова Е. О.</b> МАРКЕТИНГ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ.....	450
<b>Токарчук Я. О.</b> НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ МЕДІА-МАРКЕТИНГУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	453
<b>Хмільовська Л. В.</b> СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ПОТУЖНИЙ ІНСТРУМЕНТ БУДУВАННЯ БРЕНДУ РОБОТОДАВЦЯ.....	456

## СЕКЦІЯ 6. РОЗВИТОК СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТУ В ОРГАНІЗАЦІЯХ РІЗНИХ ФОРМ ВЛАСНОСТІ

<b>Брагінець Т. О.</b> АНАЛІЗ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА.....	460
<b>Валєбний О.</b> ЕФЕКТИВНІСТЬ ПРОЦЕСІВ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	463
<b>Вишневська Я. Д.</b> НЕОБХІДНІСТЬ РЕІНЖИНІРИНГУ В ОРГАНІЗАЦІЯХ ДЕРЖАВНОЇ ФОРМИ ВЛАСНОСТІ.....	466
<b>Ганушевич В. В.</b> ВПЛИВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ НА РОЗВИТОК СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ....	470
<b>Гасюк Н.</b> ЗОВНІШНІ ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ ТРУДОВОГО КОЛЕКТИВУ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ.....	473
<b>Душин Б. О.</b> ТЕХНОЛОГІЇ РОЗРОБКИ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ В ОБ'ЄДНАННЯХ ПІДПРИЄМСТВ.....	476
<b>Заїць Д. В.</b> ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ВЕБ-АНАЛІТИКИ В БІЗНЕСІ.....	479
<b>Зайцева О. С.</b> САЙТИ ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ ЯК ОСНОВНЕ ДЖЕРЕЛО ЗАЛУЧЕННЯ ПЕРСОНАЛУ В УМОВАХ СОЦІАЛЬНОГО ДИСТАНЦІЮВАННЯ.....	482
<b>Краснова Х. Д.</b> МОТИВАЦІЯ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	485
<b>Марк О. Д.</b> БІЗНЕС ТА ІННОВАЦІЇ – ЯК ДОСЯГТИ УСПІХУ СУЧАСНОМУ ПІДПРИЄМСТВУ.....	488

<b>Онопрієнко К. Ю.</b>	
РЕІНЖІНІРИНГ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ В РЕСТОРАННІЙ ІНДУСТРІЇ.....	491
<b>Пачева Н. О.</b>	
СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ НА РИНКУ РОБОЧОЇ СИЛИ.....	496
<b>Побережник І. Ю.</b>	
СУЧАСНІ ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ ТЕХНОЛОГІЙ.....	499
<b>Постернак І. М., Постернак О. С., Постернак С. О.</b>	
УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ КОМПЛЕКСУ МІСТОБУДІВНОЇ ЕНЕРГОРЕКОНСТРУКЦІЇ «КНТК МЕР <sub>ек</sub> ».....	502
<b>Радіонова Т. В.</b>	
ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКІ ОБ'ЄДНАННЯ ПІДПРИЄМСТВ, ЇХ ФОРМИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ.....	507
<b>Роман В.</b>	
СУТНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	512
<b>Свидрук І. І.</b>	
ПЕРЕДУМОВИ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ТВОРЧИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПРАЦІВНИКІВ ОРГАНІЗАЦІЙ.....	514
<b>Семко Л. М.</b>	
МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ У СФЕРІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я.....	518
<b>Соловйов В. І.</b>	
ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ АУТСТАФІНГУ ЯК СУЧАСНОЇ ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТРУДОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	522
<b>Тараканова І. С.</b>	
РОЗВИТОК СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	525
<b>Шиманський М. М.</b>	
ВПЛИВ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ.....	530
<b>Шовкова А. А.</b>	
ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ФАКТОР ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	533

#### **СЕКЦІЯ 7. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА, ТОРГІВЛІ ТА БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

<b>Бовкун О. А.</b>	
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИХ МЕТОДІВ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТО-СПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	536
<b>Винокуров В. Д.</b>	
РИНОК СТАРТАПІВ В УКРАЇНІ.....	539

<b>Джафарова Г. Р.</b> ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ.....	543
<b>Квасній О. Р.</b> ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ.....	547
<b>Лапко А. В.</b> АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ВУГЛЕДОБУВНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ.....	552
<b>Логінов О. В.</b> ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	556
<b>Олійник Д. В.</b> ОБЛІГАЦІЇ ЯК ОБ'ЄКТ ФІНАНСОВИХ ІНВЕСТИЦІЙ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ.....	559
<b>Павлишина І. А., Кифоренко Л. О.</b> УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ СФЕРИ ПОСЛУГ.....	562
<b>Сарахман Х. С.</b> ПРОГНОЗУВАННЯ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО БІЗНЕСУ НА ОСНОВІ ЗАПРОВАДЖЕННЯ DIGITAL-ТЕХНОЛОГІЙ.....	565
<b>Світлична А. О., Лисий Ю. Є.</b> СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	568

## СЕКЦІЯ 8. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

<b>Арсенюк М. А.</b> ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МЕДИЧНОГО ТУРИЗМУ ПІВДЕННОЇ КОРЕЇ.....	571
<b>Барвінок Н. В.</b> ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	576
<b>Білоголова Н. М., Миронов Ю. Б.</b> РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ КРАЇНИ: ДОСВІД НОРВЕГІЇ.....	581
<b>Бражник Н. О.</b> ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ.....	584
<b>Бутєва Н. І.</b> АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ.....	587
<b>Глазков В. В.</b> ГОЛОВНІ ПЕРЕШКОДИ ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ.....	591

<b>Горбаченко А. А.</b> ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ...	596
<b>Івасюк Р. В.</b> ТУРИСТИЧНА ІНДУСТРІЯ ТА ЇЇ ОСОБЛИВОСТІ.....	599
<b>Ітондо Токо Донмінік</b> ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ПРОСУВАННІ ТУРИСТСЬКИХ ПОСЛУГ.....	602
<b>Кіреєнков В. О.</b> РОЛЬ ФРАНЧАЙЗИНГУ В ПІДВИЩЕННІ РІВНЯ ІННОВАЦІЙНОСТІ ТУРИСТСЬКОГО РИНКУ РЕГІОНУ.....	606
<b>Кирилюк І. М., Гаврилишин С. В.</b> ПАНДЕМІЯ КОРОНАВІРУСУ COVID-19 ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ.....	610
<b>Кобилецька І. О., Кирилюк О. В.</b> НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19.....	613
<b>Круценко Т. О.</b> ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ МІСЬКОГО ТУРИЗМУ.....	616
<b>Кубарська Д. В.</b> СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО СЕКТОРУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....	619
<b>Литвин О. В.</b> РОЛЬ ІНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМУ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ.....	622
<b>Марків І. П.</b> БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ ЯК ВАГОМИЙ ФАКТОР РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ.....	624
<b>Олійник Н. М., Дорогань О. І.</b> ВАЖЛИВІСТЬ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ДЛЯ ЕКОНОМІКИ ДЕРЖАВИ.....	628
<b>Рубаха В. А.</b> ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МЕДИЧНОГО ТУРИЗМУ ІСПАНІЇ.....	633
<b>Слатвінська Л. А.</b> ДОСВІД ЗАСТОСУВАННЯ СУЧАСНИХ НОВІТНІХ МЕТОДИК НАВЧАННЯ У ВИЩІЙ ШКОЛІ ДЛЯ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ ЗА ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЮ ПРОГРАМОЮ ТУРИЗМ.....	637
<b>Слатвінська Л. А., Букатинська А. П.</b> ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ МІСЬКОГО ТУРИЗМУ.....	641
<b>Суберляк Д. О.</b> ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ.....	645
<b>Цистан В. М., Кацмаза М. С.</b> СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ.....	649
<b>Черних А. М.</b> ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ.....	652

<b>Чивичилова С. В.</b> ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ У СВІТІ.....	655
---	-----

**СЕКЦІЯ 9. РОЗВИТОК ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ УКРАЇНИ:  
КОНЦЕПЦІЯ, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

<b>Бербец Т. М.</b> ТРАНСФОРМАЦІЯ ЗАКЛАДІВ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ КОРОНОВІРУСУ.....	660
<b>Бичков М. А.</b> ФРАНЦУЗЬКА СИСТЕМА СЕРВІСУ.....	664
<b>Вороніна М. Д.</b> КЛЮЧОВІ ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ДОСВІДУ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ХОСТЕЛАХ М. ЛЬВІВ.....	667
<b>Гуженко А. В.</b> ОСОБЛИВОСТІ ПОНЯТТЯ «ПРОДУКТ» В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ...	670
<b>Довгопола В. О.</b> СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ СТАНДАРТІВ СЛУЖБИ БАТЛЕРІВ ГОТЕЛЮ КАТЕГОРІЇ 5 ЗІРОК.....	673
<b>Жадан В. А.</b> ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАЛУЧЕННЯ НОВИХ КЛІЄНТІВ.....	677
<b>Ібрагімова І. Р.</b> ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНИХ РЕСУРСІВ У ГОТЕЛЯХ.....	681
<b>Кацмаза М. С.</b> СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ.....	684
<b>Колотило М. А.</b> ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ СТИМУЛЮВАННЯ ПОПИТУ НА ГОТЕЛЬНІ ПОСЛУГИ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19.....	687
<b>Корольова А. А.</b> АВТОМАТИЗАЦІЯ РОЗСЕЛЕННЯ ГОСТЕЙ ЗА ДОПОМОГОЮ SELF СНЕСК-IN АВТОМАТІВ.....	691
<b>Костюк А. В.</b> ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ЧЕРКАСЬКОГО РЕГІОНУ.....	695
<b>Лаптєва А. С.</b> СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧИХ ПОСЛУГ В ГОТЕЛЯХ.....	697
<b>Лиманський Б. В.</b> ОСНОВНІ АСПЕКТИ РЕНОВАЦІЇ РЕСТОРАНУ ПРИ ГОТЕЛІ.....	700
<b>Лучко С. А.</b> ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ ІНОЗЕМНИХ ТУРИСТІВ У РЕСТОРАНІ ПРИ ГОТЕЛІ.....	704

<b>Манукян Д. Г.</b> ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОТИ ІНЖЕНЕРНО-ТЕХНІЧНОЇ СЛУЖБИ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	707
<b>Міщенко М. Р.</b> СУЧАСНИЙ СТАН І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	709
<b>Нещадим Л. М.</b> ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ ПРИГОТУВАННЯ ДЕСЕРТНОЇ ПРОДУКЦІЇ.....	712
<b>Онуцька В. Р.</b> ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ.....	715
<b>Павлюк А. П.</b> СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМ АВТОМАТИЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ В ГОТЕЛЯХ.....	720
<b>Поворознюк І. М.</b> ЦИФРОВІ ТРАНСФОРМАЦІЇ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ.....	723
<b>Романенко А. М.</b> ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ МОТЕЛІВ ЯК СЕКТОРА УКРАЇНСЬКОЇ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ.....	727
<b>Руссова Є. Д.</b> РЕНОВАЦІЯ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ: РИЗИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ.....	731
<b>Савельєва О. В.</b> ОСОБЛИВОСТІ ЗБУТОВОЇ СТРАТЕГІЇ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	734
<b>Савранська О. В.</b> ВПЛИВ МІСЦЯ РОЗТАШУВАННЯ ПРИДОРОЖНІХ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА НА ЇХ ДІЯЛЬНІСТЬ.....	737
<b>Стрекалова Д. Ю.</b> РОЛЬ СИСТЕМ АВТОМАТИЗАЦІЇ ВИРОБНИЧО-ТОРГІВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ПРИ ГОТЕЛЯХ.....	740
<b>Твердохлебова Т. О.</b> ХАРАКТЕРИСТИКА ПОСЛУГ БІЗНЕС-ЦЕНТРУ В ГОТЕЛІ.....	743
<b>Хлівнюк Ю. С.</b> ПРОБЛЕМИ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В ОБСЛУГОВУВАННІ АРАБСЬКИХ ТУРИСТІВ.....	747
<b>Хорошайло М. І.</b> ЗНАЧЕННЯ ПОБУТОВИХ ПОСЛУГ ГОТЕЛЮ.....	749



## СЕКЦІЯ 1

### МАКРОЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

#### ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ І СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ КОМПАНІЙ ЯК ЧИННИК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

*Бержанір А. Л., к. соц. н., доцент,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Основоположні принципи ринкової економіки забезпечують право вибору кожною компанією своїх стратегічних цілей, виходячи із найголовнішої мети підприємницької діяльності – отримання прибутку. Разом з тим, у сучасних умовах важливо, щоб при цьому задовольнялися інтереси працівників, місцевих громад, суспільства. Вітчизняні підприємства все більшою мірою, декларуючи філософію ведення соціально відповідального бізнесу і втілюючи різноманітні зовнішні та внутрішні соціальні програми, отримують позитивний ефект – підвищують статус компанії, збільшують доходи, забезпечують вирішення соціальних та екологічних проблем тощо.

Соціальна відповідальність підприємств у сучасних умовах є невід'ємною складовою їх ефективної діяльності. Соціально відповідальні організації здійснюють вагомий внесок в розвиток суспільства, адже на власному прикладі демонструють ставлення до свого персоналу, навколишнього середовища, результатів своєї діяльності та країни в цілому. З іншого боку, висока корпоративна культура та відповідальність підприємств сприяє підвищенню їх фінансових можливостей, тому що такі організації мають досить високу репутацію як в Україні, так і за кордоном, що є причиною успішного ведення бізнесу, підвищення конкурентоспроможності та економічної ефективності завдяки забезпеченню належної уваги до інтересів споживачів, клієнтів, партнерів і навіть конкурентів; запровадження правил раціонального менеджменту та належного контролю [1, с. 89–90].

Важливу роль тут відіграє побудова ефективної системи корпоративного управління компанії, спрямованої на досягнення визначених результатів у сфері соціальної відповідальності. Вітчизняні учені вказують, що управління соціальною відповідальністю організації є процесом реалізації функцій управління (планування, організації, мотивації, контролю), який спрямований на задоволення інтересів заінтересованих сторін (персоналу, менеджменту, власників бізнесу, держави), що беруть на себе відповідальність за вплив їхньої діяльності на підвищення ефективності господарювання та забезпечення збалансованого розвитку [2, с. 102].

Колосок А. М. підкреслює, що введення соціальної відповідальності в процес корпоративного управління дійсно є важливим чинником економічної ефективності та прибутковості підприємства. Вона є засобом покращення бізнес-процесів, технологій, ділової та загально-суспільної репутації підприємства, підвищення мотивації та продуктивності працівників, поліпшення економічних показників підприємства, підвищення ефективності управління та конкурентної спроможності підприємства, мінімізації ризиків та забезпечення збалансованого розвитку [3].

Ефективна інтеграція соціальної відповідальності у структуру менеджменту компанії має на меті актуалізацію моделі корпоративної культури зі значною соціальною умотивованістю. Найголовнішими її засадами повинно бути оптимальне поєднання стратегічної і тактичної діяльності з розвитку соціального капіталу, спрямованість програм на досягнення соціально-економічного ефекту, загалом здійснення внутрішньої та зовнішньої соціальної відповідальності.

Сутністю механізму менеджменту соціально відповідального бізнесу є розподіл усіх обов'язків між функціональними підрозділами компанії відповідно до міри їх участі у визначенні та реалізації соціальних проєктів. За таких умов вища ланка управління розробляє концептуальні підходи щодо соціальної відповідальності, з урахуванням інтересів усіх стейкхолдерів продукує рішення з ключових напрямів стратегічного управління соціальною

політикою. Підрозділи середньої ланки управління беруть активну участь у координації і безпосередньому виконанні визначеної стратегії шляхом комплексної реалізації функцій менеджменту, контролюючи і погоджуючи діяльність інших підрозділів у сфері соціальних ініціатив.

У сучасне поняття соціальної відповідальності менеджменту можуть входити: орієнтація фірми на реалізацію соціальних інтересів громадян; відшкодування суспільних витрат (наприклад, екологічних; на будівництво чи утримання інфраструктури тощо); збереження капіталу фірми як складової економіки країни. За таких підходів менеджмент забезпечує соціально-економічний розвиток компанії, вкладаючи свій внесок у вирішення проблеми підвищення рівня і якості життя людей [4, с. 83].

Практика діяльності провідних українських підприємств свідчить про поступове впровадження принципів соціальної відповідальності і, разом з тим, налагодження стабільних механізмів управління нею. Так, в основі сталого розвитку всіх компаній SCM – єдині принципи і цінності, які зафіксовані у документі «Так ми працюємо». Усі співробітники у своїй щоденній роботі керуються такими принципами:

- чесність і сумлінність у відносинах всередині компанії;
- порядність у відносинах із клієнтами та діловими партнерами;
- повага до особистості й дотримання прав людини;
- прозорість і відкритість;
- неприйняття хабарництва і протидія корупції;
- сталий розвиток і соціальна відповідальність;
- законність і верховенство права [5].

НЕК «Укренерго» визнає і поважає права зацікавлених сторін та забезпечує з ними відкриті та прозорі взаємовідносини. У своїй діяльності компанія:

- системно та ефективно взаємодіє із зацікавленими сторонами, бере до уваги їх очікування та інтереси, і прагне їх враховувати у своїй діяльності;

- створює максимально ефективні умови для проведення діалогу із зацікавленими сторонами, використовуючи найбільш зручні для певної групи стейкхолдерів майданчики, форми та способи комунікації;
- забезпечує єдиний механізм розгляду та вирішення запитів, пропозицій і скарг зацікавлених сторін;
- надає достовірну інформацію про свою діяльність у прозорому та зрозумілому вигляді [6].

Позитивний ефект соціально відповідальної поведінки компанії полягає у тому, що відбувається формування нових практичних умінь і навичок, креативних здібностей, розширюється сфера застосування ідей і рішень, спрямованих на реалізацію соціальних проєктів і програм.

Значущим також тут є підвищення рівня ініціативності персоналу, розвиток його мотивації до ефективної праці тощо. Функціонування цього процесу і поступове удосконалення соціальної політики відображає діяльність компанії, яка у підсумку конвертується у сталий розвиток і зростання репутації в очах стейкхолдерів.

### **Список використаних джерел:**

1. Лазоренко Л. В. Корпоративна соціальна відповідальність як інноваційна стратегія бізнесу. *Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. Сер. : Економіка і менеджмент.* 2013. № 1. С. 89–96.
2. Соціальна відповідальність : навч. посіб. / А. М. Колот, О. А. Грішнова, О. О. Герасименко та ін.; за заг. ред. д.е.н., проф. А. М. Колота. Київ : КНЕУ, 2015. 519 с.
3. Колосок А. М. Соціальна відповідальність в системі корпоративного управління. *Економічний форум.* 2014. № 1. С. 249–253. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfor\\_2014\\_1\\_46](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfor_2014_1_46) (дата звернення: 14.10.2021).
4. Бержанір А. Л. Роль менеджменту компанії у реалізації принципів соціальної відповідальності. *Сучасний менеджмент: проблеми та перспективи розвитку* : матеріали III Всеукр. наук.-практ. Інтернет-конф., м. Херсон, 21

травня 2018 р. Херсон : ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет», 2018. С. 82–85.

5. Компанія SCM. Напрямки КСВ. URL: <https://www.scm.com.ua/sustainable> (дата звернення: 12.10.2021).

6. Політика з корпоративної соціальної відповідальності НЕК «Укренерго». URL: [https://ua.energy/wp-content/uploads/2020/10/KCD\\_09.pdf](https://ua.energy/wp-content/uploads/2020/10/KCD_09.pdf) (дата звернення: 12.10.2021).

## СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ ПРОФОРІЄНТАЦІЇ МОЛОДІ

**Бідна Т. О.**, студентка

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Столярук Х. С.,  
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»*

Сучасний стан ринкової економіки показує стрімке збільшення професій, які висувають високі професійні вимоги до кандидатів. Водночас, якісний кадровий потенціал, завдяки поліпшенні економічних показників підприємств, забезпечує економічне зростання країни. В цьому випадку точкою сходження суспільно-економічних та особистісних інтересів являється вибір професії, яка б і враховувала поточний стан ринку праці, і поєднувала бажання, інтереси та вміння індивіда. Професійний вибір, який би задовольняв дані вимоги – неможливий без професійної орієнтації.

Результативність профорієнтації залежить не тільки від розвитку ринку праці та стану країни, але й від рівня життя населення та рівня зайнятості населення. На сьогоднішній день, процес професійної орієнтації регулюється Законами України «Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні», «Про зайнятість населення» [4].

Наразі активно займається даним напрямом Міністерство освіти і науки України, яке затвердило всеукраїнський проект «Обери професію своєї мрії» із профорієнтації та побудови кар'єри. Метою наміру слугує побудова ефективної профорієнтаційної системи, яка б не поступалася міжнародному устрою та об'єднувала потреби сучасного ринку праці з сферою освіти, задля підготовки

висококваліфікованих кадрів [2]. Проте незважаючи на проведення заходів різними міністерствами, аналіз стану роботи професійної орієнтації досі характеризується обмеженістю та апатичністю [3]. Українська система профорієнтації практикує безсистемність надання послуг, з відсутністю чітких критерій та налагодженого процесу.

Разом з тим, виступає проблема оптимального формулювання особистісного професійного росту. Адже нині актуальний регрес опанування незатребуваних професій, які не відповідають навичкам та здібностям особистостей. Одною з найбільших дилем нинішнього ринку праці виступає тотальна нестача спеціалістів з виробництва і робітничого персоналу. Оскільки все більше здобувачів освіти виявляють бажання працювати в ІТ сферах, в сферах маркетингу та менеджменту тощо, при тому що ринок праці потребує спеціалістів професійно-технічної освіти. Висвітлена проблематика підтверджує актуальність питання щодо більш детального дослідження сфери професійної орієнтації, зокрема молоді.

Таким чином, метою даного дослідження є аналіз сучасного стану професійної орієнтації та виявлення основних проблем сфери, шляхом визначення масштабу проведення профорієнтації, знань щодо актуальності інформації про ринок праці та оцінці факторів впливу на вибір професійного спрямування.

Протягом останніх років питанню професійної орієнтації було приділено багато уваги як вітчизняними, так і міжнародними науковцями. Серед сучасних напрацювань українських науковців варто виділити Н. Ошукевича, З. Потіху [5], М. Гриньова, О. Ханнанова [3], М. Бруєнка, Х. Столярук [7], Г. Черушева, А. Синякова [8], М. Тименко, Г. Дмитрієва, С. Павлюка, які розглядали професійну орієнтацію з різних сторін, включаючи соціально-економічний, психологічний, аналітичний контексти.

Всесвітній Економічний Форум у Давосі (WEF) у своєму звіті “Майбутнє професій” підрахував, що до 2025 року понад 85 мільйонів робочих місць можуть зникнути у зв’язку з роботизацією та масштабною діджиталізацією.

Разом з тим появляться 97 мільйонів нових посад, які будуть більш гнучкими до сучасності [6]. Таким чином успішність кар'єри нині визначається не тільки швидкою мобільністю, але й активним навчанням, здатністю до аналітичного мислення та креативності. Проте сучасна українська система не підготовлена до такого стрімкого розвитку, який перш за все, має сягнути професійна орієнтація.

Профорієнтація - це система, яка описує послуги, які допомагають людям будь-якого віку управляти власною кар'єрою та реалізувати професійний вибір, який для них є значущим [1]. Ефективна профорієнтація надає персоналізовану підтримку в інформації щодо ринку праці, допомагає розкрити людський потенціал та асистує в прийнятті обґрунтованих рішень щодо професійної спрямованості. До того ж професійна орієнтація завдяки забезпеченні балансу між попитом та пропозицією може виступати невід'ємним атрибутом політики.

Нині молоде населення активно накопичує знання та кваліфікації з різних галузей, проте через зміну попиту на робочу силу (через діджиталізацію, старіння населення, наслідки пандемії COVID-19) самостійне прийняття рішення, без професійної спрямованості, дається все складніше.

Задля дослідження сучасного стану профорієнтації молоді та для визначення перспектив даної сфери, було проведене дослідження серед 82 респондентів. Опитування проводилося серед молоді, а саме охопило такі вікові категорії, як учасники до 18 років – 15% та 18-25 років – 85%. Більшість респондентів орієнтувалися в понятті профорієнтації, а саме 87,5% зазначили, що знайомі та цілком розуміють поняття професійної орієнтації, 12,5% – відповіли, що частково розуміють сутність поняття.

Також було досліджене питання, в якому ми виявили, що в школі профорієнтаційні заходи проводилися частіше, аніж в університеті. При цьому представлена діаграма показує, що лише для 12,5% опитуваних професійна орієнтація мала значний вплив, при виборі професії; 22,5% вказали про незначний вплив профорієнтації і 65% запевнили, що професійна спрямованість не мала жодного впливу на вибір майбутньої спеціальності (рис.1). Також варто

зазначити, що перед вибором професії лише 10% респондентів профорієнтологи надали інформацію про сучасний стан ринку праці, інші ж 52,5% - аналізували ринок самостійно, а 37,5% взагалі не враховували стан ринку праці при професійному відборі. З цього випливає наслідки наступної проаналізованої інформації, де 53% респондентів вказали, що хотіли б змінити професію (з них 45,5% наразі навчаються в університеті і 7,5% закінчили університет), відповідно до вікової категорії 15% - ще не обрали професію, та лише 32% - задоволені професійним вибором .

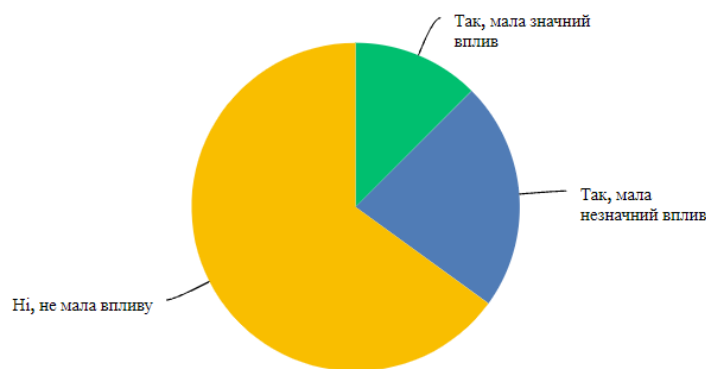


Рис. 1. Вплив профорієнтації на майбутній вибір професії молоді у 2021 році

*Джерело: розроблено автором на основі проведеного дослідження*

При таких невтішних результатах впливу професійної орієнтації на вибір майбутньої спеціалізації важливим питанням залишається які все ж фактори були домінантними. Отож був сформований такий перелік головних чинників: власні інтереси та схильності (82,5%), власні уявлення про професію (77,5%), власні здібності (72,5%), позиція членів родини (45%), інформованість, а саме актуальні дані про професію (37,5%), поради друзів (7,5%), поради профорієнтологів (7,5%) та інше (бажання обрати будь-яку професію, бажання обрати гнучку професію) (3%) (рис. 2).

Таким чином попри проведення деяких профорієнтаційних заходів, у процесі виборі майбутньої професійної діяльності, молодь здебільшого



орієнтується на власні сили. Тому варто більше уваги приділити процесу консультування щодо розвитку кар'єри та профорієнтаційної підтримки.

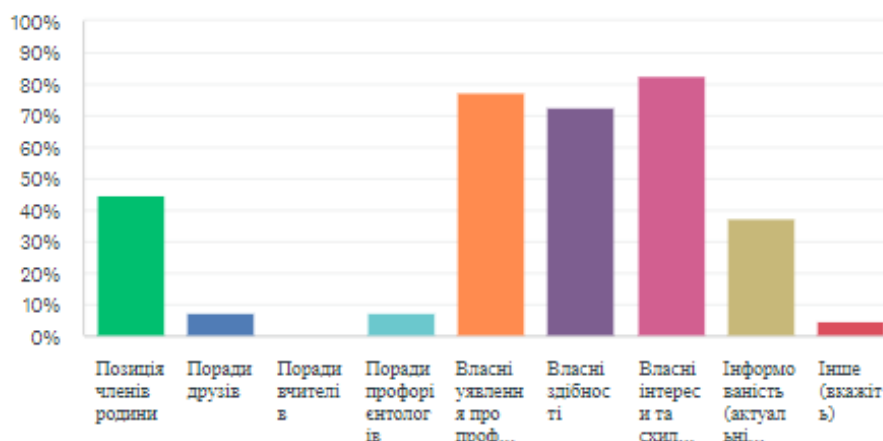


Рис. 2. Фактори впливу на вибір професії у 2021 році

*Джерело: розроблено автором на основі проведеного дослідження*

Проте провівши детальний аналіз отриманих даних, варто зазначити також, що сучасний стан української професійної орієнтації потребує змін та нових впроваджень. Звертаючись до зарубіжного досвіду Англії, Австралії, Фінляндії, Ірландії, які прийнявши економічні наслідки, оголосили про нову політику та додаткове фінансування для покращення професійної орієнтації, на нашу думку, українському уряді варто надати економічні стимули освіті, службам зайнятості та профорієнтаційним установам задля забезпечення громадськості доступу до чітко налагодженої профорієнтаційної системи [1]. Оскільки системна профорієнтація дає можливість економіці країни бути ефективнішою, а молоді – прогресивнішими.

#### Список використаних джерел:

1. Investing in career guidance. URL: [https://www.etf.europa.eu/sites/default/files/2021-09/investing\\_in\\_career\\_guidan.pdf](https://www.etf.europa.eu/sites/default/files/2021-09/investing_in_career_guidan.pdf) (дата звернення: 05.10.2021).
2. Всеукраїнський проєкт «Обери професію своєї мрії» URL: <https://mon.gov.ua/ua/news/startuvav-vsekrayinskij-proyekt-oberi-profesiyu-svoyeyi-mriyi> (дата звернення: 07.10.2011).

3. Ханнанова О., Гриньова М. Профорієнтація як шлях до успішного професійного самовизначення особистості. *Українська професійна освіта*. 2018. №3. DOI: <http://doi.org/10.5281/zenodo.2025813>.

4. Законодавчі та нормативно-правові акти. URL: <https://www.dcz.gov.ua/publikaciya/zakonodavchi-ta-normatyvno-pravovi-akty-0> (дата звернення: 07.10.2021).

5. Ошукевич Н., Потіха З. Сучасний стан і проблеми професійної орієнтації молоді в Україні та Канаді. 2018. *Продовження професійної освіти: теорія та практика (серія: педагогічні науки)*. Вип. № 3–4 (56-57). DOI: [https://doi.org/10.28925/1609-8595.2018\(3-4\)121126](https://doi.org/10.28925/1609-8595.2018(3-4)121126).

6. Професійна орієнтація у новій українській школі. URL: [https://uied.org.ua/wp-content/uploads/2020/12/konczepczija-profori%D1%94-dlya-gromadskogo-obgovorennya-16\\_12\\_20-.pdf](https://uied.org.ua/wp-content/uploads/2020/12/konczepczija-profori%D1%94-dlya-gromadskogo-obgovorennya-16_12_20-.pdf) (дата звернення: 6.10.2021).

7. Столярук Х. С. Аналіз потреби у професійній переорієнтації дорослих в Україні. *Бізнес Інформ*. 2020. №5. С. 252–259.

8. Черушева Г. Б., Синяков А. В. Актуальні проблеми профорієнтаційної роботи закладів вищої освіти: соціально-економічний контекст. *Статистика України*. 2020. № 2–3. С. 107–116. Doi: 10.31767/su.2-3(89-90)2020.02-03.12.

## **НАПРЯМИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РИНКУ ПРАЦІ**

**Будякова О. Ю., к. е. н., доцент,**  
*Київський національний університет технологій та дизайну*

Функція держави як суб'єкта ринку праці полягає у створенні умов для встановлення партнерських відносин між працедавцями та працівниками для соціально-економічного розвитку. Ринковий механізм саморегулювання припускає прагнення попиту та пропозиції до збалансованості. Разом з тим багатовіковій історії ринку не відома ситуація, коли рівновагу було досягнуто. Навіть якщо припустити, що таке матиме місце, то це буде лише кількісне співвідношення попиту та пропозиції. Якісний бік збалансованості має на увазі відповідність професійно-кваліфікаційних якостей працівників (компетенція та

компетентностей) вимогам посади.

Ринок праці слабо забезпечує розподіл й перерозподіл економічно активного населення між сферами економіки, регіонами та підприємствами відповідно до попиту та пропозиції робочої сили, а, значить, не відтворює тієї робочої сили, що відповідає вимогам сучасного виробництва. Відсутність зворотного зв'язку між попитом на фахівців конкретної професії та кваліфікації на ринку праці та їх підготовкою не сприяє ефективному відтворенню кваліфікованих кадрів. Специфічність об'єкта купівліпродажу набагато ускладнює розв'язання тільки тим, що механізм знаходиться на стадії формування, але й тим, що природа його дії не одержала належного теоретичного осмислення. Тому виклад теоретичних аспектів соціально-економічного розвитку ринку праці слід визнати достатньо своєчасним та актуальним.

Масштаб та складність відносин роблять їх значущими для соціуму. Суспільство покладає на органи влади обов'язки встановлення норм та правил, що регулюють відносини між основними суб'єктами ринку, а також контроль за їх дотриманням. Роль держави на ринку праці повинна постійно посилюватися, що виключно для ринкових відносин у даній сфері не існує, оскільки сильним є вплив держави та профспілок на визначення ціни робочої сили. В енциклопедичному виданні держава характеризується як опосередкований суб'єкт [1]. Частина перша статті 17 із змінами, внесеними згідно із Законом України № 341-ІХ від 05.12.2019 р.:

1. Формування та реалізацію державної політики у сфері зайнятості населення забезпечують у межах своїх повноважень Верховна Рада України, Кабінет Міністрів України, центральний орган виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері зайнятості населення та трудової міграції, інші центральні органи виконавчої влади, Верховна Рада Автономної Республіки Крим та Рада міністрів Автономної Республіки Крим, місцеві державні адміністрації, органи місцевого самоврядування.

2. Головним органом у системі центральних органів виконавчої влади з формування та забезпечення реалізації державної політики у сфері зайнятості населення є центральний орган виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері зайнятості населення та трудової міграції.

3. З метою реалізації державної політики зайнятості Кабінет Міністрів України розробляє і затверджує основні напрями реалізації державної політики у сфері зайнятості населення на середньостроковий період, у яких визначаються шляхи та способи розв'язання проблем зайнятості населення і передбачаються заходи з консолідації зусиль усіх сторін соціального діалогу, спрямованих на регулювання процесів, що відбуваються на ринку праці, для підвищення рівня зайнятості населення.

Основні напрями реалізації державної політики у сфері зайнятості населення розробляються на підставі основних прогностичних параметрів соціально-економічного розвитку України, державних, галузевих та регіональних програм у частині їх впливу на сферу зайнятості населення, на розвиток трудового потенціалу з визначенням механізму їх реалізації.

Координацію і контроль за виконанням основних напрямів реалізації державної політики у сфері зайнятості населення здійснюють центральні органи виконавчої влади, що забезпечують формування та реалізацію державної політики у сферах зайнятості населення та трудової міграції [2].

Крім названих, на сучасному ринку праці присутні інші суб'єкти, наприклад, профспілки, а також інфраструктура ринку праці, включаючи державні та недержавні установи сприяння зайнятості, кадрові служби підприємств, громадські організації й фонди. Основною функцією інфраструктури є регулювання відносин між роботодавцями і працівниками з приводу оплати та умов праці, розв'язання соціально-трудова конфліктів. Якщо деякі автори вважають, що державні і комерційні служби зайнятості регулюють ринок праці, то інші – що надають посередницькі послуги.

Одним із шляхів розробки та регуляції соціально-економічного розвитку ринку праці є діалог держави, суспільних організацій та представників бізнесу.

Тому стратегічні пріоритети державної політики соціального захисту та економічної підтримки населення України можливі в результаті соціального діалогу. Незважаючи на персоніфікований характер соціально-трудова відносин, проблему соціального захисту та економічної підтримки населення України не можливо розв'язати у межах внутрішньофірмового ринку праці, оскільки мотиви сторін обумовлені не тільки станом ринку праці, але й чинниками економічного розвитку. Таке завдання під силу лише суспільству, яке зацікавлене не тільки у якнайповнішому використанні професійно-кваліфікаційних якостей працівника (компетенцій та компетентностей), але й у задоволенні потреб працедавців. Тому соціальне партнерство у сфері праці має трибічний характер.

#### **Список використаних джерел:**

1. Енциклопедія Сучасної України / редкол.: І. М. Дзюба та ін. Київ : САМ, 2016. Т. 17. 712 с.
2. Закон України від 05.12.2019 р. № 341-IX «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо формування державної політики у сфері праці, трудових відносин, зайнятості населення та трудової міграції» <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/341-20#n41>.

## **ЕКОНОМІЧНА ПРИРОДА КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВА**

**Булавка Ю., магістрант**  
*Науковий керівник: д. е. н., професор Семів Л. К.,  
Університет банківської справи*

Умови сьогодення визначають не лише споживача та виробника, але й ідентифікують потреби і шляхи їх задоволення. Підприємство, як суб'єкт господарювання повинно мати не лише ознаки, що відрізняють його від інших гравців на ринку, але й формують його індивідуальність, можливість диференціації на обраному сегменті ринку. Ознаками диференціації, окрім завжди згаданих: якості, стимулюванні збуту, реклами, та післяпродажного

обслуговування є і організаційна (корпоративна) культура. Зазначена категорія ідентифікації підприємства прописується у основних стратегічних орієнтирах діяльності підприємства.

Корпоративну культуру як поняття та інструмент ефективного менеджменту підприємства у своїх наукових працях розглядали такі вітчизняні й зарубіжні науковці, як Т. Алексєєв, В. Гаєвський, Ю. Давидов, Г. Дмитренко, В. Кравченко, М. Коул, Т. Кицак, А. Маслов, Б. Мільнер, В. Никіфоренко, М. Портер, Т. Пітерс, Г. Хаєт, С. Хенді, Г. Чайка, М. Чеплюк та ін.

На сьогодні, в аспекті багаточисельних досліджень та трактувань понять «корпоративна культура» та «корпоративна етика» не достатньо обгрунтованими є можливі тенденції зміни засад кодексів корпоративної етики вітчизняних підприємств за умови євроінтеграції України та глобалізації світових ринків капіталу.

Дослідження поняття «корпоративна культура» слід починати з виявленням основних ознак, та ідентифікації сутності «культури» як такої. Бачення змісту поняття різні, оскільки твердження дослідників коливаються від переліку цінності духовного життя ідеології, що обслуговує сферу виробництва.

Певну ясність у розуміння поняття «культура» внесла Всесвітня конференція з культурної політики, проведена під егідою ЮНЕСКО 1982 року. Вона прийняла декларацію, в котрій культура тлумачиться як комплекс характерних матеріальних, духовних, інтелектуальних і емоційних рис суспільства, що включає не лише різні мистецтва, а й спосіб життя, основні правила людського буття, систему цінностей, традицій та вірувань [1].

Розуміння сутності й розвитку корпоративної культури пов'язане з процесом переходу індустріального світу в останній третині ХХ ст. в постіндустріальний. Становлення та утвердження корпоративної культури – зразок того, як розвиток цивілізації, науково-технічного прогресу приводить суспільство до необхідності потреб розвитку духовної культури, усвідомлення того, що для досягнення високих результатів у трудовій діяльності одних

економічних методів недостатньо, вони обов'язково повинні доповнюватися розвитком культури. Розглядають декілька основних підходів до поняття «культура», що формуються на основі деяких уявлень та сприйняття та розуміння самої досліджуваної категорії.

Прагматичний підхід змістовно і конструктивно має зв'язок із направляючим, кондуктивним та інтерналістським підходами до трактування поняття корпоративна культура, що обумовлено системним та логічним обґрунтуванням поняття, інший – феноменологічний, визначає особистісний, похідний характер корпоративної культури.

Отже, узагальнюючи сказане, варто зазначити, що корпоративну культуру можна розглядати як потужний стратегічний інструмент, який дає можливість усебічно мобілізувати сили трудового колективу на виконання відповідних завдань і підвищити конкурентоспроможність.

Вперше термін «корпоративна культура» був використаний у ХІХ ст. у військовій термінології німецьким фельдмаршалом Г. Мольтке, яким він означив відносини в офіцерському середовищі. Уже наприкінці ХІХ ст. вивчення впливу людських взаємин усередині корпорації почали займатися представники Школи людських відносин менеджменту. Дослідженню впливу організаційної поведінки на діяльність підприємства сприяв Хоуторнський експеримент на початку 30-х рр. ХХ ст. у Чиказькій компанії «Вестерн електрик» (Western Electric), очолюваний Елтоном Мейо. Дослідження Е. Мейо стосуються створення неформальних груп в організаціях, оскільки дослідження показали, що всі культурні процеси завжди носять груповий характер, і працівники мають великий вплив на успіх компанії [2].

Модель Оучи отримала на практиці застосування на ряді японських автомобільних заводів фірм «Тойота» і «Ніссан» в США. Подальші дослідження корпоративної культури проводилися вже з точки зору науки про поведінку, в основі яких лежали спроби адекватно пояснити спонукання людини до праці.

Основи корпоративного управління на сучасному етапі розвитку

економічної системи балансують у визначенні рівня соціальної відповідальності у межах паралелей понять «бізнес» та «етика». Знаходження рівноваги чи формування паритету між цими поняттями, забезпечувало не тільки мотивацію до продуктивної праці, але й ефективність діяльності бізнес-структури.

У поточній економічній ситуації, в момент динамічних змін, що відбуваються в бізнес-середовищі, всі стратегічні плани і бізнес-моделі часто втрачають свою привабливість внаслідок втрати чи не використання методів формування «корпоративного духу», що становитиме внутрішню конкурентну перевагу.

Отже, корпоративна культура є системою найістотніших припущень, що сприймаються всіма членами організації та відображаються у конкретних цінностях, які визначають вектори поведінки особистості. Таким чином, системо – утворювальним фактором є система матеріальних і духовних цінностей.

#### **Список використаних джерел:**

1. Мельник П. І. Зелена М. І. Корпоративна культура як чинник успішності компанії. *Причорноморські економічні студії*. 2016. № 4. С. 67–70.
2. Мокляк М. В. Колибельник Ю. В., Стороженко Ю. М. Формування іміджу банківської установи. *Економіка і суспільство*. 2017. № 9. С. 529–532.

## **СТАТИСТИКА ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ЧИСЕЛЬНОСТІ НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ**

**Васьків М. Б., студентка**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Квасній Л. Г.,  
Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка*

Прогнозування чисельності та руху населення відіграє важливу роль у соціально – економічних процесах певного регіону, країни та світу загалом. Без цього неможливо уявити перспективи виробництва і споживання товарів і послуг, житлового будівництва, розвитку освіти, пенсійної системи тощо.



Користуючись даними Всеукраїнського перепису населення, можна відмітити, що станом на 01.01.1992 рік населення України становило – 52,056 млн. чол, а станом на 01.01.2021 – 41588,4 тис.чол.; станом на 01.09.2021 – 41351,5 тис.чол. дослідження показують, що за 29 років населення зменшилось на – 10,468 млн. чол. (з 2014 року без урахування окупованих територій Автономної Республіки Крим і міста Севастополя) [1].

Дослідження показують, що за 2021 р. в Україні смертність становить 439430 чол. [2]. Міграція населення призвела до скорочення населення на 8000 осіб на рік, включаючи еміграцію та імміграцію. Щільність населення України змінилася з 86,2 у 1980 році до 75,6 у 2019 році [3]. Якщо порівнювати показники України зі світовими, то можна зауважити, що населення Землі в цілому, зростає. У цьому контексті виникає запитання: чому зменшується населення України?

Головними причинами зменшення кількості населення України є вплив негативних факторів, а саме: спад народжуваності, старіння населення, погіршення здоров'я нації, економічна нестабільність, а також міграційні процеси (щороку з країни виїжджає більше, ніж повертається).

Однією з головних причин зменшення кількості населення вважаємо саме високу смертність осіб працездатного віку. Опираючись на офіційні дані [4], бачимо, що кількість смертей перевищує кількість народжуваності з 1991 року. Україна на даний момент знаходиться на другому місці у списку країн за інтенсивністю депопуляції.

За дослідженнями інституту демографії та соціальних досліджень імені М. В. Птухи «Такі процеси є у всьому світі, на європейському континенті народжуваність не забезпечує навіть просте відтворення. Інша справа, що в Україні депопуляція масштабна, затяжна. Наші відмінності саме у смертності. Жінки у нас живуть на 6 – 7 років менше, ніж у країнах ЄС, а чоловіки на 10 – 14 років...» [5].

На основі проведених досліджень нами встановлено, що основними причинами смертності за останні декілька років є: хвороби системи кровообігу, рак та Covid-19.

За підрахунками ООН, якщо на території України нічого не зміниться то до 2100 року українців стане на 45% менше. Навіть до 2050 року чисельність населення в Україні зменшиться до 39195 тис. чол. Саме таким є прогноз в інституті демографії та соціальних досліджень імені М.В.Птухи.

За прогнозам МВФ [3] протягом найближчих шести років населення України буде скорочуватися і становитиме:

- на кінець 2021 року – 41,317 млн. осіб,
- на кінець 2022 року – 41,152 млн. осіб,
- на кінець 2023 року – 40,987 млн. осіб,
- на кінець 2024 року – 40,823 млн. осіб,
- на кінець 2025 року – 40,660 млн. осіб,
- на кінець 2026 року – 40,497 млн. осіб.

Усе це дає змогу віднести Україну до переліку держав з найбільш катастрофічною демографічною ситуацією у світі.

Також за науковими прогнозами, чисельність людей трудоактивного віку (20 – 59 років) скоротиться на 6,6 млн. чол., а людей у віці 60 років і старше – збільшиться на 2,6 млн. чол., причому рівень старіння зросте до 33%.

#### **Список використаних джерел:**

1. Чисельність наявного населення України на 1 січня 2021 року : стат. збірник. Київ : Державна служба статистики України, 2021.
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 15.11.2019).
3. Населення України (2021). URL: <https://index.minfin.com.ua> (дата звернення: 24.10.2021).
4. Малиновська О. А. Міграційна політика: глобальний контекст та українські реалії: монографія. Київ: НІСД, 2018. 472 с

5. Українське суспільство: міграційний вимір: нац. доповідь. Київ : Інститут демографії та соціальних досліджень ім. М. В. Птухи НАН України, 2018. 396 с.

## **ДЕРЖАВНИЙ БОРГ УКРАЇНИ СТАНОМ НА 2021 РІК**

**Волошенюк Л. А., студентка**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Пилявець В. М.,*

*Вінницький навчально-науковий інститут економіки ЗУНУ*

Державний борг – сукупні боргові зобов'язання держави перед усіма кредиторами (юридичними та фізичними особами, іноземними державами, міжнародними організаціями та іншими). Його розмір є одним з основних критеріїв розвитку економіки. Він формується під впливом як об'єктивних, так і суб'єктивних факторів. До об'єктивних можна віднести несприятливий інвестиційний клімат, трансформаційний склад виробництва і звуження на цій основі податкової бази, від'ємне сальдо торговельного балансу, переважання застарілої технологічної бази із значною мірою морального старіння і фізичного спрацювання основного капіталу, уповільнені темпи виробничого відтворення. Суб'єктивні фактори пов'язані з ситуативними прорахунками у тактиці впровадження реформ і фактичною відсутністю стратегії щодо розвитку фінансового ринку.

Державний борг можна розглядати з двох позицій, з одного боку, державне запозичення сприяє економічному зростанню, з іншого - борг збільшує навантаження на Державний бюджет. Наявність державного боргу потребує здійснення щорічних відсоткових платежів, які повинні фінансуватися за рахунок податкових надходжень до державного бюджету. За стрімкого зростання видатків на обслуговування боргу держава повинна або зменшувати видатки на фінансування соціально-економічних програм, або збільшувати свої доходи, що здійснюється, як правило, за рахунок посилення боргового навантаження на населення, що в свою чергу визиває невдоволення і не довіру до влади.

Структурно державний борг складається з двох частин залежно від сфери розміщення, а саме внутрішнього та зовнішнього боргу.

Державним внутрішнім боргом України є строкові боргові зобов'язання уряду України у грошовій формі. Державний внутрішній борг гарантується всім майном, що перебуває у загальнодержавній власності.

Державний зовнішній борг – це боргові зобов'язання держави перед нерезидентами щодо повернення позичених коштів (основна сума боргу) та відсотків за ними.

Залежно від отримувача кредитних ресурсів державний борг може бути прямий та гарантований:

1) прямий державний борг – це борг, що відображає обсяги позичених ресурсів, які надійшли в розпорядження уряду країни;

2) гарантований державний борг – це зобов'язання держави, як гаранта повернення ресурсів кредитору в разі неплатоспроможності позичальника.

Цікавою особливістю державного боргу є існування такого поняття, як «безпечний рівень державного боргу». Під ним розуміється ситуація при якій держава може своєчасно і в повному обсязі виконувати свої боргові зобов'язання без допомоги міжнародних фінансових організацій, без проведення реструктуризації цих зобов'язань чи оголошення дефолту; здійснювати державні запозичення на ринках капіталу за прийнятними відсотковими ставками.

Особливого розгляду заслуговує питання соціально-економічних наслідків державного боргу. Це обумовлено тим що витрати з погашення та обслуговування державного боргу здійснюються за рахунок коштів державного бюджету відповідно до кредитних договорів, а також нормативно-правових актів, за якими виникають державні боргові зобов'язання, незалежно від обсягу коштів.

Науково обґрунтовано, що внутрішній борг, як правило, є більш вигідним і менш небезпечним, ніж зовнішній. Оскільки сплата відсотків за внутрішнім боргом залишається в межах своєї країни то, в умовах помірних

відсоткових ставок він не є тягарем для майбутніх поколінь. Можна вважати, що населення різних вікових груп позичає один в одного грошові ресурси. У результаті рівень споживання в країні не зменшується, а відбувається лише перерозподіл доходу.

Якщо розглядати зовнішній борг то для України проблема зовнішнього державного боргу є особливо актуальною оскільки він заслуговує іншої оцінки через те що зовнішні позики, які в поточному періоді хоча і збільшують фінансовий потенціал країни-позичальника, у довгостроковій перспективі призводять до прямого зменшення національного доходу боржника та фінансової залежності від інших держав. Варто також зауважити, що, як правилом зовнішні позики надаються за умови виконання певних вимог, які негативно позначаються на національній безпеці країни.

На 30.09.2021 р. зовнішній борг України становить 57,7 % від суми загального боргу, а саме 1 413 433,9 млн. грн., що свідчить негативне становище в якому опинилася економіка нашої країни.

Ситуація з внутрішнім боргом України трошки краща, він становить 42,3% від суми загального державного боргу України. Хоча якщо подивитись на дані, які наведені у табл. 1, то можна простежити, що внутрішній борг, на відміно від зовнішнього, за самими новими даними почав збільшуватися.

*Таблиця 1*

**Зовнішній і внутрішній державний борг України в 2021 році (млн.грн.)**

	<b>Зовнішній борг</b>	<b>Внутрішній борг</b>	<b>Загальний борг</b>
31.01.2021 р.	1 506 520,9	1 051 699,0	2 558 219,9
28.02.2021 р.	1 489 055,0	1 063 908,1	2 552 963,1
31.03.2021 р.	1 449 746,2	1 064 533,7	2 514 279,9
30.04.2021 р.	1 492 468,6	1 041 815,3	2 534 283,9
31.05.2021 р.	1 482 201,9	1 034 518,3	2 516 720,1
30.06.2021 р.	1 476 691,2	1 037 668,3	2 514 359,5
31.07.2021 р.	1 472 506,9	1 026 885,7	2 499 392,5
31.08.2021 р.	1 463 569,0	1 021 777,3	2 485 346,3
30.09.2021 р.	1 413 433,9	1 032 086,4	2 445 520,3

Наведені дані є статистичним підтвердженням поставленої проблеми і надають базове розуміння про неї.

До основних причин створення і збільшення державного боргу, як правило, відносять такі як: збільшення державних видатків без відповідного зростання державних доходів; циклічні спади й автоматичні стабілізатори економіки; скорочення податків з метою стимулювання економіки без відповідного коригування державних витрат; вплив політичних бізнес-циклів - надмірне збільшення видатків напередодні виборів з метою завоювання популярності виборців та збереження влади.

#### **Список використаних джерел:**

1. Державний борг України. % Бонус від Мінфіна 2021 року. URL: <https://index.minfin.com.ua/finance/debtgov/> (дата звернення: 27.10.2021).
2. Державний борг та гарантований державою борг. URL: [https://mof.gov.ua/uk/derzhavnij-borg-ta-garantovaniy-derzhavju-borg\\_osn\\_inf](https://mof.gov.ua/uk/derzhavnij-borg-ta-garantovaniy-derzhavju-borg_osn_inf) (дата звернення: 27.10.2021).

## **ВПЛИВ ЗОВНІШНІХ ІНВЕСТИЦІЙ НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК КРАЇНИ**

**Грищенко Д. В.**, студент

*Науковий керівник: к. е. н. доцент Дон О. Д.,*

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара*

Сьогодні інвестиції відіграють важливу роль у встановленні макроекономічної стабільності всередині країни. Варто згадати, що соціальний та економічний розвиток є пріоритетними для урядів країн, бо саме це гарантує політичну стабільність держави або ж навіть цілого регіону. Країна, що має ВВП на душу населення нижче 1000 доларів США (показник, характерний для бідних країн світу), за 5–8 років вкладень прямих іноземних інвестицій в економіку може вийти на рівень країн, що розвиваються та збільшити свій валовий внутрішній продукт у 2–3 рази. Дану «формулу успіху» макроекономічного розвитку використовували багато колись бідних, а сьогодні

високорозвинених країн світу. Найбільш відомими прикладами є такі країни як Японія, Південна Корея та Сінгапур.

У цій роботі автором пропонується розглянути важливість інвестицій для поступового розвитку країн, дослідити факт того, чому одні країни із легкістю залучають іноземні матеріальні кошти, а інші не мають такої можливості на певному етапі економічного розвитку та з'ясувати зв'язок зарубіжного капіталу із поняттям «соціальна справедливість».

Заслужують уваги і приклади, коли держава, використовуючи стратегію залучення закордонного капіталу, не змогла з певної причини утримати ті темпи розвитку, що мала на початку, та зараз відноситься до групи країн що розвиваються. Яскравим прикладом є Китай. Автор пропонує розглянути історію економічного розвитку цієї країни задля того, щоб проаналізувати вплив зовнішніх іноземних інвестицій та зрозуміти фактори, якими керуються інвестори, для вкладення капіталу.

Піднебесна повинна дякувати Ден Сяопіну за ті економічні надбання, що має зараз. Починаючи з 1976 року Ден Сяопін запровадив надважливі реформи, що створили умови для залучення інвестицій до країни. Головною метою були “чотири модернізації” – модернізація сільського господарства як основи економіки Китаю, промисловості, оборони, науки та техніки. До законодавства тогочасного Китаю були введені закони про економічні зони та розвиток ринкової економіки. Згодом була проведена реформа освіти. Усе це стало неабияким поштовхом до спрямування інвесторами своїх інвестицій саме до цієї країни. Але найголовнішим фактором (як і в економічній історії будь-якої держави) на перших етапах залучення інвестицій стала робоча сила, що готова була працювати практично “за їжу”. Коли в країні запроваджені закони, що захищають капітал інвестора (до цього Китай був повноцінно соціалістичною державою, приватний бізнес був під суворою заборонаю) та витрати на виробництво (з урахуванням вартості робочої сили) є незначними порівняно з витратами на виробництво такої ж одиниці продукції у США (через вартість робочої сили, ренти приміщення, оподаткування, отримання ліцензій та

дозволів, забезпечення гідних умов праці та інше) підприємці розуміють, що навіть з логістикою дешевше виробляти свій товар у Китаї. [1]

Але чому зараз Китай відноситься до країн що розвиваються та має ВВП на душу населення за 2020 рік лише 10,500.396\$ USA, коли така країна як Норвегія тримає цей показник на рівні 67,294.477\$ USA за той же період (дані узяті із офіційної статистики Світового банку)? Різниця у більше, ніж 6 разів є колосальною.

Автор може виокремити одну певну причину – тоталітарно-соціалістичний механізм управління державою: виражає собою відмову від проведення дійсно якісних реформ для створення приємних умов для існування бізнесу та втручання держави майже у всі процеси життєдіяльності економіки і порушення цим ринкової стійкості. Прикладом може слугувати обмеження для неповнолітніх у часі, який вони можуть проводити за комп'ютерними іграми. Дана заборона стає причиною зменшення попиту на товар, а за цим йде зменшення пропозиції із перевезенням штаб-квартир у інші країни через можливе подальше переслідування бізнесу.

Розглянувши невдалий шлях у залученні інвестицій, перейдемо до поняття “соціальна справедливість”, бо саме воно досягається при правильному підході до формування політики держави.

Соціальна справедливість – це концепція, що формується на засадах, в першу чергу, матеріальної рівності. У світі, який поступово йде у вирій глобалізації та інтернаціоналізації, важливо розуміти, що єдиним шляхом забезпечити достатнє внутрішнє виробництво і цим покращити як соціальну, так і продовольчу безпеку (особливо у випадку, коли країна відноситься до групи малих країн, тобто не має значного впливу на світове економічне господарство) – є відкрити кордони для іноземного капіталу, та попередньо сформувавши всі необхідні умови для поступового збільшення капіталу та нарощування власного національного виробництва. [2]

Дії уряду, що повинні бути виконаними, щоб компанії світу роздивлялися вашу країну, як потенційну країну-реципієнта капіталу:



- 1) побороти корупцію;
- 2) зорієнтувати усе національне виробництво на покращення положень певних галузей промисловості (наприклад, в Україні це можуть бути сільське господарство, ІТ-сфера, газовидобування та туристичний бізнес);
- 3) налагодити медичну сферу в країні (зокрема ввести обов'язкове медичне страхування);
- 4) розробити детальний довгостроковий план-концепцію дій індикативного характеру розвитку економіки та фінансової сфери країни;
- 5) провести судову та освітню реформи.

Отже, можна стверджувати, що прямі іноземні інвестиції є гарним інструментом у досягненні цілей економіко-соціального характеру країни. Варто усвідомлювати, що держава повинна створити умови, щоб бізнес зміг увійти в економіку. Саме тоді можна стверджувати про можливість покращення якості життя населення.

#### **Список використаних джерел:**

1. Ден Сяопін та китайські реформи. День: веб-сайт. URL: <https://day.kyiv.ua/uk/article/istoriya-i-ya/den-syaopin-ta-kitayski-reformi> (дата звернення: 24.10.2021).
2. Що означає поняття «соціальна справедливість»? Офіційний веб-портал Федерація професійних спілок України. URL: <https://fpsu.org.ua/anonsi/159-den-socialnoi-spravedlivosti-2014/3223-sogodni-na-ovp-internet-konferentsiya-z-nagodi-dnya-sotsialnoji> (дата звернення: 24.10.2021).

## **ВПЛИВ СУЧАСНИХ ЦИФРОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ НА РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ**

**Гришич І. О., студентка**  
*Науковий керівник: викладач Максимова Ю. О.,  
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова*

Сучасний світ уже зробив перший крок до абсолютно нової технологічної, економічної та соціальної реальності. Але з якими викликами

вони стикаються? Мова йде про зміну загальної соціально-технологічної структури, результат якої повний переформулювання систем, до яких ми звикли, формування нових соціальних та економічних стратегій. Водночас змінюється технологічна парадигма, бізнес-моделі та соціальні норми – відбуваються масштабні демографічні зміни. Однак проблема не в тому, що перехід до нової моделі суспільства відбувається в принципі, а в тому, що цей перехід відбувається дуже швидкими темпами – не через тисячоліття, як промисловість, а всього за кілька десятиліть.

Компанії, що працюють над технологічним розвитком, створюють сучасні виробничі потужності для всіх інших промисловості, автоматизувати та механізувати підприємства, забезпечувати безперервне технічне переоснащення, впроваджувати інновації і, відповідно, збільшувати їх продуктивність, а отже, впливати на загальний ріст продуктивності в економіці в цілому [1].

Але криза, спричинена пандемією COVID-19, дозволяє компаніям проводити експерименти та навчання в режимі реального часу. У «мирний час» компаніям нелегко: вони повинні усвідомлювати важливість цифрової трансформації для акціонерів, працівників та споживачів. Але через заходи ізоляції багато компаній змушені переводити співробітників на віддалену роботу. Перехід до віддаленої роботи вимагає технічних рішень: розвиток ІТ-інфраструктури, систем безпеки, зв'язку, електронне визначення завдань та моніторинг впровадження [2]. Водночас працівники повинні вміти використовувати нові знання і пристосовуватися до змін.

Цифрова економіка – це новий тип економічних відносин у всіх секторах світового ринку, який зараз стрімко розвивається і найближчим часом із зростанням високих технологій може стати основним видом товарно-грошового обміну у світі на глобальному рівні. Створення та вдосконалення нових технологій відбувається так швидко, що наздогнати старі технології просто неможливо. Тому зараз необхідно долучитися до загального потоку інформації та оновлення технологій та постаратися їх ефективно застосувати.

## Основні переваги, які приносить цифрова трансформація всім суб'єктам господарювання

Переваги	Пояснення
Оптимізація процесів	Нові технології дозволяють компаніям автоматизувати більш прості процеси та усунути проміжні етапи у більш складних процесах. Це збільшує гнучкість компаній, які тепер можуть використовувати свої ресурси набагато ефективніше.
Шукати нові джерела доходу	З появою нових технологій відкриваються нові способи отримання прибутку, яких раніше не було.
Створення привабливої та персоналізованої інфраструктури обслуговування	Сучасні клієнти очікують, що компанії прислухаються до їх відгуків та задовольняють їхні конкретні потреби. Сучасні технології настільки просунуті, що можуть вирішити всі ці проблеми.

*Джерело: складено автором на основі даних [3]*

Специфічними характеристиками цифрової економіки є:

- переважання цифрового обміну над фізичним в економічній діяльності;
- головний економічний ресурс – інтелектуальний капітал (тобто знання), а не фінансовий;
- лідируючий засіб комунікації – Інтернет;
- лідируюча організаційна структура – мережна;
- основний метод розвитку – це самоорганізація та еволюція, які задають складному.

### Позитивні та негативні сторони цифровізації

Позитивні	Негативні
<ul style="list-style-type: none"> <li>– «Наскрізні технології» (роботизація, технологія блокчейна, нейромережі, штучний інтелект, квантовий віртуальна і доповнена реальність);</li> <li>– Оптимізації виробництва;</li> <li>– Віддалений контроль;</li> <li>– Скорочення і ліквідація робочих місць.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Можливість концентрації і посилення монополії на ринку;</li> <li>– Нестабільність грошової системи;</li> <li>– Залежність від компаній-лідерів</li> <li>– Встановлення загального контролю над громадянами;</li> </ul>

*Джерело: складено автором на основі даних [4]*

Основним показником, що демонструє ступінь трансформації економічних процесів у країні, – частка цифрової економіки у валовому

внутрішньому продукті (ВВП). Дані міжнародного аналітичного агентства BCG показують зростання частки цифрової економіки ВВП за останні роки в розвинених країнах.

Україна володіє потужним інтелектуальним потенціалом і за кількістю ІТ-фахівців країна посідає перше місце в Європі. На сьогоднішній день в різних компаніях працює понад 100 000 українських програмістів, але до 2025 року їх число має скласти близько 242 тисяч [5]. Цифрові технології є основою цифрової економіки, яка істотно впливає на якість життя громадян і забезпечує економічне зростання країни, що виражаються у зростанні ВВП.

#### **Список використаних джерел:**

1. Цифрова трансформація (цифровізація) регіонів України: аналіт. зап. // Національна академія державного управління при Президентові України. URL: <http://surl.li/anvmi> (дата звернення: 29.10.2021).

2. Україна 2030Е – країна з розвинутою цифровою економікою // Український інститут майбутнього. URL: <http://surl.li/pmww> (дата звернення: 29.10.2021).

3. Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації від 17 січня 2018 р. № 67-р. Законодавство України: веб-сайт: URL: <http://surl.li/anvms> (дата звернення: 29.10.2021).

4. Україна переходить на «цифрову економіку». Що це означає? Укрінформ. Мультимедійна платформа іномовлення України: веб-сайт. URL: <http://surl.li/anvmtu> (дата звернення: 29.10.2021).

5. Гудзь О. Є. Цифрова економіка: зміна цінностей та орієнтирів управління підприємствами. *Економіка. Менеджмент. Бізнес.* 2018, № 2 (24). URL: <http://surl.li/anvnh> (дата звернення: 29.10.2021).

## ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА ПІДТРИМКИ СТАРТАПІВ В УКРАЇНІ

**Грозян О. О.**, студентка  
*Науковий керівник: к. е. н. Паішкуда Т. В.,  
Київський національний торговельно-економічний університет*

Світ не стоїть на місці, кожного дня створюються нові речі, слова, ідеї, методи, поняття, визначення, властивості й значення. У процесі цього з'являються підприємства, фірми, приватні установи й компанії з новими, сучасними й інноваційними ідеями та стратегіями. Один із найпопулярніших і найуспішніших прикладів нового типу компаній – це стартап. В останні роки такі бізнес-ідеї стали все більш відомими, розвиненими й стрімко зростаючими. Кількість таких проєктів збільшується кожного дня, а успіх, цифри, масштаб й охоплення вражають своїми високими показниками.

Стартап – це нещодавно створена компанія, що будує свій бізнес на основі інновацій або інноваційних технологій. Це компанія, яка не вийшла на ринок або тільки почала на нього виходити і що володіє обмеженими ресурсами. Мається на увазі, що у цього підприємства є якась бізнес-ідея, яка потребує розвитку та просування, але її творці поки зайняті дослідженнями ринку і пошуком коштів для її реалізації. Ще такі підприємства можна охарактеризувати як компанії, які збираються запропонувати споживачам інноваційні товари і послуги, але в даний час знаходяться в процесі пошуку відповідних бізнес-технологій та фінансової підтримки. Тому зазвичай їх майбутнє виглядає невизначеним і залежить від інвесторів і креативності та, насамперед, актуальності ідеї та потреби в ній.

Часто стартап вважають тотожним звичайному підприємству, але це є серйозною помилкою і хибною думкою. Адже такі компанії є інноваційними й несуть у собі вирішення проблеми. Також стартап працює насамперед за ідеєю, а не заради прибутку. І часто починає свій шлях, маючи на рахунках нулі й розвиваючись і масштабуючись лише завдяки інвесторам. Стартап – це проєкт, що стрімко розвивається (у середньому, для розвитку вистачає всього 3-4 місяці). Не дивлячись на швидкість розвитку, ще переважає швидкість невдачі.

Дуже часто стартапи на ранніх етапах потерпають краху, через низькі шанси на успіх. Також стартап ніколи не буде стояти на місці, гасло таких компаній – це розвиток, удосконалення, пошук нового, тому вони змінюються кожного дня. Оскільки стартапери завжди відчувають нестачу фінансування, на допомогу їм приходять інвестори, залучені можливістю заробити. Без них проєкт не має шансів. Ось і головні відмінності. Так що такий вид підприємницької діяльності не можна прирівняти до інших, його потрібно виокремлювати й приділяти йому більше уваги. Тож, можна зазначити, що стартап – це фірма, створена амбітними молодими людьми, які готові просувати свій проєкт за всяку ціну.

В Україні позитивно відносяться до стартап-проєктів і вважають це дійсно чимось цікавим, прибутковим та змістовним. Люди, які вирішують цим займатися є дійсно смільчаками, які готові створювати інновації, допомагати людству з вирішенням проблем і просуватися у світі. Тому можна назвати чималий список українців, які є на сторінках Форбс як успішні стартапери й мільйонери, саме завдяки колись створеному успішному стартапу. Держава активно підтримує стартапи й створює комфортну та дієву платформу для просування й розвитку. Прикладом є створений у 2018 році Український фонд стартапів (УФС).

Фонд надає можливість перспективним, оригінальним і цікавим стартапам отримати гранти до 10 000 дол. для проходження навчальних програм відомих українських та міжнародних акселераторів. Грантова акселераційна програма Фонду має на меті збільшити кількість успішних стартапів, підвищити їх кваліфікацію, покращити роботу, розвинути їх можливості та вдосконалити навички, які стосуються розвитку бізнесу і не тільки. Бюджет формується за рахунок коштів державного бюджету, передбачених для функціонування фонду та для формування, збільшення й масштабування його статутного капіталу. Також джерелом формування коштів чи майна фонду можуть бути благодійні та добровільні внески, залучені на безповоротній основі, від юридичних та фізичних осіб, в тому числі іноземних, а також міжнародних організацій, у тому числі кошти від донорів. Згідно

повідомлення Міністерства фінансів, з моменту заснування український фонд стартапів профінансував 200 проєктів на загальну суму близько 5 млн. дол.

Одночасно з цим регіональні державні служби не залишаються в стороні проблеми. Наприклад, коли на Львівщині почали з'являтися успішні стартапи, обласна рада підхопила цю тенденцію й почала активно підтримувати геніїв і спонукати населення до створення інновацій і нових ідей які б вирішували актуальні проблеми. Таким чином, у 2018 році Львівською міською радою затверджена програма підтримки розвитку стартап-культури у місті Львові, яка націлена на створення можливостей розвитку інноваційних винаходів, розвиток малого бізнесу, збільшення кількості робочих місць у місті та сприяння позитивному іміджу м. Львова.

Отже, підсумовуючи, Україна – це країна, багата на креативних людей з шаленими ідеями й мотивацією змінювати світ і створювати інноваційні бізнес-проєкти. Стартап-ідеї розвиваються дуже швидко серед молоді й вони вдало їх використовують, формують і створюють. Держава намагається активно підтримувати такі підприємства фінансуванням, допомогою з просуванням, наданням необхідних знань, навичок, порад, створенням додаткових курсів з даної теми, підготовкою професіоналів, проведенням тематичних заходів, займається популяризацією культури стартап-проєктів і збільшенням шляхів розвитку й досягання успіхів. У найближчому майбутньому, Україні прагне більш активно розвиватися в даній сфері й забезпечити абсолютний успіх громадян у створенні стартапів і їх просуванні.

#### **Список використаних джерел:**

1. Курченко О. О. становлення та розвиток стартапів в Україні: проблеми та шляхи вирішення. *Український соціум*. 2016. № 2(57). С. 80–87.
2. Кохан М. О., Мазур А. В. Регіональні детермінанти розвитку екосистеми стартапів у місті Львові. *Регіональна економіка*. 2019. №4. С. 74–86.

# СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ У СФЕРІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

*Данильченко І. В., магістрантка  
Науковий керівник: к. е. н., доцент Богашко О. Л.,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Інновація – важливий складник суспільної системи, яка еволюціонує як система перетворень, що створює передумови для соціокультурних змін різного масштабу, та залежить від людської здатності до креативу і можливостей суспільства приймати або адаптувати результати цієї творчості. Інноваційний розвиток характеризується ухваленням стратегічних рішень в інноваційній діяльності на всіх ієрархічних рівнях національної економіки.

Інноваційний розвиток сфери охорони здоров'я – це вагома та витратна для держави справа, яка потребує постійного удосконалення з метою поліпшення її функціонування та забезпечення виконання своїх соціальних функцій, що можливо за рахунок впровадження низки загальнонаціональних заходів та програм. Структурно-функціональні характеристики інноваційного розвитку сфери охорони здоров'я наведені у табл. 1.

Інноваційний розвиток сфери охорони здоров'я доцільно охарактеризувати як нову модель організації та забезпечення доступного медичного обслуговування населення, що ґрунтується на інноваціях.

Отже, інноваційний розвиток сфери охорони здоров'я – динамічний процес структурного удосконалення сфери завдяки втіленню новітніх знань задля покращення якості надання медичних послуг, підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання сфери охорони здоров'я з орієнтацією на інноваційні перетворення.

Як зазначено у статті 3 Закону України від «Про інноваційну діяльність», інноваційна діяльність передбачає низку дій [4]:

- випуск і розповсюдження нових видів техніки і технологій;
- прогресивні міжгалузеві структурні зрушення;
- реалізацію довгострокових науково-технічних програм з великими



строками окупності витрат;

– фінансування фундаментальних досліджень для здійснення якісних змін стану продуктивних сил;

– розробку та впровадження нової, ресурсозберігаючої технології, призначеної для покращення соціального та екологічного становища.

*Таблиця 1*

### **Структурно-функціональні характеристики інноваційного розвитку сфери охорони здоров'я**

<b>№ з/п</b>	<b>Критерії</b>	<b>Характеристика</b>
1.	Елементи соціальної функції	проведення соціологічних та статистичних досліджень з метою оцінки потреб суспільства в інноваціях, зокрема лікарських засобах; державний контроль щодо забезпечення необхідними якісними медичними послугами усього населення; визначення законодавчо чіткого переліку медичної допомоги, що повинна надаватися у державних закладах охорони здоров'я безкоштовно та за відповідного фінансування цих закладів; створення зв'язків між фінансуванням державних закладів охорони здоров'я і кінцевими результатами їх роботи; підвищення рівня фінансування сфери за рахунок розроблення та реалізації механізму державно-приватного партнерства; нормативна розробка українських медичних стандартів згідно з міжнародними стандартами якості надання медичних послуг; впровадження обов'язкового медичного страхування громадян; повернення наукового потенціалу України на вітчизняні терени.
2.	Ознаки інноваційної діяльності сфери охорони здоров'я	об'єктом виступають нематеріальні блага – результати інтелектуальної діяльності, які доводяться до стану інноваційного продукту та впроваджуються як інновації; результати мають довгостроковий характер; властивий високий ступінь непередбачуваності наслідків та результатів, що свідчить про її ризиковий характер; передбачає фінансування робіт із реалізації інноваційного проекту щодо впровадження та використання результатів наукових досліджень і розробок, тобто супроводжується інвестуванням грошових коштів у нематеріальні об'єкти, що фактично становить інший елемент предмета інноваційної діяльності; викликає позитивні соціально-економічні зміни; одним із результатів її здійснення є підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання сфери охорони здоров'я та продукції чи медичних послуг, що ними випускається чи надається на основі реалізації інновацій.

Інноваційна діяльність у сфері охорони здоров'я – це діяльність, в результаті якої народжується соціальна новація, яка відзначається своєю

неповторністю та передусім оригінальністю.

З правової точки зору, інноваційна діяльність у сфері охорони здоров'я – це одна з економіко-правових форм інвестиційної діяльності, що відбувається з метою впровадження досягнень НТП у виробництво і соціальну сферу (сферу охорони здоров'я) з метою досягнення наміченого соціально-економічного ефекту, зокрема виробництва і дифузії інновацій у сфері охорони здоров'я, кардинально нових видів медичної техніки і технології, досягнення продуктивних структурних зрушень, здійснення якісних змін, поліпшення соціального становища, надання якісних медичних послуг тощо [1; 3].

Залежно від мети здійснення інноваційна діяльність у сфері охорони здоров'я може бути некомерційною та комерційною. Некомерційною називається інноваційну діяльність у сфері охорони здоров'я, метою здійснення якої є виконання довгострокових науково-технічних програм з тривалими термінами окупності витрат і впровадження нових науково-технічних досягнень у виробництво і соціальну сферу (сферу охорони здоров'я) (відсутнє отримання прибутку, як безпосередньої цілі проведення такого виду діяльності, однак ця ціль може бути досягнена згодом). Комерційною є інноваційна діяльність у сфері охорони здоров'я, яка спрямована на використання і комерціалізацію результатів НДДКР і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних інновацій у сфері охорони здоров'я і надання якісних медичних послуг.

Відповідно до ч. 1 статті 325 ГК України [3] інноваційною діяльністю у сфері господарювання є діяльність учасників господарських відносин, що здійснюється на основі реалізації інвестицій з метою виконання довгострокових науково-технічних програм з тривалими строками окупності витрат і впровадження нових науково-технічних досягнень у виробництво та інші сфери суспільного життя. Таким чином, у даному визначенні враховані і комерційний, і некомерційний (соціальний) аспект розробки та імплементації інновацій.

Під інноваційними процесами в сфері охорони здоров'я доцільно розуміти безперервний цикл пошуку та втілення вагомих напрямів, орієнтирів,

які сприятимуть вирішенню важливих соціальних проблем: забезпечення населення доступною й якісною охороною здоров'я та медичною допомогою.

Відомі два основних підходи до державного регулювання економіки: ліберально-ринковий (неоліберальний) і планово-директивний (адміністративний). У результаті здійснення підходу до державного регулювання економіки в конкретно узятій країні практично завжди існуватиме змішана система регулювання національної економіки з переважанням в одних випадках ліберально-ринкового регулювання, а в інших – прямого, адміністративного. В рамках економічних шкіл (монетаризму, кейнсіанства та інституціоналізму) створено теорії державного регулювання, які трактують завдання, цілі, методи і форми державного регулювання ринкових процесів.

Зміст державного регулювання інноваційного розвитку сфери охорони здоров'я, державної інноваційної політики варто розглядати відносно підходів:

- інституційного (як комплекс різних інституцій, які здійснюють державну організаційну підтримку у сфері регулювання інноваційної діяльності суб'єктів господарювання сфери охорони здоров'я, формують відповідний інституційний клімат для взаємодії суб'єктів інноваційної діяльності);
- функціонального (як сферу охорони здоров'я та види регулюючих дій держави);
- формального (як компонент інноваційної державної політики, який націлений на підтримку та підсилення інноваційного розвитку);
- системного (як сукупність дій та заходів спрямованих на інноваційний розвиток зазначеної сфери).

Отже, державне регулювання інноваційного розвитку сфери охорони здоров'я – це ієрархічний і багатокомпонентний континуум інструментарію, який спроможний забезпечити ефективне функціонування й інноваційний розвиток сфери охорони здоров'я та використання її ресурсів.

Необхідність державного регулювання інноваційних процесів та інноваційного розвитку загалом викликана, в першу чергу, їх зростаючим значенням для економіки і суспільства загалом, а також обмеженістю ринкових

механізмів як середовища репродукції та розповсюдження інновацій [2; 5].

Результативність інноваційного розвитку та діяльності насамперед визначається засобами його організації, ефективними інструментами реалізації на державному рівні. Цими елементами зумовлена швидкість отримання результатів фундаментальних досліджень, які в часі трансформуються у вагомій прикладній розробці, реалізовуватимуться у інновації, що будуть впроваджуватися у сфері охорони здоров'я України.

#### **Список використаних джерел:**

1. Богашко О. Л. Державне регулювання інноваційного розвитку на регіональному рівні. *Науковий журнал «Економічні горизонти»*. 2018. № 2 (5). С. 44–50.

2. Богашко О. Л. Економічний зміст поняття «інновація» у науці, техніці, технологіях та організаціях. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Збірник наукових праць. Серія «Економічні науки». Випуск 3. Херсон : Видавничий дім «Гельветика», 2013. С. 11–15.

3. Господарський кодекс України. Документ 436-IV, чинний, поточна редакція. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.

4. Про інноваційну діяльність : Закон України від 04.07.2002 № 40-IV. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.

5. Bohashko O. «The «Knowledge Triangle» Is a Modern Concept for Managing the Development of Education, Science and Innovation. Proceedings of the 35th International Business Information Management Association Conference (IBIMA), 1-2 April 2020, Seville, Spain, P. 5964–5971.

## **ВИКОНАВЧА ВЛАДА ТА ЇЇ МІСЦЕ В СИСТЕМІ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ**

**Єременко М. В.**, студентка  
*Науковий керівник: к. е. н., доцент Пачева Н. О.,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Основним принципом організації і діяльності державного апарату є поділ, завдяки йому забезпечується обмеження державної влади, її функціонування в

правових межах. Без поділу законодавчої влади на виконавчу та судову неможливо уявити демократію в сучасному процесі державного управління. Кожна країна постійно реагує на соціальні виклики, тому її функціонування гарантується постійним реагуванням на запити громадян, що відображено у формулюванні законів і нормативних актів. Самі нормативно-правові акти окреслюють наявність структурних елементів, які можуть їх створювати та реалізовувати, і виступають гарантами вирішення конфліктів, пов'язаних із вступом держави в процес управління. Отже, на національному рівні існує три комплекси повноважень, пов'язаних із законодавчою, виконавчою та судовою діяльністю.

Законодавча влада у своїй роботі зосереджується навколо формування правової системи держави, її функція полягає у забезпеченні правового регулювання суспільства через законотворення, оскільки будь-які процеси, що з'являються в суспільстві вимагають державного регулювання, що реалізуються у вигляді законодавчих актів. Задачею законодавчої гілки влади є створення законів, які зможуть забезпечити розвиток суспільства, виходячи з потреб громадян. Створення законів є вагомим елементом і в той же час інструментом, що направлений на організацію сфер життєдіяльності суспільства, прав і свобод людини через законотворення. На законодавчу владу покладено організацію та функціонування інших двох гілок влади, а саме виконавчої та судової.

Виконавча влада – це гілка державної влади, основним призначенням якої є організація виконання законів та інших нормативно-правових актів, реалізація внутрішньої та зовнішньої політики держави, охорона прав і свобод людини і громадянина, що здійснюється через побудовану на принципі вертикальної підпорядкованості систему спеціально створюваних і наділених відповідною компетенцією органів.

Судова влада – це гілка державної влади, що має виключні повноваження на здійснення правосуддя. Основною її функцією є відправлення правосуддя, тобто діяльність з розгляду та вирішення різних категорій справ у визначеному законом процесуальному порядку. Крім того, суд здійснює функцію захисту

прав людини, а також контрольну функцію за дотриманням законодавства під час проведення досудового розслідування.

Отже держава має єдину систему за своїм змістом, а її розподіл на три окремі гілки влади є лише способом систематизувати і ефективно організувати функціонування державного механізму. Але незважаючи на дану систему стримування і противаг, кожна з гілок влади має притаманні лише їй функції та виконує унікальну роль в управлінні державою. Отже, виконавча влада є однією з 3-х традиційних гілок державної влади. У здійсненні покладених на неї законом повноважень у межах компетенції, встановленої конституцією й законами, вона є самостійною і незалежною від інших гілок влади. Як елемент поділу влади, виконавча влада включає низку повноважень з контролю за іншими гілками, а значить, охоплюється системою стримувань і противаг [1].

Виконавча влада скеровує власну діяльність на реалізацію законів чи інших нормативно-правових актів держави, що здійснюються в процесі державного управління. Вона відрізняється від законодавчої тим, що її органи, насамперед уряд, забезпечують повсякденну життєдіяльність, їх діяльність пов'язана із щоденним задоволенням матеріальних і духовних потреб людей. Також вона нерідко ініціює та організує впровадження політичних рішень в життя суспільства. Модель виконавчої влади та її специфічні особливості визначаються багато в чому від того, яка форма правління притаманна державі. Виконавча влада в більшості визначає місце глави держави та уряду, їх ролі у державному механізмі. Діяльність виконавчої влади завжди привертає увагу суспільства, а тому потребує постійного контролю.

Формуючи контрольну гілку державної влади, слід пам'ятати, що контроль складається з двох елементів – незалежного державного контролю, здійснюваного органами, які входять в контрольну владу, і недержавного, громадського контролю за діяльністю влади з боку громадянського суспільства. Необхідно приймати до уваги динаміку розвитку сучасного світу, якій характерна трансформація нетипових моделей поділу влади. Вказані процеси

мають прямий вплив на організацію та функціонування механізму сучасної держави [2]. В результаті чого, на нашу думку, можна буде створити відокремлену контрольну гілку державної влади і покращити ефективність вище перелічених основних гілок державної влади.

Значною мірою характер виконавчої влади зумовлений формою правління, що існує в державі.

За парламентської форми керівництва має місце парламентське формування уряду, в якому глава держави відіграє суто номінальну роль. Теоретично глава держави має право розпустити парламент, проте реально цією прерогативою частіше користується прем'єр. Реальним центром організації і реалізації виконавчої влади за умов парламентарного правління є уряд.

У президентських республіках виконавчу владу очолює президент. Він сприймається як її уособлення та безпосередній (іноді – єдиний) носій.

У державах із парламентською та парламентсько-президентською формою правління президент (монарх) не включені до виконавчої влади, оскільки наділені повноваженнями, природа яких зумовлена саме статусом глави держави. До компетенції такої глави держави належать також певні повноваження, які він реалізує через уряд або з його санкції (тобто через інститут контрасигнування).

У президентсько-парламентських республіках взаємовідносини між президентом, урядом та його главою визначаються як дуалізм виконавчої влади. Тут глава держави тією чи іншою мірою функціонально поєднаний зі сферою виконавчої влади, хоча структурно до неї здебільшого не входить [3]. Отже, частина функцій державного управління реалізується за межами виконавчої влади, але водночас частина функцій виконавчої влади може реалізовуватись за межами державного управління. В цьому полягає особлива діалектика співвідношення понять «виконавча влада» і «державне управління» [1]. У межах своєї компетенції вищі органи виконавчої влади організують реалізацію внутрішньої і зовнішньої політики Української держави; здійснюють керівництво і регулюють соціально-економічну сферу;

забезпечують єдність системи виконавчої влади; спрямовують і контролюють діяльність підлеглих органів виконавчої влади; здійснюють управління власністю незалежно від її форм; розробляють і реалізують загальнодержавні програми [4].

Таким чином, виконавча влада є найважливішою гілкою державної влади і виконує важливу роль в втіленні нормативно-правових актів держави, контроль за втіленням реформ. При цьому дана гілка влади має свою самостійність по відношенню до інших гілок і дослідження з питань виконавчої влади з контрольною мають велике значення сучасній системі державної влади.

#### **Список використаних джерел:**

1. Вільна енциклопедія «Вікіпедія». URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki>.
2. Пачева Н. О. Формування контрольної гілки державної влади в Україні. *Сталий економічний розвиток: актуальні проблеми та механізми забезпечення* : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 9 квітня 2020 р. Умань : ВПЦ «Візаві», 2020. С. 194–197.
3. Виконавча влада в Україні. *Конституційне право України* : веб-сайт. URL: [https://pidru4niki.com/1679042246836/pravo/vikonavcha\\_vlada\\_ukrayini](https://pidru4niki.com/1679042246836/pravo/vikonavcha_vlada_ukrayini).
4. Виконавча влада і адміністративне право / за заг. ред. В.Б. Авер'янова. Київ : Вид. дім «Ін-Юре», 2002. С. 18–20.

## **ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ОСВІТНІХ ЗАКЛАДІВ**

**Квасній Л. Г., к. е. н., професор,  
Бала О. Є., студентка,  
Прикарпатський інститут ім. М. Грушевського ПрАТ «ВНЗ МАУП»**

Трансформація української системи освіти спрямована на підвищення її якості, досягнення нових освітніх результатів, адекватних вимогам сучасного цифрового суспільства. Сьогодні нові вимоги пред'являються до усіх учасників освітнього процесу: від особистісних і професійних якостей, творчих, креативних можливостей до знань і вмінь оперування ними. В сучасному цифровому суспільстві освіта людини протікає в умовах інноваційного



освітнього середовища, метою якого є розвиток цифрової компетентності особистості на основі використання сучасних освітніх інформаційних технологій навчання.

Розвиток сучасного інформаційного суспільства зумовив необхідність розробки нових освітніх моделей та засобів навчання, які включають не лише традиційні вербальні та мовні засоби, а й паралінгвістичні мультимедійні засоби навчання. Постійна роль комунікації та мультимедіа стає все більш важливою детермінантою навчальних процесів. На ранніх етапах розвитку мультимедійні продукти були орієнтовані на повсякденне життя, культуру мистецтва. З розвитком мультимедійних засобів розпочався пошук передових програм у галузі науки, техніки та освіти. В системі освіти появились мультимедійні матеріали, зміст яких лінійно вбудовано в освітню практику [1].

Розвиток інноваційної діяльності в Україні потребує застосування ефективного та дієвого механізму, призначення якого – забезпечити умови відповідності інституціям глобалізованої світової економічної системи. Інноваційний механізм, поєднаний з ефективною інституційною організацією, дозволяє мобілізувати інтелектуальний потенціал країни. Це сприяє підвищенню рівня конкурентоспроможності та соціально-економічному розвитку країни, тобто за цих умов забезпечується відповідність циклу «інтелектуальний потенціал – інноваційний механізм – конкурентний результат». Стратегія успішного розвитку національних економічних систем країн лідерів останніми роками тісно пов'язана з лідерством у дослідженнях і розробках, появою нових знань, розвитком високотехнологічного виробництва і створенням масових інноваційних продуктів в освітній діяльності навчальних закладів.

Інновації в освіті – це: цільова зміна в освітніх середніх стійких елементах (інновації), що має на меті покращити характеристики окремих частин, компонентів та всієї освітньої системи [2].

Мета впровадження інновацій одна – найкраща зміна, що полягає в освоєнні інноваційного процесу (нові інструменти, методи, прийоми,

технології, програми тощо, а також пошук ідеальних прийомів та програм, їх впровадження у навчальний процес.

Освітня ініціатива може включати нові педагогічні теорії, методологічні підходи, методи навчання, ресурси для навчання. Мета кожної інновації, впровадженої в систему освіти, – поліпшити якість викладання. Реформування вищої освіти без реформи середньої освіти марне і марне фінансування. Ідея важлива, щоб відповісти на три питання: для кого потрібна інновація, як вона працює і що від неї очікується [3].

У сучасній ринковій економіці стає все важче зайняти значне ринкове місце не тільки для підприємств, а й для закладів освіти, країн, тому що зростаючий вплив глобалізації повністю змінив картину світової економіки, а отже, товари і послуги, які існували навіть кілька років тому більше не є цінними для сучасного суспільства. Тому, якщо вузи хочуть закріпити свою позицію на ринку, вони повинні йти в ногу з цими змінами. У цьому зв'язку інноваційний розвиток став невід'ємною частиною основної діяльності закладів освіти, оскільки пропонує абсолютно нові та вдосконалені продукти і послуги на освітньому ринку, підвищує ефективність закладу освіти і, найголовніше, підвищує ефективність його діяльності.

#### **Список використаних джерел:**

1. Мізін І. А., Колін К. К. Інформаційні та телекомунікаційні технології в системі освіти. *Системи та інформатика*. 1996. Вид. 8. С. 31 – 36.
2. Даниленко Л. І. Основні проблеми освітньої інноватики в сучасній теорії та практиці. *Педагогічні інновації*: зб. наук. пр. К.: ІЗМН, 2000. С. 612.
3. Дичківська І. Д. Інноваційні педагогічні технології: навчальний посібник. Київ : Академвидав, 2004. 352 с.

## МАЛІ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВНИЙ ФАКТОР ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ (ТЕРНОПІЛЬСЬКА ОБЛАСТЬ)

**Ковальчук Н. І.**, студентка

*Науковий керівник: викладач Шепетюк Л. В.,*

*Відокремлений структурний підрозділ «Гусятинський фаховий коледж ТНТУ»*

Враховуючи сучасний стан економіки нашої країни, важливе значення має функціонування малих підприємств, здатних задовольняти потреби споживачів. У Тернопільській області знаходиться значна кількість підприємств, які є перспективними і досить вигідними об'єктами для вкладення капіталу. Економічний потенціал тут в основному формують малі та середні суб'єкти господарювання. За статистичними даними 2020 року, в Тернопільській області нараховується 4822 малих підприємств. А фінансовий результат до їх оподаткування становить 324454,4 млн. грн. [1, с. 106].

Від діяльності суб'єктів малого підприємництва Тернопільщини до зведеного бюджету надійшло за останній рік 715,6 млн гривень, що становить майже четверту частину бюджетних надходжень. Переважна більшість суб'єктів малого підприємництва Тернопільської області (57,1%) зосереджені в сфері торгівлі. В цій сфері зайнято 42,3 тис. працівників, що становило 46,3% від усіх зайнятих в малому бізнесі [1, с. 98].

У своїй діяльності підприємства Тернопільської області зазнають чимало труднощів. До основних бар'єрів, які перешкоджають розвитку малого та середнього бізнесу даного регіону можна віднести: недостатній рівень партнерства між бізнесом, органами місцевого самоврядування та виконавчої влади на рівні районів, селищ та об'єднаних територіальних громад; ускладнені процедури отримання підприємцями документів дозвільного характеру, видача яких належить до компетенції місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування; брак реальних та дієвих механізмів фінансово-кредитної підтримки, низький рівень впровадження інноваційної продукції, обмежені можливості для експорту. Після введення карантинних обмежень частина малих підприємств нашого регіону, кафе, ресторани, кінотеатри,

готелі, перукарні та тому подібні, змушені були тимчасово закритися. Також, знизився попит на туризм, тому туристичні агенції зазнали чималих збитків. Економічні наслідки, що спричинила пандемія мають значний вплив і на Тернопільську громаду, через вимушені зупинки у підприємницькій діяльності збільшилася кількість безробітних осіб.

За останні роки у Тернопільській області спостерігається високий рівень трудової міграції за кордон, що створює певні проблеми для розвитку бізнесу, адже працівники мають можливість отримувати вищу заробітну плату за кордоном, а наші підприємства втрачають кваліфікованих спеціалістів. Малі фермерські господарства Тернопільщини також певною мірою відчують тиск негативних явищ, переважно пов'язаних зі світовою фінансовою кризою. Враховуючи те, що Тернопільська область вважається більш аграрною, тут виникають певні проблеми з працевлаштуванням населення. Тим більше в останні роки тенденція до зростання безробіття у селі поглибилась. У даному регіоні залишаються найнижчими в Україні середньомісячна заробітна плата, рівень залучення в економіку області інвестицій, в тому числі й іноземних, рівень експорту, розвитку малого підприємництва, податкових надходжень. Високий рівень безробіття та низькі доходи змушують випускників вищих навчальних закладів шукати роботу в інших країнах. Молодь, як правило, не може працевлаштуватись за фахом через відсутність певного досвіду, вмінь та навичок, невідповідність рівня освіти вимогам роботодавців, незатребуваність спеціалістів за їхнім фахом. Рівень заробітної плати у нашому регіоні дуже низький.

В умовах теперішньої складної економічної ситуації, щоб сприяти ефективному розвитку суб'єктів підприємництва Тернопільщини, потрібна дієва державна підтримка. Важливим напрямком є розвиток інфраструктури підтримки підприємництва з метою надання допомоги суб'єктам господарювання на початковому етапі діяльності в подоланні труднощів, пов'язаних з відсутністю достатніх знань з питань ведення бізнесу, вимог чинного законодавства, управлінського досвіду, комерційної інформації тощо.

Для реалізації цього завдання необхідно провести об'єднання фінансових можливостей всіх джерел підтримки підприємництва, забезпечити популяризацію продукції та українського виробника на міжнародній арені, створити оптимальні механізми ефективного цільового використання фінансових та інвестиційних ресурсів, залучення іноземних кредитів та інвестицій. Особливу увагу потрібно звернути на покращення умов проживання сільського населення та збільшення рівня його доходів, створити на селі належні умови для роботи і проживання молодих фахівців, удосконалити механізми розвитку сімейних ферм, що сприятиме працевлаштуванню сільського населення.

Неоднозначність вирішення проблем, що виникають у процесі управління, вимагає відповідного механізму їх подолання. Для досягнення цілей організації необхідно визначити пріоритетні завдання, їх черговість і послідовність рішення. Тому пропонується розвивати у Тернопільській області такі сільськогосподарські галузі, як садівництво, овочівництво, потрібно збільшити площі для вирощування малини, полуниці, що користуються постійним попитом і приносять стабільні прибутки. Враховуючи ситуацію, яка є на даний момент в агропромисловому комплексі Тернопільської області, можна зробити висновки, що при чіткій законодавчій основі сільське господарство України в недалекій перспективі може стати одним з головних джерел експорту.

Також на державному рівні потрібно постійно здійснювати перегляд чинних законодавчих актів, щоб замінити або скасувати ті, які перешкоджають розвитку підприємницької діяльності, оскільки малий бізнес не тільки створює додаткові робочі місця, але і розширює поле ділової активності і стає більш привабливим для працівників. Також необхідно координувати підтримку підприємництва, а саме сприяти малим підприємствам у просуванні продукції і технологій в інші регіони та на зовнішні ринки; поглиблювати міжрегіональне та міжнародне співробітництво.

### Список використаних джерел:

1. Статистичний щорічник Тернопільської області: *Статистичний збірник* / за ред. А. А. Чорного. Тернопіль: Головне управління статистики у Тернопільській області, 2021. 365 с.
2. Програма розвитку малого підприємництва: URL: <https://cutt.ly/9RVJNdU> ( дата звернення: 27.10.2021).

### ПЕРСПЕКТИВИ ВІДСОТКОВОЇ ФІЛАНТРОПІЇ В УКРАЇНІ

**Козійчук Б. Р.**, студент

*Науковий керівник: д. е. н., професор Стефанишин О. В.,  
Львівський національний університет імені Івана Франка*

Основною проблемою економіки є якнайповніше задоволення потреб людини. Відповідно, вирішення цієї проблеми гарантуватиметься при створенні і функціонуванні механізмів, що відповідатимуть вимогам сучасного суспільства в соціально-правових демократичних державах. Держава не в змозі в повному обсязі задовольнити потреби всіх соціальних і вікових груп людей, тому громадяни України мають право на свободу об'єднання у громадські організації для здійснення і захисту своїх прав і свобод та задоволення політичних, економічних, соціальних, культурних інтересів, що передбачається ст. 36 Конституції України [5, ст. 13]. Користуючись ідеями децентралізації та розвитком інституту громадянського суспільства, платники податків на місцях можуть вирішувати проблеми свого села, міста, регіону через діяльність громадських організацій, які викликають у них довіру. Це потребує значного фінансового забезпечення, яке може надходити від: 1) держави, 2) благодійників, 3) членських внесків тощо [7]. Окремим незалежним способом фінансування громадських організацій в Україні може стати відсоткова філантропія, яка активно функціонує у країнах Європи.

Фінансова або відсоткова філантропія – це механізм, який надає можливість громадянам (платникам податків) добровільно переводити певний відсоток коштів з визначеного законом податку з метою фінансового

забезпечення громадських, благодійних чи державних організацій. Вперше фінансова філантропія була запроваджена в Угорщині в 1996 р. Згідно із законом СХХХVІ фізичні особи-платники податків можуть самотійно чи через роботодавців наприкінці року передати 1% коштів від ПДФ неприбутковим організаціям [7]. Пізніше ініціативу підтримали Словаччина, Литва, Румунія, Польща, Італія, впровадивши її у своє законодавство, але з декількома незначними корекціями (відповідно до суспільно-корисних цінностей, пріоритетів), такі як розмір відсотка (переважно від 0,5 до 2%), отримувач (не тільки ГО, а й школи, лікарні і т.і.), умов надання (звітування за отримані кошти організаціями, розподіл між отримувачами чи обмеження кількості). Суть цього механізму дозволяє платнику податків переадресувати зі сплаченого до державного бюджету податку встановлений законом відсоток на потреби суспільства, тобто організаціям, які вирішують проблеми, в яких безумовно зацікавлений надавач коштів. Таким чином, платник бере пряму участь в адмініструванні податку з можливістю регуляції державних процесів.

Дослідженням фінансової філантропії як елементу соціального інвестування займалися низка українських дослідників: Грицаєнко Г. І., Гришова І. Ю., Шабатура Т. С., Ткачук І. Я., Грицаєнко М. І., Овсянюк-Бердадіна О. Ф. та ін. Незважаючи на зацікавлення наукової спільноти до цього питання та значне ґрунтовне дослідження у контексті соціальних інвестицій та взаємозв'язку з бізнесом, все ж таки варто комплексно проаналізувати, які перспективи фінансової філантропії в Україні в плані розвитку громадянсько-суспільних відносин і що вона зможе дати бізнесу.

За матеріалами дослідження, що виконане Асоціацією благодійників України, модель «відсоткової філантропії» допомагає вирішити одразу декілька важливих завдань: надає громадянам право участі в адмініструванні частини свого податку; поступово збільшує ресурси організацій соціально-культурної галузі; розвиває культуру благодійності серед платників податків і рівень фінансової грамотності населення. За даними досліджень фонду «Демократичні ініціативи», проведеними в 2019 р., 41% опитаних громадян готові

спрямовувати кошти на підтримку громадських організацій при закріпленні на законодавчому рівні відповідного механізму [1]. Отже, впровадження такої ініціативи в Україні не буде набувати пасивного відтінку чи формальності, а може реально діяти. Ткачук Я. І. виділяє такі економічні переваги відсоткової філантропії:

- зв’язок громадських організацій із суспільством;
- інформованість проблем громадянського суспільства;
- створення здорової конкуренції між ГО;
- вищий потенціал діяльності крупних громадських організацій;
- додаткове джерело доходів для ГО;
- децентралізація державної підтримки;
- зменшення державних витрат на врегулювання проблем на місцях;
- збільшення кількості громадських організацій;
- розвиток інституту громадянського суспільства [8, с.183–184].

У Словаччині трансфер податку можуть здійснювати не лише фізичні особи, а й юридичні, тобто до відсоткової філантропії залучається бізнес, який за допомогою цієї функції провадить соціальні інвестиції з метою отримання прибутку [3]. Соціальне інвестування бізнесу формує у суспільства відповідне враження, що згодом буде враховуватись при виборі товару чи послуги серед підприємств. Овсянюк-Бердадіна О. Ф. пише: «Як свідчать результати міжнародних соціологічних агенцій, 90% споживачів готові змінити свій вибір бренду на той, який асоціюється з вирішенням певної соціальної проблеми» [6]. Отже, інвестуючи в розвиток освіти, науки, інновації чи технології шляхом відсоткової філантропії, підприємства працюватимуть над покращенням власного іміджу в стратегічній перспективі.

Попри суспільну корисність, трансфер податку може містити певні недоліки, серед яких: «узурпація грошей» недобросовісними менеджерами ГО (якщо не встановлено системи звітності), відтік з бюджету держави значних коштів для більш важливих потреб (при умові недоцільного трансферу платниками податків), втрата бізнесом коштів (несправджування від очікувань



соціального ефекту в суспільстві) тощо. Але недоліки відсоткової філантропії є тимчасовими, адже процес здатний до саморегуляції відповідно до потреб громадянського суспільства, держави чи бізнесу.

Варто зазначити, що фінансова філантропія, як явище, – ефективне, бо її впровадження у законодавство готують такі країни як Японія, Молдова, Македонія, Чехія, а також Швейцарія. В Україні питання напрацювання цього механізму розглядається ще з 2009 року. Групою народних депутатів від 10 лютого 2010 року був внесений законопроект №6055, але через зміну Податкового кодексу України він не розглядався. У 2012 р. ВБО «Організація благодійників України» активізувала питання запровадження, створивши робочу групу, яка напрацювала проект Закону України «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо підтримки неприбуткових організацій». За словами Президента Асоціації благодійників України Олександра Максимчука: «Згідно з нашими пропозиціями, 2% з податків з доходів громадян вони можуть спрямувати на підтримку тієї чи іншої неприбуткової організації. У проекті закону дещо ускладнений момент адміністрування (там прописано, що податкова, власноруч розподіляє кошти за заявою платника)» [2]. 12 лютого 2015 р. Закон №2122 був підтриманий Верховною Радою України, але в 2018 р. був знятий з розгляду [9].

*Висновок.* За статистичними даними при уведенні цього механізму в законодавство Угорщини станом на 2005 р. ГО отримали 25 млн. дол.; а в Словаччині в перший рік запровадження цією можливістю скористалися 34% платників податків [8, ст. 186]. Тому можна прогнозувати, що при комплексно створеному законі, якнайповнішому інформуванні громадян, суспільно-корисних напрямках діяльності громадських організацій і зважаючи на неодноразові спроби впровадження механізму на законодавчому рівні, за оцінками аналітиків, вже через 2-3 роки в Україні зможе запрацювати фінансова філантропія. Зазначені переваги свідчать про актуальність тиску громадянського суспільства на Верховну Раду України з метою прийняття Закону №2122.

### Список використаних джерел:

1. «Відсоткова філантропія – це механізм підтримки ГО з боку населення» – Тарас Шевченко. URL: <https://cedem.org.ua/news/hromadianske-suspilstvo-vidsotkova-filantropiya/>.
2. Відсоткова філантропія в Україні – реалії та перспективи. URL: <https://ufond.ua/uk/Відсоткова-філантропія-в-Україні.359>.
3. Гришова І. Ю. Шабатура Т. С. Соціальні інвестиції як інструмент реалізації соціально-орієнтованого бізнесу. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія : Економіка і менеджмент*. 2014. № 4. С. 183–186.
4. Запровадження відсоткової філантропії стало першим проектом, розглянутим Координаційною радою з питань суспільних законодавчих ініціатив. URL: <https://vboabu.org.ua/news/1673.html>.
5. Конституція України: чинне законодавство станом на 16 лютого 2021 р.: Офіц. текст. Київ: Алерта, 2021. 80 с.
6. Овсянюк-Бердадіна О. Ф. Філантропія як форма дискреційної відповідальності в процесі соціалізації бізнесу. *Проблеми системного підходу в економіці* : зб. наук. пр. Нац. авіац. ун-т. Київ, 2019. № 3(71). С. 254–260.
7. Ткачук І. Я. Відсоткова філантропія як метод залучення додаткових фінансових ресурсів громадськими організаціями України. *Інноваційна економіка*. 2013. № 2. С. 298–303.
8. Ткачук, І. Я. Фінансове забезпечення діяльності громадських організацій України [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.08 / Чернівецький національний університет ім. Юрія Федьковича. Чернівці, 2015. 228 с.
9. Проект Закону про внесення змін до Податкового кодексу України (щодо підтримки неприбуткових організацій) від 12.02.2015 р. №2122 URL: [http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_1?pf3511=54027](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=54027).

## АНАЛІЗ СТРУКТУРНИХ КОМПОНЕНТІВ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ

**Копотієнко Т. Ю.**, к. е. н., доцент,  
**Левченко Ю. А.**, студентка,  
*Київський національний торговельно-економічний університет*

Формування власного позитивного іміджу, управління ним, створення атмосфери відкритості, співробітництва та взаємної довіри між органами влади та громадянами є центральним завданням комунікативної політики держави. Влада та її установи для сприйняття суспільством мають бути представлені як органи відкриті, прозорі, доступні для діалогу, дискусій, пропозицій, співпраці. Їх діяльність має носити публічний характер через підзвітність перед населенням, інформування про плани, перспективи діяльності, прийняття рішень, їх мотиваційні підстави, шляхи й засоби досягнення поставлених цілей. В українських умовах завдання формування позитивного іміджу набуває особливої актуальності та специфічності: у суспільній свідомості українського соціуму досить давно (щонайменше з часів пізнього СРСР) сформувалося специфічне ставлення до діяльності чиновників та органів державної влади, що поєднує в собі скептицизм, високий рівень патерналістських очікувань і чітку соціальну дистанційованість. Такий (умовно – радянський) паттерн відносин між громадянином і державою досі залишається достатньо впливовим у суспільстві. Про це опосередковано свідчить той факт, що майже 63% громадян України вважають, що не несуть жодної відповідальності за стан справ у країні, а 60 % – у своєму місті чи селі [1, с. 197; 2, с. 49].

Згідно із підходом С.Л.Гнатюка, публічний імідж сучасної демократичної держави є ансамблем колективних уявлень членів певного суспільства про свою державу як інститут, що покликаний виражати, здійснювати і захищати їх спільну волю. Як такий, він є інтегральною частиною іміджу країни і при цьому містить кілька складових, які дещо різняться між собою за особливостями позиціонування і визначення сутнісних рис. Серед основних структурних елементів публічного іміджу держави варто назвати:

– імідж глави держави та вищих державних інституцій / осіб;

– імідж органів державної влади і державної бюрократії (комплекс стереотипних уявлень про органи державної влади і типового державного службовця);

– імідж політичної еліти;

– імідж силових структур [3, с. 49].

У той же час, ряд авторів [1] зазначає, що неодмінною умовою функціонування національного інформаційного простору є комплексна та ефективна протекціоністська політика держави, одним із завдань якої є розробка національної системи глобального збирання та поширення інформації, орієнтована на активне розповсюдження відомостей про Україну та створення її позитивного іміджу у світі. При цьому позитивний імідж держави у розрізі державної комунікативної політики характеризується ступенем готовності держави та суспільства до паритетної участі в міжнародному інформаційному обміні у міжнародній практиці визначається за наступними критеріями:

– кількістю та якістю інформаційного продукту, що виробляється у державі та власне державою;

– потужністю, розгалуженістю та наявним ресурсом подальшого розвитку телекомунікаційних мереж;

– ступенем доступності для громадян усіх відкритих інформаційних джерел (концепція універсального доступу);

– рівнем практичної захищеності інтелектуальної власності й авторських прав;

– здатністю держави ефективно регулювати виробництво та розповсюдження інформації (діяльність інформаційних агенцій, ЗМІ, культурних індустрій, структур закордонного мовлення тощо) [4].

Підходи до визначення сутності та складових позитивного іміджу держави з поглядів політології, соціології та політичної іміджелогії дозволяють виокремити наступні структурні компоненти цього феномену (табл. 1).

**Структурні компоненти позитивного іміджу держави**

Група структурних компонентів	Характеристика
суб'єктивні	імідж політичного лідера, імідж політичної еліти, імідж політичних інститутів влади, імідж політичних партій, що перебувають при владі, та опозиційних, імідж збройних сил, імідж дипломатів
об'єктивні	імідж політичного режиму, імідж рівня демократії, імідж соціально-економічного розвитку, імідж законодавчих і судово-виконавчих стосунків, імідж релігійних стосунків, імідж зовнішньополітичних акцій
часові	культурно-історичні факти, сучасні політичні події, політичні прогнози
комунікативні	модель іміджу, канали трансляції та тиражування, реципієнти

*Джерело: [5]*

Найважливішим способом і самостійним напрямком формування іміджу є політична реклама. Вона являє собою таку форму спрямованого безособистісного звернення до людини, яка в умовах вільного і конкурентного вибору інформації націлена на створення у нього позитивного образу політичного товару (кандидата, інституту, символу), що припускає і мобілізує його на відповідну підтримку. Комунікативна суть політичної реклами полягає в тому, що вона встановлює контакт між політиками і громадянами, здійснює спрямований адресний зв'язок між ними, використовуючи гранично доступну для сприйняття й адекватну йому знакову систему. Політична реклама є своєрідним провідником ідей, ретранслятором образів, символів, міфів [6, с. 131]. Кінцева мета політичною реклами полягає в тому, щоб в емоційній та лаконічній формі донести до людини суть політичної платформи партії, образ кандидата чи іншого політичного об'єкта і тим самим не тільки сформувати позитивне ставлення до них з боку якомога більшого кола громадян, але й спонукати їх до реальних дій, спрямованих на їх підтримку.

Поряд з суспільно визнаними, етично витриманими методами комунікації, існують і так звані «брудні» технології, які порушують загальновизнані норми моралі, правила гри і нерідко допускають порушення навіть правового характеру. Наприклад, крім відвертої брехні та дезінформації окремі політичні сили розповсюджують матеріали, підривають традиції і

пануючі цінності населення; в бажанні скомпрометувати конкурентів переходять від політичних оцінок до звинувачень, що торкаються гідності суперника, його родинні зв'язки; влаштовують провокації тощо [7].

Відповідно до наукових напрацювань О. К. Васюкової існують такі моделі до управління іміджем держави:

- маркетингова (сукупність заходів, спрямованих на підвищення привабливості даної території для людини);
- іміджева (внутрішній імідж: відношення суспільства до владних інституцій, усвідомлення громадськістю актуальних іміджевих характеристик, які вигідно вирізняють державу в міжнародному політичному просторі. Зовнішній імідж відображає геополітичне становище, культурні та ментальні особливості суспільства та інші);
- брендінг (позиціонування країни таким чином, щоб вона могла здобути максимум користі в міжнародній економічній системі, включаючи здобуття максимального світового визнання та впливу, укріпити свої партнерські відносини, оздоровити туристичну індустрію);
- геополітична [8].

У своїх наукових дослідженнях, присвячених питанню формування позитивного іміджу держави, В. Данилов та Є. А. Галумов виділяють такі його функції (табл. 2).

*Таблиця 2*

**Функції іміджу держави**

№ з/п	Функція	Характеристика
1.	Ідентифікації	Ця комунікативна функція дозволяє полегшити аудиторії сприйняття інформації про позитивні сторони життя країни, оскільки масова свідомість готова отримати лише ключову інформацію, яка визначає основні параметри того чи іншого об'єкта.
2.	Ідеалізації	Ця функція необхідна для забезпечення найбільш сприятливого сприйняття образу країни, проектуючи на аудиторію ті його характеристики, яким найбільше надається перевага в конкретній цільовій аудиторії.
3.	Протиставлення	Ця функція необхідна для підготовки підґрунтя для створення позитивного образу держави в певний момент її розвитку.
4.	Номінативна	Ця функція визначає (виокремлює, диференціює) державу в певній геополітичній ситуації з-поміж інших держав, демонструючи її особливості.
5.	Адресна	Ця функція, як відповідь на запити електорату, необхідна для того, щоб забезпечити відповідність іміджу держави очікуванням цільової аудиторії.

*Джерело: [9, с. 69–70]*

Отже, позитивний образ держави відіграє важливу інформаційно–виховну роль для її громадян, і, в першу чергу, для молодого покоління. Від іміджу держави залежить рівень патріотизму громадян, її авторитет на міжнародній арені.

### **Список використаних джерел:**

1. Інформаційна складова державної політики та управління : монографія / Соловйов С. Г., та ін.. ; заг. ред. Грицяк Н. В. ; Нац. акад. держ. упр. при Президентові України, Каф. інформ. політики та електрон. урядування. Київ : К.І.С., 2015. 20 с.
2. Підзвітність влади. Результати всеукраїнських опитувань соціологічної служби Українського центру економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова. URL: [http://www.razumkov.org.ua/ukr/socpolls.php?t\\_id=94](http://www.razumkov.org.ua/ukr/socpolls.php?t_id=94) (дата звернення: 15.10.2021).
3. Гнатюк С. Л. Публічний імідж держави в Україні: напрями та чинники покращення // С.Л. Гнатюк . *Стратегічні пріоритети*. 2011. №2(19). С. 49–53.
4. Актуальні проблеми державної інформаційної політики в Україні. Аналітична записка. URL: <http://old.niss.gov.ua/Monitor/april08/3.htm> (дата звернення: 15.10.2021).
5. Качинська Н. Політичний імідж держави: структурні та комунікаційні компоненти феномену. *Віче*. 2009. №22. URL: <http://www.viche.info/journal/1738/> (дата звернення: 18.10.2021).
6. Денисюк С. Г. Технологічні виміри політичної комунікації. Вінниця : ВНТУ, 2010. 276 с.
7. Боднарчук О. В. Комунікативні технології як форма організації політичної взаємодії. Питання сучасної науки і освіти : матер. дев'ятої Міжнар. наук.-практ. інтернет-конфер. Київ. 2013. URL: <http://int-konf.org/konf072013/442-bodnarchuk-o-v-komunkativn-tehnologyi-yak-forma-organzacyi-poltichnoyi-vz.html> (дата звернення: 19.10.2021).

8. Васюкова О. К. Моделі управління іміджем держави. URL: <http://dspace.univer.kharkov.ua/handle/123456789/6781> (дата звернення: 19.10.2021).

9. Данилов В. Особливості формування політичного іміджу держави. *Політичний менеджмент*. 2009. №2. С. 67–72.

## **УПРАВЛІНСЬКІ АСПЕКТИ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ**

**Лобик О. О., доцент,**  
*Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ МАУП»*

Реформа децентралізації в Україні спрямована на формування ефективного місцевого самоврядування та територіальної організації влади з метою створення та підтримки належних умов життя для окремих осіб, надання високоякісних, доступних державних послуг, створення інститутів прямої демократії, узгодження інтересів держави та інтересів місцевої громади.

Процес децентралізації розпочався в Україні у 2014 році з прийняттям Концепції реформи місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні (1 квітня 2014 року), Закону України «Про співробітництво на місцевому рівні» (17 червня 2014 року), Закону України «Про добровільну консолідацію територіальних громад» (5 лютого 2015 року) та внесення змін до Бюджетного та Податкового кодексів щодо фінансової децентралізації.

Реформа означає, що місцеві органи будуть нести відповідальність перед своїми громадами за свою оперативну ефективність, звітуючи перед центральним урядом про законність своєї роботи [1].

В процесі децентралізації сформовано згідно з принципами Європейської хартії місцевого самоврядування ефективну та повноважну систему місцевого самоврядування – об'єднані територіальні громади.

Уряд схвалив довгострокові плани формування територій громад у 24 регіонах, що охоплюють 100% їх території.



Новостворені об'єднані територіальні громади займають майже 47% загальної площі України. Понад 70% мешканців України проживають у об'єднаних територіальних громадах та містах обласного значення [2].

Відповідно до Закону України від 16.04.2020 № 562-IX «Про внесення змін до деяких законів України щодо визначення територій та адміністративних центрів територіальних громад» Кабінет Міністрів України визначив адміністративні центри та затвердив території 1470 територій. місцеві громади, де вибори 2020 року відбудуться на новій територіальній основі.

Завдяки співпраці між громадами громади змогли об'єднати свої зусилля та реалізувати спільні проекти. Зокрема, 1354 територіальні громади підписали 604 угоди про співпрацю.

Сьогодні демократія є найпопулярнішою формою політичної організації суспільства, що дозволяє людям обирати лідерів і контролювати владу. Попри всі питання демократичного устрою влади та політичного ладу, правління народу найкраще справляється з викликами сьогодення.

Відсутність політичної волі для проведення повномасштабної децентралізації державного управління з часом стала однією з причин посилення сепаратистських рухів на сході країни. Тотальна централізація влади в Україні призвела до:

- значної регіональної залежності від центрального уряду;
- низької інвестиційної привабливості регіонів;
- слабких громад з точки зору інфраструктури, фінансів та кадрів;
- деградації села;
- складної демографічної ситуації;
- низької якості державних послуг;
- низької довіри до влади;
- високого рівня корупції;
- неефективних управлінських рішень.

На момент початку реформи у 2014 році лише 6 регіонів України були самодостатніми, що спричинило значну регіональну диспропорцію, а отже,

низьку якість життя та надання послуг українцям. Ці виклики потребували кардинальних реформ державного управління, місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні [3].

Реформа децентралізації дала поштовх для побудови життєздатної системи місцевого самоврядування, орієнтованої на потреби людей.

Після добровільної консолідації місцевих громад новостворені органи місцевого самоврядування змогли отримати повноваження та ресурси, які раніше належали містам обласного значення.

Інтереси мешканців об'єднаних громад тепер представляють обраний голова, депутати та виконавчі органи ради громади, які забезпечують використання наданих законом повноважень на користь громади. У населених пунктах, які є частиною об'єднаної громади, право мешканців на місцеве самоврядування та надання послуг людям забезпечується їх обраними представниками.

Відповідно до Закону України «Про добровільну консолідацію територіальних громад» громади укрупнювалися та консолідувалися шляхом добровільної консолідації з урахуванням громадської думки. Планування громад має включати визначення ресурсного потенціалу громади для економічного та соціального розвитку та надання якісних послуг людям.

#### **Список використаних джерел:**

1. Мищак І. Реформа децентралізації в Україні: основні тенденції та перспективи завершення. *Конституційний процес в Україні: політико-правові аспекти*. 2021. № 2 (82). С. 3–7.

2. Чернишов О. У 2020 році створено фундамент децентралізації. *Портал «Децентралізація»*. URL: <https://decentralization.gov.ua/news/13065>.

3. Спільна заява міських, селищних, сільських голів, голів об'єднаних територіальних громад та експертів з питань децентралізації влади і місцевого самоврядування. *Український кризовий медіацентр*. 2019. 19 грудня. URL: <https://uacrisis.org/ua/74427-decentralization-common-statement>.

## РОЗВИТОК ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ

*Макурін А. А., к. е. н., доцент,  
Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»*

Для успішно реалізації цифрової стратегії в Україні насамперед необхідно розробити стандарт «цифрова економіка», який доцільно включити в план національної стандартизації і даний стандарт повинен дати визначення термінам, описати основні елементи цифрової економіки та визначити подальші напрямки стандартизації (об'єкти, аспекти, метод). Вдосконалення механізмів стандартизації передбачає комплекс заходів по визначенню відповідності системи технічного регулювання та єдності показників вимірювання цілям цифрової економіки. Сюди ж включається формування відповідної нормативно-правової бази та бібліотеки діючих національних стандартів з пріоритетних напрямків розвитку [1].

Зарубіжний досвід правового регулювання цифрової економіки вказує на тенденцію до законодавчого закріплення концепції цифрової економіки, а також її окремих елементів. Прикладом такої держави є Сполучене королівство Великобританії та Північної Ірландії, де у 2017 р. ухвалений Закон «Про цифрову економіку» (UK Digital Economy Act 2017) [2], а потім розроблена «Стратегія цифрової економіки», яка націлена на цифрову трансформацію економіки, тобто просування та впровадження інновацій в економіку та бізнес за допомогою цифрових інформаційно-комунікаційних технологій.

Модель законодавчої концепції цифрової економіки Сполученого королівства Великобританії та Північної Ірландії можна охарактеризувати такими видами:

- 1) ухвалення спеціального закону;
- 2) створення нормативно-правових приписів в області електронної комунікаційної інфраструктури та послуг;
- 3) забезпечення надання цифрових послуг світового рівня та повна трансформація адміністративних процесів і процедур із метою підвищення їхньої ефективності;

4) орієнтація на побудову та вдосконалення відносин між пристроєм і людиною або взаємодії між людьми за допомогою пристроїв.

Ціль нормативно-правових приписів Закону «Про цифрову економіку» полягає в забезпеченні передачі цифрової інформації між органами влади відповідно до концепції цифрового уряду, зокрема у використанні нових методів управління, краудсорсінгу, бізнес-кейсів, загальних технологій у державному секторі, у розвитку цифрових інструментів для державних службовців; в обмеженні доступу неповнолітніх осіб до порнографічних матеріалів у мережі Інтернет; забезпеченні блокування забороненого інтернет-контенту за допомогою інформаційних фільтрів; посиленні відповідальності за зловмисні телефонні дзвінки; посиленні відповідальності за порушення авторських прав із використанням цифрової інфраструктури; у визначенні повноважень Служби з комунікацій щодо Британської мовної корпорації тощо [3].

У багатьох країнах уже ухвалені окремі нормативні акти у сфері цифрової економіки. Зокрема, у США діє Digital millennium copyright act (DMCA) (Закон про авторське право в цифрову епоху) [4], у Франції Закон «Про довіру до цифрової економіки дав визначення електронної торгівлі, електронної комерції.

#### **Список використаних джерел:**

1. Тульчинська С. О., Корзун Л. С. Цифровізація як засіб трансформації економіки України. *Сучасні проблеми економіки і підприємництво*. 2020. №. 25. С. 52 – 59.

2. Миськовець Н. П. Цифровізація в Україні та світі. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2019. №. 30 (69). С. 60 – 65.

3. Crowley M. Control and dignity in professional, manual and service-sector employment. *Organization Studies*. 2012. Vol. 10, № 2. P. 1383–1406.

4. Шиманська К. В., Бондарчук В. В. Пріоритетні напрями та механізми розвитку цифрової економіки в Україні. *Економіка, управління та адміністрування*. 2021. №. 1 (95). С. 17–22.

## СТАН СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА У ВОЛИНСЬКІЙ ОБЛАСТІ

**Поторась О. В.**, *магістр*,

**Білан А. Ю.**, *студент*

*Науковий керівник: к. геогр. н., доцент Мельничук М. М.,  
Волинський національний університет імені Лесі Українки*

Рівнинний рельєф, помірний клімат, різноманітність ґрунтів визначають спеціалізацію сільського господарства у Волинській області, яке є однією із провідних галузей народногосподарського комплексу регіону, як наслідок, бачимо значні показники з виробництва сільськогосподарської продукції.

Важливими складовими розвитку аграрного сектору економіки Волині є тваринництво і рослинництво. Тваринництво регіону представлене скотарством (розведення та відгодівля великої рогатої худоби м'ясного, молочного та м'ясо-молочного напрямку), свинарством, а також птахівництво. Рослинництво регіону представлене вирощуванням зернових, технічних, овочевих та кормових культур.

На перше вересня 2021р. показник індексу продукції тваринництва у Волинській області порівняно з відповідним періодом 2020 р. становив 95,2%, у т.ч. в господарствах населення – 94,1%, підприємствах – 96,3% [1].

На забій, у живій масі, реалізовано 95,0 тис.т сільськогосподарських тварин. Це на 5,1% менше порівняно з січнем–серпнем 2020р.

Кількість виробленого молока в області у січні-серпні 2021р. становило 243,5 тис.т, що на 4,9% менше ніж на відповідний період попереднього року.

Кількість яєць за вісім місяців 2021р. становить близько 171,5 млн.шт – це на 1,6% більше ніж відповідний період 2020р.

У загальному виробництві продуктів тваринництва частка господарств населення складала відповідно 27%, 72% та 84%.

За підрахунками, станом на 1 вересня 2021р. загальна кількість великої рогатої худоби у Волинській області становила 123,1 тис. голів, у т.ч. корів – 76,1 тис. (на 4,5% менше ніж відповідний період 2020 р.), свиней – 253,3 тис. (на 2,6% менше), овець і кіз – 17,7 тис. (на 0,6% більше), птиці всіх видів – 9,2 млн. голів (на 5,8% менше).

У господарствах населення Волинської області у 2020р. утримувалось близько 65% загальної кількості великої рогатої худоби, у т.ч. корів – 75%; свиней – 71%, овець і кіз – 93%, птиці всіх видів – 44% [1].

Сільськогосподарські угіддя займають площу 1047,5 тис. га в т.ч. рілля – 672,3 тис. га, багаторічні насадження – 11,7 тис. га, сіножаті – 161,8 тис. га, пасовища – 201,7 тис. га (рис.1) [2].

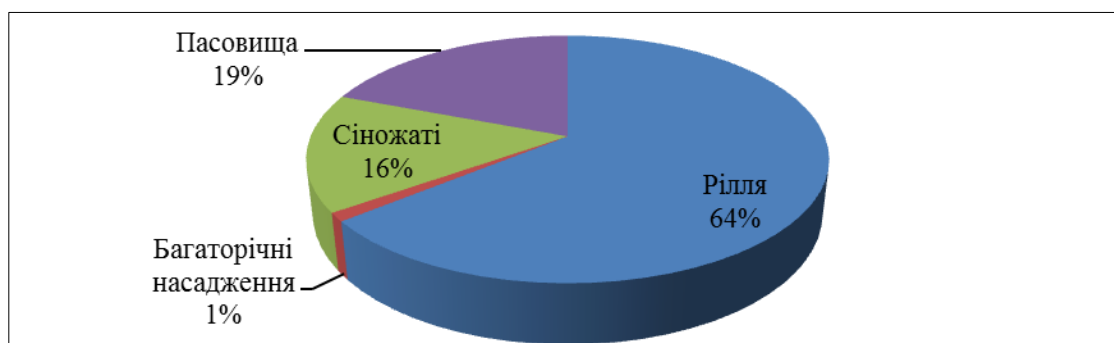


Рис.1. Структура сільськогосподарських угідь у Волинській області, тис. га.

У січні–серпні 2021 р. порівняно з відповідним періодом 2020 р. індекс сільськогосподарської продукції рослинництва становив 93,0%, у т.ч. в господарствах населення – 82,7%, підприємствах – 102,5% [1].

Індекс продукції рослинництва станом на 1 вересня 2021р. порівняно з відповідним періодом 2020р. значно зменшився і коливався в межах 91,7%, у т.ч. у господарствах населення – 75,8%, підприємствах – 106,1%.

Площа скошених та обмолочених зернових та зернобобових культур у 2021р. становила близько 262,0 тис.га – це на 0,3% більше ніж було попереднього року у Волинській області.

Показник збору зерна у 2021р. лишився на рівні показника, що був 2020р. і становить близько 1024,5 тис.т. Цьому посприяло збереження площ посів зернових культур, сприятливі погодні умови влітку. Як наслідок, високий показник збору зерна – з 1 га обмолоченої площі одержано в середньому 39,1 ц зерна.

Станом на 1 вересня 2021р. у Волинській області обсяг власно виробленої сільськогосподарської продукції, реалізованої підприємствами, зменшився на

4,5% у т.ч. продукції тваринництва – на 10,9%, рослинництва – на 1,4%, порівняно з показником за 1 вересня 2020р [1].

Як і в попередні роки, так і у 2021р. спостерігається тенденція зростання цін на сільськогосподарську продукцію. За всіма напрямками реалізації аграрної продукції середні ціни продажу зросли на 34,7%, у т.ч. продукції рослинництва – на 57,4%, тваринництва – на 21,7%.

Підприємства Волинської області, що займаються зберіганням і переробкою зернових та зернобобових культур, станом на 1 вересня 2021р. мали запаси близько 603,2 тис.т зерна (на 52,8% більше проти 1 вересня 2020р.), у т.ч. 425,0 тис.т пшениці, 37,0 тис.т ячменю, 33,7 тис.т жита, 10,5 тис.т кукурудзи.

У 2021р. підприємства, що вирощували насіння соняшнику мали запаси в межах близько 0,9 тис.т, що на 13,6% менше, ніж на 1 вересня 2020р [1].

#### **Список використаних джерел:**

1. Головне управління статистики у Волинській області. URL: <http://www.lutsk.ukrstat.gov.ua/panor.html>.
2. Інвестиційний паспорт агропромислового комплексу Волинської області. URL: <http://agrovolya.gov.ua/sites/default/files/attachments/investyciy.pdf>.

## **АНАЛІЗ КАПІТАЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ ТА ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

**Рубайко Є. А.**, студентка  
*Науковий керівник: к. е. н. Пашкуда Т. В.,  
Київський національний торговельно-економічний університет*

Уже зараз Україні необхідно докласти значних зусиль для розбудови сильної та конкурентоспроможної національної економіки, що дасть змогу забезпечити високий рівень життя суспільства. Інвестиції займають одне з чільних місць в розвитку економічних процесів, вони є одним із найбільш вагомих, визначальних факторів розвитку будь-якої держави. За їх допомогою можливо стабілізувати соціально-економічне зростання та розвиток окремих

суб'єктів підприємницької діяльності та покращити рівень одержуваних прибутків. Підприємства зараз самостійно обирають найважливіші напрямки своєї інвестиційної діяльності з урахуванням цілей свого розвитку, умов зовнішнього економічного середовища й інвестиційного клімату, рівня свого виробничого та фінансового потенціалу. Крім того, формуючи потребу в своїх інвестиціях, кожне підприємство має водночас зважати на свої можливості залучення інвестиційних ресурсів за рахунок як внутрішніх, так і зовнішніх джерел фінансування. Серед усіх напрямів інвестиційної діяльності провідне місце займають капітальні інвестиції.

Проаналізувавши та дослідивши поняття «інвестиції», «інвестиційна діяльність» та «капітал» у нормативно-правових документах, науковій літературі, наукових працях вітчизняних та зарубіжних вчених, статтях та підручниках, можна сформулювати загальне визначення «капітальних інвестицій». Так, капітальні інвестиції – це сукупність вкладень підприємств чи/та інших суб'єктів господарювання, які спрямовуються на придбання нових або тих, які були використані, створення, виготовлення, модернізацію чи технічне переоснащення основних засобів, об'єктів нерухомої власності, необоротних матеріальних та нематеріальних активів, а також витрати на капітальний ремонт з метою отримання економічних вигод та прибутку в майбутньому. Необхідно зазначити, що розвиток капітального інвестування потребує більш детального та глибшого вивчення та аналізу.

Капітальні інвестиції відіграють важливу роль в системі забезпечення ефективного функціонування підприємства. Вони сприяють розв'язанню практично всіх стратегічних та значної частини поточних завдань розвитку підприємства (забезпечують доступ до сучасних технологій, допомагають у формуванні та розширенні виробничого потенціалу, сприяють оптимізації структури активів та капіталу, реалізації інноваційної політики та стратегічних цілей розвитку, рішенню задач соціального розвитку підприємства, зростанню його ринкової вартості). Капітальні вкладення є основою розширеного виробництва на підприємствах, структурної перебудови суспільного



виробництва і збалансованого розвитку галузей народного господарства, сприяють створенню необхідної сировинної бази промисловості, прискоренню науково-технічного прогресу і поліпшенню якості продукції, освоєнню нових товарних ринків. Недостатність таких вкладень спричиняє неможливість процесів відтворення та оновлення основних фондів підприємств.

Пропонуємо більш детально розглянути склад та структуру капітальних інвестицій у національну економіку за останні п'ять років за видами активів та джерелами їх фінансування. За наявними даними про структуру капітальних інвестицій, можна побачити, що найбільшу частку у структурі капітальних інвестицій протягом 2016–2020 рр. займають саме інвестиції в матеріальні активи. Їх питома вага в різні роки коливається, але все ж набагато більше їх частка в структурі перевищує нематеріальні активи: у 2016 році частка інвестицій в матеріальні активи становила 96,7% (або 347390,5 млн. грн), у 2017 році – 96,3% (або 432039,5 млн. грн), 2018 році – 93,7% (або 542335,1 млн. грн), 2019 році – 96,2% (або 600568,1 млн. грн.), 2020 році – 95,1% (або 483324 млн. грн). Зокрема це інвестиції в машини, обладнання та інвентар, що в кожному році мають найбільшу частку в структурі за обсягами інвестицій, у інженерні споруди, частка яких зросла з 67517,1 млн. грн. (що становить приблизно 18,8%) капітальних інвестицій у 2016 році до 127995,4 млн. грн (25,2%) у 2020 році, частка житлових та нежитлових будівель мала тенденцію до зростання, хоча в 2020 році знизилася. За аналізовані роки інвестиції у транспортні засоби є в межах 9,8–13,4% всіх капітальних інвестицій. Частка інвестицій у матеріальний актив, такий як земля, є доволі низьким, його значення змінювались відповідно 0,53%, 0,44%, 0,29%, 0,36% 0,45% у загальній структурі інвестицій. Необхідно відмітити, що частка в структурі довгострокових біологічних активів рослинництва та тваринництва зростає з кожним роком і в 2020 році становила 1,03%. Що стосується інших матеріальних активів, то їх частка за 2016–2020 рр. становить відповідно 2,98%, 3,1%, 2,94%, 3,26%, 4,38% до всіх капітальних інвестицій. За останні роки зростає частка інвестованих коштів у нематеріальні активи. З них на права на

комерційні позначення, об'єкти промислової власності, авторське право та суміжні з ним права, патенти, ліцензії, концесії тощо у 2018 році відбулося суттєве збільшення вкладень, що становило 24381,6 млн. грн або 4,2% всіх капітальних інвестицій за цей рік, проте в наступні роки інвестування цей нематеріальний актив знизилось і становило у 2019 році 8389,5 млн. грн, а в 2020 році – 8389,1 млн. грн.

На мікроекономічному рівні управління інвестиційною діяльністю спрямоване на підвищення ефективності інвестиційної діяльності окремого господарюючого суб'єкта. У процесі інвестиційної діяльності на підприємстві вирішується ряд завдань: розробка інвестиційної стратегії підприємства, вибір форм і об'єктів інвестування, пошук джерел фінансування цих об'єктів, вибір інвесторів та учасників інвестиційного процесу, розробка, аналіз і оцінка конкретних інвестиційних проектів, контроль результатів здійснення інвестиційної діяльності [2].

Дослідження процесу інвестиційної діяльності підприємства містить оцінку інвестиційної ситуації й інвестиційної привабливості. Інвестиційна ситуація визначається інвестиційною активністю підприємства й ефективністю інвестиційних процесів. Інвестиційна привабливість обумовлюється сприятливою інвестиційною ситуацією й інвестиційним кліматом, наявністю переваг, які забезпечать інвестору додатковий дохід на вкладені кошти і зменшать ступінь ризику. Інвестиційна ситуація підприємства визначається загальнодержавними та регіональними факторами, серед яких: інфляція; податкова, амортизаційна, валютна і митна політика; банківські процентні ставки, галузева структура регіону, зовнішньоекономічні зв'язки, географічне положення підприємства, рівень доходів, інвестиційна привабливість підприємства.

Для оцінки інвестиційної привабливості підприємства як об'єкта інвестування можна виділити такі пріоритетні значення аналізу наступних сторін його діяльності:

- аналіз оборотності активів;

- аналіз прибутковості капіталу;
- аналіз фінансової стійкості (такий аналіз дозволить оцінити інвестиційний ризик, пов'язаний з структурним формуванням інвестиційних ресурсів, а також виявити оптимальність фінансування поточної господарської діяльності);
- аналіз ліквідності активів (оцінка ліквідності активів дозволяє визначити здатність підприємства платити по своїм короткостроковим зобов'язанням, попередити можливість банкрутства за рахунок швидкої реалізації окремих видів активів) [3].

Таким чином, інвестиційна діяльність виступає основним фактором зростання економіки, даючи змогу зосередити тимчасово вільні фінансові ресурси підприємства та спрямувати їх на реалізацію різних проектів, які мають на меті отримання майбутньої економічної вигоди. Економічна діяльність суб'єктів господарювання, рівень їх конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішньому ринках визначається значною мірою станом основних фондів, які є основою виробничого процесу підприємства. Тому основною метою інвестиційної діяльності є забезпечення реалізації найбільш ефективних форм вкладення капіталу, спрямованих на розширення економічного потенціалу підприємства. Важливе значення, що характеризує інвестиційну діяльність підприємств, є адекватна оцінка економічної ефективності інвестиційних привабливості. Інвестиційна привабливість є важливим знаряддям у зміцненні позицій суб'єкту господарювання, оскільки забезпечує залучення додаткових конкурентних переваг на ринках праці, капіталу, ресурсів, цінних паперів та ін.

#### **Список використаних джерел:**

1. Державна статична служба України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
2. Удалих О. О. Управління інвестиційною діяльністю промислового підприємства : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2006.
3. Євтушевська О. О., Войтенко Л. Ю. Проблеми залучення інвестицій на вітчизняні підприємства. Вип. №477. С. 13–17.

4. Романчук З. З. Фінансове регулювання інвестиційної діяльності в Україні: дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук. Л., 2016. С. 226.

## **ПЕРСПЕКТИВИ УКРАЇНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ЗЕРНА**

**Шайтан В. О., аспірантка**

*Науковий керівник: д. е. н., професор Холоденко А. М.,  
Одеський національний морський університет*

Основою ринкових відносин виступає взаємний інтерес між виробниками і споживачами, що сприяє нарощуванню обсягів виробництва, з одного боку, і спонуканню раціонально використовувати продукцію, з іншого. В таких умовах формуються, як правило, всі ринки продуктів харчування, в тому числі і ринок зерна [1].

Згідно із Законом України № 37-IV, «ринок зерна – система товарно-грошових відносин, що виникають між його суб'єктами в процесі виробництва, зберігання, торгівлі та використання зерна на засадах вільної конкуренції, вільного вибору напрямів реалізації зерна та визначення цін, а також державного контролю за його якістю та зберіганням» [2].

Учасниками зернового ринку виступають суб'єкти виробництва зерна, сільськогосподарські підприємства, підприємства зі зберігання, підприємства переробної та харчової галузей, зернотрейдери, аграрний фонд, товарно-сировинні (аграрні) біржі, транспортні компанії, банки та інші фінансово-кредитні установи, страхові компанії тощо.

У всьому світі ринок зерна має однакову структуру, відмінності полягають лише в деяких особливостях ціноутворення, зберігання і транспортування. Особливості функціонування зернового ринку визначаються міжнародними нормами.

Виділяють такі фактори, що впливають на коливання вартості зернових, як обсяги зібраного врожаю, його якість, кількість посівних площ, перехідні залишки на зерносховищах, прогнози на майбутній врожай.

Врожайність у провідних країнах-виробниках є основним ціноутворюючим фактором. Основними виробниками зерна є Китай, Індія, Росія, США, Канада, Франція, Австралія, Україна, Пакистан, Німеччина, Аргентина. Частина цих країн розташована по одну сторону екватора, а частина – по іншу. Тому сезонність врожаїв буде різною. Крім цього, географічне розташування країн-виробників поблизу екватора, наприклад Аргентини і Бразилії, обумовлює їх потенціал збирати врожай двічі за сезон. Відповідно, на світовому ринку є певні сезони, пов'язані зі збиральною кампанією, і в разі вдалого врожаю ціни будуть сезонно знижуватися. А в разі очікування неврожаю, будь-яких кризових явищ, агрономічних ризиків ціни будуть зростати. При цьому, вартість зерна на світовому ринку встановлюється на біржах в результаті торгів, кінцева ціна залежить від витрат на доставку і зберігання, а також імпортного мита.

Найпопулярнішим зерновим продуктом, пропонованим світовими постачальниками зерна, є пшениця, частка якої становить майже 40%. Виходячи з агропромислових особливостей, пшениця досить лояльна до ґрунту, на якому росте, і кліматичних особливостей [3].

Серед лідерів експорту також можна назвати рис, кукурудзу, гречане зерно, овес, пшоно і деякі інші культури. Зернові поставляються як у вигляді зернової сировини, так і в фасованому вигляді, а також у переробленому вигляді – пластівці, борошно; кукурудза і боби можуть поставлятися у вигляді консервів.

У світовій економіці намічені передумови до зростання споживання сільгосппродукції. Ці передумови пов'язані із зростанням населення в деяких країнах і зі зміною структури споживання. Така зміна характеризується збільшенням попиту в сегменті тваринництва, яке, відповідно, створює більш високий попит на фуражну групу зернових. Даний факт призводить до зростання світового ринку експорту та імпорту зерна.

Ринок зерна є сферою стратегічних інтересів держави і великих транснаціональних корпорацій. Формування такого світового ринку відбулося

через різницю у виробництві та споживанні зерна. Дуже багатьом країнам досить часто не вистачає виробленої продукції. Цей факт формує проблему раціонального використання і планування ресурсів, і значущих заходів поки не прийнято. У кожній з цих країн споживання відбувається по-різному [4]. Наприклад, в Китаї відбувається перевищення споживання над виробництвом, ця держава є як великим виробником, так і імпортером зернових. Далі за ним у рейтингу імпортерів знаходяться Єгипет, Індонезія, Туреччина, Філіппіни. Провідними експортерами є Росія, США, Канада, Україна, Аргентина.

Успіх України, як аграрної держави, заснований на багатому ґрунтовому ресурсі. Чорноземи України займають площу 27,8 млн га, що становить 8,7% від світових площ. Особливо врожайною є південна і центральна частини України, де близько 50% території становить «чистий» чорнозем.

Незважаючи на наявність чорнозему і сприятливий клімат, в Україні низька врожайність. Україна славиться значними обсягами експорту. Однак висока продуктивність зернових відбувається не за рахунок високої врожайності, а за рахунок найбільших посівних площ.

Основними зерновими культурами, виробленими в Україні, є пшениця, кукурудза і ячмінь. На них припадає понад 95% всього виробництва зерна в країні. Іншу частку займають жито, овес, просо, горох та інші бобові. Серед олійних культур найбільш важливими для України є насіння соняшнику, ріпаку та сої, в сукупності на ці культури припадає понад 99% виробництва олійного насіння. Тільки соняшник займає дві третини виробництва олійних в Україні.

Ціни на українське зерно безпосередньо залежать від цін зерна на світовому ринку, тому також нестабільні. Цей факт обумовлюється і тим, що ринок зерна є ринком вільної конкуренції: виробники змушені погоджуватися з ціною ринку і не взмозі диктувати свої умови.

Для внутрішніх потреб України щорічно необхідно 25–30 млн. тонн зерна, решта врожаю експортується в країни Північної Африки, Європи, країн Перської затоки. Окрему частину експорту, яку вдалося істотно збільшити останнім часом, займають країни Азії, зокрема, Китай, Індія і В'єтнам, а також

країни Південно-Східної Азії. Планується активно розвивати експорт в країни Латинської Америки, зокрема Мексики, Аргентини і Бразилії.

Основну частку в експорті займає пшениця четвертого і п'ятого сортів, що знижує рівень потенційного доходу від експорту і не дозволяє конкурувати на світовому ринку. Оскільки диференціація цін пшениці за класами незначна, то у представників ринку немає економічної зацікавленості у виробництві зерна високого класу якості. Сезонні і річні коливання дуже позначаються на виробництві якісної продукції, оскільки перекривають ціннісні параметри якості зерна і тим самим не стимулюють до виробництва якісної продукції [5].

Для того, щоб Україна зайняла лідируючу позицію з експорту, варто приділити увагу підвищенню конкурентоспроможності продукції, поліпшити якість зерна, розробити стратегічний антикризовий план щодо ефективного сільськогосподарського розвитку в цій області, що особливо актуально після посухи 2020 р. Безумовно, для збільшення доходів українських аграріїв і динаміки експорту зерна України необхідно активне використання принципів зернової логістики в практичну діяльність господарств.

#### **Список використаних джерел:**

1. Новиков Ю. И. Формирование рынка зерна и его конкурентной среды. *Електронний научно-методический журнал Омского ГАУ*. 2016. № 1(4).
2. "Про зерно та ринок зерна в Україні" : Закон України від 04.07.2002 р. № 37-IV. *Відомості Верховної Ради України*. № 35.
3. Короленко Н. В. Тенденции развития мирового рынка зерна. *Ефективна економіка*. 2020. №12. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8417>.
4. Андрющенко Б. В., Жигадло В. С., Сікачина А. В. Тенденції на світових регіональних ринках зерна та перспективи України. *Економіка АПК*. 2013. № 2. С. 33.
5. Глухова І. Ю. Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. *Збірник наукових праць ПДТУ*. 2011. С. 167 – 172.

6. Wrigley C. W., Grundas S. Wheat: Harvesting, Transport, and Storage : Encyclopedia of Food Grains / ed. by J. Faubion et al. Academic Press, 2016.

7. Kumar M., Mogale D. G. Grain silo location-allocation problem with dwell time for optimization of food grain supply chain network. Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review. 2018.

## **ПЕРЕДУМОВИ СТВОРЕННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД**

**Шевчук В. А.**, *здобувач вищої світи*  
*Науковий керівник: ст. викладач Осадчук Н. В.,*  
*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Адміністративно-фінансова децентралізація найчастіше розглядається у двох аспектах: по-перше, як процес передачі (реформування) повноважень та фінансових ресурсів державного сектору з загальнодержавного на субнаціональний та місцевий рівень; по-друге, як результат таких реформ, який оцінюється обсягом повноважень та фінансових ресурсів, делегованих на нижчі адміністративні рівні відносно їх загального обсягу у державному секторі.

Першим поштовхом до трансформування вітчизняної системи місцевого самоврядування у напрямі децентралізації владних повноважень стало затвердження у 2014 р. Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні [1], з урахуванням вимог Європейської хартії місцевого самоврядування. Мета Концепції – обґрунтування напрямів, механізмів і строків формування ефективного місцевого самоврядування та територіальної організації влади для створення і підтримки повноцінного життєвого середовища для громадян, надання високоякісних та доступних публічних послуг, становлення інститутів прямого народовладдя, задоволення інтересів громадян в усіх сферах життєдіяльності на відповідній території, узгодження інтересів держави та територіальних громад.

Концепція реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні передбачає децентралізацію, створення належних матеріальних (майно, зокрема земля, що перебувають у власності



територіальних громад), фінансових (податки та збори, що пов'язані з територією відповідної адміністративно територіальної одиниці) та організаційних умов для забезпечення виконання органами місцевого самоврядування власних і делегованих повноважень.

Якщо перший закон має значною мірою концептуальне значення, то другий створив реальний механізм об'єднання територіальних громад, але майже відразу виявилось, що Закон України «Про добровільне об'єднання територіальних громад» не враховував значну кількість нюансів об'єднувачих процесів, що створило реальні проблеми на практиці [2]. Зі внесенням змін до Податкового та Бюджетного кодексів від 1 січня 2015 року місцевим самоврядуванням отримано більше фінансів для підвищення економічної спроможності [3, 4]. Протягом 2015-2017 років частина недоліків була виправлена шляхом внесення змін та доповнень в ці закони.

Таким чином, Концепція реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні передбачає розроблення законодавчих актів, що дає надію на прискорення процесу завершення реформи децентралізації влади в Україні.

Станом на початок реформи у 2014 році тільки 6 регіонів в Україні були самодостатніми, що викликало значну регіональну диспропорцію, а відповідно – і якість життя та послуг, що отримували українці. Ці виклики вимагали проведення кардинальних реформ в частині державного управління, місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні.

Наслідками централізації влади в Україні стали:

- істотна залежність територій від центру;
- низький рівень інвестиційної привабливості територій;
- інфраструктурно, фінансово та кадрово слабкі громади;
- деградація сільської місцевості;
- складна демографічна ситуація;
- низька якість надання публічних послуг;
- низький рівень довіри до влади;

- високий рівень корупції;
- низька ефективність управлінських рішень.

Отже, реформа децентралізації розпочалася у лютому 2015 року, коли були прийняті два визначальних для цієї реформи закони: Закон України «Про засади державної регіональної політики» та Закон України «Про добровільне об'єднання територіальних громад». Наступним кроком щодо фінансової децентралізації стало внесення змін до Бюджетного кодексу України і Податкового кодексу України.

Необхідність реформування територіальних громад на засадах децентралізації як складової нової регіональної політики в Україні, її стратегічні завдання, пріоритети та концептуальні засади визначені в основних чинних документах стратегічного характеру: Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020», Державна стратегія регіонального розвитку на період до 2020 року, Концепція реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні.

#### **Список використаних джерел:**

1. Про схвалення Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні: розпорядження Кабінету Міністрів України від 1 квітня 2014 р. №333-р. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-%D1%80>.

2. Закон України «Про добровільне об'єднання територіальних громад» № 157-VIII від 05.02.2015. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/157-19> 4. Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року: постанова Кабінету Міністрів України від 06.08.2014 р. № 385. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/385-2014-%D0%BF> 156.

3. Податковий кодекс України від 2 грудня 2010 року № 2755-VI. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/go/2755-17>.

4. Бюджетний кодекс України від 8 липня 2010 року № 2456-VI. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2456-17>.

## РИНОК ЗЕМЛІ В УКРАЇНІ: ОКРЕМІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ

**Шепетюк С. Є., студент**

*Науковий керівник: викладач Шепетюк Л. В.,*

*Відокремлений структурний підрозділ «Гусятинський фаховий коледж ТНТУ»*

В умовах пандемії сільське господарство найменше відчуло карантинні обмеження, але можна спостерігати загострення соціальної напруженості. На даний момент майже у кожному селі жителі стурбовані відсутністю роботи або загрозою її втратити. Низький рівень доходу та брак грошей, відсутність перспектив та можливостей професійного зростання призвели до різкого зниження діяльності сільськогосподарських підприємств. Із загальної кількості фермерських господарств понад 80% мають в обробітку земельні ділянки площею до 500 гектарів. [1, с. 58]. На території Тернопільської області знаходиться 2,6% сільськогосподарських угідь і 2,7% орних земель, виробляється 3,0% продукції сільського господарства України.

Землі сільськогосподарського призначення у нашій країні є стратегічним ресурсом, який можна ефективно використати для розвитку української економіки. Із 60,3 млн гектарів майже 60 % становлять унікальні чорноземні ґрунти з високою родючістю. Найбільше обробляється сільськогосподарських угідь в Запорізькій, Одеській та Харківській областях. Найменше розпоряджаються землею жителі Чернівецької та Закарпатської областей. Але власники великих земельних ділянок не зацікавлені інвестувати в землю, а навпаки, найчастіше просто забирають із неї все, що можуть. Наші сільськогосподарські виробники беруть від землі значно більше, а повертають в неї значно менше, ніж у минулі роки. У сучасних складних умовах багато власників паїв не мають достатньої кількості коштів, щоб підтримувати якість своїх земельних ділянок у належному стані. Спостереження свідчать, що це все призводить до забруднення і виснаження ґрунтів за відсутності органічних добрив, а частіше за недбалого господарювання. Постійне використання мінеральних добрив та збільшення кількості їх внесення можуть в подальшому призвести до екологічного лиха, зокрема, втрачання якості питної води.

Вважається, що такі негативні тенденції відбувалися із за відсутності повноцінного ринку земельних ресурсів. За період дії мораторію на продаж земельних ділянок сільськогосподарського призначення сформувався так званий сірий ринок обігу земель, тобто використовувалася довгострокова оренда та емфітевзис. Але зараз ситуація повільно змінюється. З моменту запуску ринку землі фермери починають викуповувати землю в селян-пайовиків з метою збереження свого земельного банку. На даний момент середньозважена ціна 1 га сільськогосподарських угідь становить 34248 грн. Найбільше зараз земля продається в Харківській, Херсонській, Полтавській, Дніпровській, Київській областях [3]. Однак є певні причини, які стримують дії аграріїв:

- 1) у фермерів недостатньо вільних коштів для купівлі землі;
- 2) власники земельних паїв не поспішають, очікуючи на подорожчання земельних ділянок;
- 3) відсутні доступні дешеві кредити для сільгоспвиробників;
- 4) існує загроза скупчення земельних масивів в руках заможних українців, які з часом можуть диктувати умови цінової політики на продукти харчування;
- 5) наші аграрії не зможуть конкурувати з іноземними компаніями, які згодом будуть мати право купувати українські чорноземи.

На даний момент не існує однозначної думки про ринок земель сільськогосподарського призначення. Багато хто вважає, що перед впровадженням ринку землі необхідно було врахувати думки всіх, хто реально працює на землі, провести повну інвентаризацію земельних ділянок, створити ринкові механізми, які могли б допомогти сформувати ціну на землю та розробити програми цільового кредитування малих та середніх сільськогосподарських товаровиробників.

Але вже зараз можна зазначити, що ринок обігу земель сільськогосподарського призначення має і позитивні сторони: громадяни України повноцінно можуть реалізувати своє право приватної власності на

земельну ділянку; поступово буде встановлено об'єктивну ринкову вартість землі.

У сучасних умовах необхідно сприяти розвитку дрібних та середніх фермерських господарств. Зараз тільки фермерські господарства будуть сприяти розвитку сільських територій та створювати додаткові робочі місця для сільського населення. Маючи земельну ділянку у приватній власності, фермери зможуть планувати свою діяльність на довгострокову перспективу. Саме ринок землі сприятиме розвитку тваринництва, дотримання сівозмін, щоб не виснажувати ґрунт технічними культурами, розширювати можливості вирощування овочів та ягід.

Внаслідок зміни погодно-кліматичних умов багато країн у світі втрачає свої родючі землі. Багато сільськогосподарських угідь стають непридатними до використання через їх неправильне використання, забруднення пестицидами, важкими металами, нафтопродуктами. Тому Україні зараз вкрай важливо максимально ефективно використовувати потенціал земельних ресурсів і зміцнити свою позицію на світовому ринку, що сприятиме розвитку нашої економіки.

#### **Список використаних джерел:**

1. Україна в цифрах. 2019: *Статистичний збірник* / за ред. О. А. Вишневської. Київ : Державна служба статистики, 2020. 135 с.
2. Статистичний щорічник Тернопільської області: *Статистичний збірник* / за ред. А. А. Чорного. Тернопіль: Головне управління статистики у Тернопільській області, 2021. 365 с.
3. Ринок землі – 100 днів. URL: <https://agropolit.com/spetsproekty/920-rinok-zemli--rezultati-vid-minagro-minyustu-notarialnoyi-palati-ta-derjgeokadastru> (дата звернення: 28.10.2021).

## СЕКЦІЯ 2

### СУЧАСНІ ТРЕНДИ У РОЗВИТКУ ФІНАНСІВ, СТРАХУВАННЯ ТА БАНКІВСЬКОГО БІЗНЕСУ

#### ВПЛИВ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ НА РОЗВИТОК СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ

**Барабаш О. С.**, студентка

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Мельник Т. А.,  
Центральноукраїнський національний технічний університет*

Страховий ринок України інтегрується в європейський та світовий діловий простір. Але на шляху даної інтеграції існують перешкоди, насамперед, це те, що страховий ринок нашої держави мало розвинений через економічні, соціальні та політичні фактори. Тому Україні, задля ефективної інтеграції необхідно здійснити ряд перетворень на законодавчому, економічному, соціальному та політичному рівнях.

Метою дослідження є визначення недоліків та переваг євроінтеграції страхового ринку України.

Страховий ринок – це сфера грошових відносин, де предметом купівлі-продажу виступає страховий захист, на якому формуються попит і пропозиція на страхову послугу. Сучасний страховий ринок України не дуже розвинений, оскільки страхові послуги ще не набули широкого попиту серед населення в нашій державі.

Основні проблеми недостатньої ефективності українського страхового ринку слід зазначити:

- відсутність достатньої кількості кваліфікованих кадрів;
- низький рівень фінансового потенціалу страхових компаній;
- невідповідність якості та форм збуту страхових продуктів європейським стандартам.

Страховання відображає рівень розвитку економіки й рівень доходів населення. Таким чином, страхування стимулює технологічний, економічний розвиток, стабільність в соціальній сфері, адже зменшує залежність

матеріального й майнового стану від непередбачуваних подій.

Процес інтеграції страхового ринку України до ЄС передбачає також наближення та уніфікування діяльності страхових компаній, покращення якості їхньої роботи.

Процес інтеграції та трансформації має як сильні так і слабкі сторони:

До переваг процесу інтеграції страхового ринку України до ЄС відносять:

- поліпшення управління ризиками в страхових компаніях;
- нагляд, пов'язаний з ідентифікацією ризиків;
- гармонізація механізмів розрахунку і методів дії при визначенні рівня

платоспроможності страховика;

- інтеграція страхових і перестраховальних ринків ЄС;
- поліпшення міжнародної конкурентності страхових та перестрахових

компаній країн ЄС;

- поліпшення якості законодавчої бази;
- підвищення рівня захисту застрахованих на основі запровадження

пруденційного нагляду

- наявність достатньої кількості кваліфікованих кадрів
- наявність довіри у населення до страхових компаній
- підвищиться рівень розвитку економіки и рівень доходів населення
- стимул технологічного розвитку [1; 2].

До недоліків процесу інтеграції страхового ринку України до ЄС відносять:

- низький рівень капіталізації страхового ринку;
- не конкурентоспроможність внутрішнього страхового ринку;
- складність контролю стандартів якості надання страхових послуг;
- монополізація страхового ринку України;
- відсутність ефективних механізмів захисту інтересів вітчизняних

страховиків;

- складнощі у порядку ліцензування страхової діяльності;
- високий рівень оподаткування та відсутності прозорості податкової

політики;

– невідповідальність показників діяльності страхових компаній резидентів та нерезидентів [1; 2].

Для подальшого розвитку страхового ринку, в першу чергу, зміцнити національний ринок перестраховання і вдосконалити нагляд за перестрахованням.

Інтеграція страхового ринку України в європейські ринки фінансових послуг потребує підвищення конкурентоспроможності національних страховиків та впровадження європейських стандартів бухгалтерського обліку і фінансової звітності. А також, для розвитку страхового ринку потрібно достатня кількість кваліфікованих працівників. Для цього необхідно створити систему фахової підготовки і сертифікації фахівців із страхування та системи підвищення їх кваліфікації, а також забезпечити державну підтримку проведенню науково-дослідницьких робіт у сфері страхування та підготовці фахівців для страхового ринку.

Потребує розвитку також і актуарна діяльність в Україні, створення системи підготовки та сертифікації актуаріїв.

Таким чином, проведений аналіз страхового ринку України дав змогу визначити, що на даний момент відбувається скорочення кількості страхових компаній та тяжіння ринку до олігополістичного, що може свідчити про неефективність діяльності та високий рівень збитковості серед невеликих страхових компаній.

#### **Список використаних джерел:**

1. Альошин В. Проблеми та перспективи розвитку страхового ринку в контексті нової редакції Закону України «Про страхування»: URL: [http://ufin.com.ua/analitmat/strah\\_rynok/029.htm](http://ufin.com.ua/analitmat/strah_rynok/029.htm) (дата звернення: 28.10.2021).

2. Михайлов Р. В. Кількісно-якісні параметри функціонування страхового ринку України: відповідність європейським критеріям. *Ефективна економіка*. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua> (дата звернення: 28.10.2021).



## ДЖЕРЕЛА ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

**Батова Я. В.**, *магістрант*

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Вербіцька І. І.,  
Чортківський навчально-науковий інститут підприємництва і бізнесу  
Західноукраїнського національного університету*

В умовах трансформаційних процесів, що відбуваються в економіці України, доволі вагомим є питання щодо належного фінансового забезпечення закладів освіти для того, щоб вони мали можливість працювати результативно і могли б готувати фахівців інноваційного типу. У контексті цього питання деякі науковці пропонують створити результативну систему щодо розподілу публічних ресурсів, налагодити співробітництво із міжнародними суб'єктами освіти, убезпечити сприятливу систему фінансового забезпечення. З огляду на це нашій державі потрібно розробити методологію фінансового забезпечення освітніх послуг, в якій будуть окреслені чіткі процедури, з яких джерел і яким чином надходитиме фінансове забезпечення.

Дослідження наукових підходів щодо розуміння сутності фінансового забезпечення, свідчить, що найбільш часто його розглядають через процес забезпечення потрібними грошовими ресурсами закладів освіти. Фінансові ресурси закладів освіти державної власності представляють собою надходження позабюджетних і бюджетних коштів (із формуванням спеціального і загального фондів), що знаходяться у їхньому розпорядженні, сприяють підвищенню рівня автономії та конкурентоздатності у межах діючого законодавства, направлені для безперервного функціонування закладів освіти.

Останніми роками спостерігаємо залежність процесу фінансового забезпечення освітніх послуг від базового підходу до його реалізації, де передбачається вибір з альтернатив: державного та комерційного фінансування; спонсорських внесків; комбінованого фінансування тощо.

Фінансове забезпечення освітніх послуг в Україні здійснюється за рахунок коштів державних інституцій, видів економічної діяльності, відповідних бюджетів, а також додаткових джерел.

Головні джерела формування фінансових ресурсів освітніх послуг в Україні наведено в табл. 1.

Таблиця 1

### Джерела формування фінансових ресурсів освітніх послуг в Україні

Бюджетні ресурси	Позабюджетні ресурси
Державний бюджет	Плата за надання освітніх послуг у відповідності до укладених договорів.
Місцевий бюджет	Плата за науково-дослідні послуги, виконані на замовлення установ, підприємств, інших фізичних та юридичних осіб.
Освітні субвенції	Гранти міжнародних і вітчизняних організацій
–	Доходи отримані від реалізації продукції навчально-виробничих майстерень, від надання в оренду приміщень.
–	Державно-приватне партнерство.

Джерело: [1, с. 20]

Фінансове забезпечення освітніх послуг в Україні реалізується з використанням кошторисно-бюджетного методу. Його суть зводиться до того, що заклади освіти провадять свою діяльність на основі кошторису, що дає їм повноваження щодо здійснення видатків та право на отримання доходів, окреслює напрями використання коштів для досягнення цілей.

Головні фактори впливу на джерела формування фінансових ресурсів освітніх послуг в Україні наведено в табл. 2.

Таблиця 2

### Фактори впливу на джерела формування фінансових ресурсів освітніх послуг в Україні

Зовнішні	Внутрішні
Політичний і економічний стан країни	Обсяг держзамовлень на підготовку фахівців
Інформаційне та науково-технічне середовище	Матеріально-технічна база освітнього закладу
Зовнішньоекономічне середовище (світова академічна мобільність; іноземні здобувачі; гранти)	Плата за освітні послуги, які надає освітній заклад

Джерело: [1, с. 20]

Джерела видатків (їхній склад і структура) визначаються внутрішніми і зовнішніми факторами, у тому числі їхньою предметною спрямованістю,

економічним змістом та ін.

Розглянемо як здійснюється розподіл обсягу видатків Державного бюджету закладам вищої освіти. Розподіл відбувається за формулою, яка розглядається центральним органом влади, що реалізує та забезпечує формування державної політики у галузі освіти. З огляду на це враховуються такі параметри:

- рівень результативності зовнішнього незалежного оцінювання вступників;
- показники наукової і освітньої діяльності закладу;
- кількість здобувачів вищої освіти за освітньо-кваліфікаційними рівнями та спеціальностями і співвідношенням вартості освітніх послуг.

Обсяг видатків Державного бюджету закладам вищої освіти затверджується КМУ.

Фінансове забезпечення освітніх послуг в Україні має відбуватися з позицій раціонального використання фінансових ресурсів, а саме:

- у сфері освіти в цілому;
- у кожній його освітній установі та ланці;
- безпосереднього внеску працівників освіти у підвищення якості освітніх послуг;
- відносного й абсолютного зниження рівня витрат ресурсів у сферах матеріального виробництва від науково-технічних розробок, які реалізуються фахівцями в інших галузях освіти.

З нашої точки зору, можливість забезпечити розширення джерел фінансового забезпечення, посилення контролю за результативним розподілом фінансових ресурсів, здійснення системного оцінювання цільового використання коштів дасть різноманітність залучення джерел фінансового забезпечення освітніх послуг в Україні.

На засадах принципу субсидіарності з врахуванням чинників повноти надання та наближення послуги до споживача відбувається розмежування видатків між місцевими бюджетами. Види видатків за цими чинниками

поділяються на групи:

– видатки на фінансове забезпечення бюджетних установ та заходів, які забезпечують надання гарантованих державою послуг, і які знаходяться ближче до споживачів. З бюджетів міст, селищ, сіл та їхніх об'єднань здійснюються ці видатки;

– видатки на фінансове забезпечення бюджетних установ та заходів, які забезпечують надання основних для всіх громадян України гарантованих державою послуг. З районних бюджетів та бюджетів міст обласного значення здійснюються ці видатки;

– видатки на фінансове забезпечення бюджетних установ та заходів, які забезпечують гарантовані державою послуги для окремих категорій населення або фінансове забезпечення програм, необхідність в яких спостерігається в усіх регіонах нашої країни.

Джерела видатків (їхній склад і структура) визначаються багатьма факторами, у тому числі їхньою предметною спрямованістю, економічним змістом. Державі пропонуємо керуватися пріоритетністю об'єктів фінансового забезпечення. Процес планування видатків має зводитися до проблем вибору між конкуруючими потребами з огляду на недостатній обсяг коштів для фінансового забезпечення всіх потреб.

На наше переконання, фінансове забезпечення освітніх послуг в Україні буде дієвим тоді, коли гроші поступатимуть у повному (достатньому) обсязі та на принципах прозорості. Крім цього, систему централізованого фінансового забезпечення пропонуємо доповнювати громадським контролем за якістю надання послуг та використанням ресурсів на місцевому рівні.

Наразі недержавна форма фінансового забезпечення освітніх послуг в Україні є вагомою. Розвиток недержавної форми фінансового забезпечення відбувається поступово. Використання окремих джерел з різних обставин є доволі обмеженою. Перешкодою для фінансового забезпечення освітніх послуг в Україні з боку недержавних інституцій (фінансових структур) є непрозорість бюджетного процесу як на рівні міста чи району, так і на рівні окремих освітніх

закладів.

Програмно-цільовий метод виступає одним із додаткових джерел фінансового забезпечення освітніх послуг в Україні. Цей метод є сукупністю способів і прийомів за допомогою проєкту або програми. За програмно-цільовим методом планування передбачає обґрунтування показників від зворотного, тобто від обґрунтування певної цілі (результату), яка має бути реалізованою, лиш згодом визначається ресурсний потенціал, необхідний для досягнення результативності. За цим методом джерела фінансового забезпечення освітніх послуг в Україні мають бути ретельним чином обґрунтованими.

З огляду на це вагомою складовою програмно-цільового методу фінансового забезпечення освітніх послуг, а саме видаткової частини на ці освітні послуги є оцінювання та визначення показників результативності державної програми.

У роботі обґрунтовано, що викликами сьогодення є застосування різноманітних джерел фінансового забезпечення освітніх послуг, результативне нарощування фінансових ресурсів, що призведе до розширення джерел фінансового забезпечення, рівності до отримання освітніх послуг усіма категоріями громадян.

#### **Список використаних джерел:**

1. Коваленко Ю. М. Фінансування закладів вищої освіти в Україні : монографія. Ірпінь : Університет ДФС України, 2020. 238 с.

2. Сидор Г. В., Вербіцька І. І., Савків У. С. Ефективність бюджетного менеджменту у формуванні регіональної освіти. Сучасні проблеми обліку, аналізу, аудиту й оподаткування суб'єктів господарської діяльності: теоретичні, практичні та освітянські аспекти : зб. наук. праць за матер. V Всеукр. наук.-практ. конф., (м. Дніпро, 30–31 берез. 2021 р.). Дніпро : НМетАУ, 2021. С. 507–510. URL: <https://nmetau.edu.ua/ua/mdiv/i2014/p2188>.

3. Сидор Г. В., Вербіцька І. І., Савків У. С. Бюджетний менеджмент у формуванні регіональної освіти. Наука в Південному регіоні України: здобутки

та перспективи розвитку : матер. Міжнар. наук.-практ. конф., присвяченої 50-річчю Південного наукового центру НАН України і МОН України (м. Одеса, 16 квіт. 2021 р.). Одеса, 2021. С. 65–67.

4. Сидор Г. В., Вербіцька І. І. Проблематика вдосконалення та ефективного управління фінансуванням освіти. Економічний розвиток держави, регіонів і підприємств: проблеми та перспективи : матер. IV Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. молодих учених (м. Львів, 28–29 квіт. 2021 р.). Львів, 2021. С. 151–152.

5. Сидор Г. В., Вербіцька І. І., Савків У. С. Практика бюджетного менеджменту у формуванні НУШ. *Університетська наука і освіта: традиції та інновації* : матер. Міжнар. наук.-метод. конф. (м. Харків, 13–14 трав. 2021 р.). Харків, 2021. С. 178–181.

## **ПРОГНОЗУВАННЯ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-БАНКІНГУ В УКРАЇНІ**

**Блізнякова В. О., студентка**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Квасній Л. Г.,  
Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка*

На даний час, банківська діяльність є одним з найкращих підґрунть для запровадження комп'ютерних технологій. За останні кілька років банківська система активно розвинулась і надалі невпинно продовжує удосконалюватись.

Ера комп'ютеризації банківської діяльності розпочалась ще у 60-ті роки ХХ століття. Тоді відбулась поява перших автоматизованих систем бухгалтерського обліку операцій щодо клієнтських рахунків і платежів по чеках.

У 70-тих роках відбувся прогрес, який стосувався роботи з клієнтами. У 90-ті роки, з переходом до ринкових відносин, виникла велика кількість банківських установ, що спричинило проблему використання сучасних технологій у їхній діяльності. Це зумовило появу обчислювальної техніки, застосування засобів зв'язку та сучасних програмних продуктів у банківських установах України.

Зараз банківські системи мають змогу впроваджувати сучасні системи автоматизації практично всієї банківської діяльності. Серед головних можливостей банківських систем, слід зазначити системи електронної пошти, бази даних на основі «клієнт-сервер», засоби віддаленого доступу до мережевих ресурсів системи, для роботи з мережами банкоматів і багато іншого [1].

У зв'язку з удосконаленням мобільних технологій та пандемією, яку спричинив ковід-19, особливої актуальності набуло питання використання Інтернет-банкінгу. При його активному розвитку невідмінно зростає кількість та якість послуг, що надаються.

Серед банківської системи перше місце одержав «ПриватБанк», який вважається найкращим інтернет-банком України. Такі лідируючі позиції багато у чому можна пояснити добре налагодженою ним інфраструктурою обслуговування [4].

Обслуговування клієнтів засобами Інтернет-банкінгу повинне базуватись на таких принципах: доступність, конфіденційність, простота у використанні, оперативність, комплексність, цілісність інформації, аутентифікація [2].

Аналізуючи результати дослідження, можна стверджувати, що розвиток Інтернет-банкінгу в Україні відбувається швидкими темпами. Але існують причини, які в свою чергу сповільнюють цей процес, а саме: недоліки та недостатня гнучкість законодавства для впровадження окремих видів послуг, консервативність, необізнаність та насторожене ставлення клієнтів, недостатня кількість користувачів мережі Інтернет у сільських населених пунктах та її нерівномірне покриття. Дані проблеми постійно контролюються. Банки залучають маркетологів та менеджерів для їх вирішення, адже у розширенні послуг дистанційних систем є значні переваги, такі як: автоматизація роботи операціоністів банку, зменшення собівартості послуг, зменшення обсягів паперової роботи, підвищення якості обслуговування [3].

Система інтернет-банкінгу потребує значних фінансових вкладень, людських інтелектуальних зусиль для її постійної підтримки та вдосконалення,

що дає можливість повноцінно використовувати її, як правило, великим банкам («ПриватБанк» (Приват24), «Ощадбанк» (Ощад 24/7), тощо). Більшість невеликих банків не володіють системою дистанційного обслуговування інтернет-банкінгу або вона зводиться лише до обмеженої кількості послуг, таких як відкриття депозиту та переказ коштів.

Завоювання ринків збуту банківської продукції при впровадженні новітніх технологій дасть змогу забезпечити стабільне джерело доходів, відповідно до потреб і перспектив розвитку банківських установ, що за умов пандемії є необхідністю. Через ситуацію, яка склалась у світі та Україні, зокрема, відвідування фізичних банківських установ варто зводити до мінімуму, що може призвести до погіршення фінансового становища банківської установи, якщо у ній буде відсутній або неврегульований Інтернет-банкінг.

Отже, можна стверджувати, що незважаючи на деякі труднощі, рух банківських послуг у напрямку розвитку інноваційних технологій є невід'ємною складовою сучасного банківського бізнесу.

#### **Список використаних джерел:**

1. Антонов В. Н. Інтелектуально-експертна графічна система. *Інформатизація і нові технології*. 1996. № 2. С. 17–20.
2. Вовчак, О. Д., Шпаргало Г. Є., Андрейків Т. Я. Платіжні системи : навч. посіб. Київ : Знання. 2008. 341 с.
3. Кучанський О. Ю., Мазурак В. В. Перспективи розвитку в Україні систем дистанційного банківського обслуговування клієнтів. *Управління розвитком складних систем*. 2015. № 23 (1). С. 115 – 119.
4. Онищенко Ю., Дем'яновська Д. Оцінка стану дистанційного обслуговування клієнтів в банках України. *Приазовський економічний вісник*. 2017. Вип. 2 (02). С. 141–145.



## ДОХОДИ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ

**Вінницька О. А.**, к. е. н., доцент,  
**Голенко В. М.**, здобувач вищої освіти,  
*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Важливою метою бюджетної політики держави є створення умов для економічної стабільності та сталого довгострокового зростання, зменшення міжрегіональних дисбалансів. Серед основних інструментів досягнення цих цілей – доходи та видатки місцевих бюджетів. Підґрунтям фінансової бази органів місцевого самоврядування є доходи місцевих бюджетів, які втілюють економічну самостійність місцевих органів влади, сприяють розвитку місцевої інфраструктури.

Європейська хартія місцевого самоврядування, підписана та ратифікована Україною, зазначає, що органи місцевого самоврядування мають право та можливість регулювати та керувати значною часткою державних справ, що належать до їхньої компетенції, в інтересах місцевого населення. Законом України «Про місцеве самоврядування в Україні» визначено, що фінансовою основою місцевого самоврядування є доходи місцевих бюджетів [1].

Необхідний процес зміцнення дохідної частини місцевих бюджетів шляхом збільшення власних та частини закріплених за ними податків, зборів і платежів, встановлення стабільних і довгострокових відрахувань від загальнодержавних податків і зборів, що забезпечить спроможність місцевого самоврядування, ефективно функціонувати та виконувати свої повноваження [2].

Правовою основою формування дохідної частини місцевих бюджетів України вважаються:

- нормативно-законодавче регулювання формування фінансових потоків бюджетів місцевого рівня;
- повноваження органів управління у сфері формування відповідних бюджетів;

– основні підходи до фіскального регулювання місцевих бюджетів на етапах: процес розгляду, затвердження та виконання бюджетів.

Дотримання правових норм і фінансової дисципліни у цій сфері означає своєчасне та повне виконання всіма суб'єктами бюджетних правовідносин майнових, насамперед грошових зобов'язань [3, с. 351].

При формуванні доходів місцевих бюджетів у світовій практиці перевага надається двом альтернативним принципам. Це, зокрема, принцип бюджетної еквівалентності, який містить ідею справедливості оподаткування по відношенню до громадян, підприємств та жителів регіонів у цілому. Відповідно до цього принципу, доходи місцевих бюджетів мають відповідати податковому навантаженню на жителів регіонів, а отже, можливості для них отримувати суспільні блага та послуги за рахунок місцевих бюджетів мають зростати із збільшенням податків у певну територію. Другий принцип базується на розумінні громадянської солідарності, а також на ряді економічних аргументів відповідно, на які держава намагатиметься вирівняти фінансові можливості регіонів [4, с. 11].

Законом України «Про місцеве самоврядування в Україні» визначено, що доходи місцевих бюджетів формуються за рахунок власних джерел, визначених законом та закріплених у встановленому порядку, загальнодержавних податків, зборів та інших обов'язкових платежів. Тобто в дохідній частині місцевого бюджету окремо виділяються доходи, необхідні для виконання власних повноважень, та доходи, необхідні для забезпечення реалізації делегованих повноважень органів влади [1].

Склад доходів місцевих бюджетів визначається Бюджетним кодексом України (статті 64, 66, 69 Кодексу) та законом про Державний бюджет України. Доходи місцевого бюджету відносять до загального або спеціального фонду. У складі доходів спеціального фонду виділяється дохід бюджету розвитку. Кошти державного бюджету, що перераховуються у вигляді дотацій та субвенцій, затверджуються законом про Державний бюджет для кожного відповідного місцевого бюджету.

Враховуючи викладене, найпоширенішим класифікаційним критерієм, який визнається всіма вченими при дослідженні доходів місцевих бюджетів, є поділ доходів за способом формування на власні та закріплені. Проте протягом тривалого часу висновки вчених щодо змісту та призначення цих видів доходів суттєво розходяться [5].

Виділення власних доходів місцевого самоврядування як окремого джерела формування бюджетного потенціалу відбулося з прийняттям Європейської хартії місцевого самоврядування, в якій зазначено, що місцеві органи влади мають право в рамках національної економічної політики відповідні фінансові ресурси, якими вони можуть вільно розпоряджатися в межах своїх повноважень.

Досліджуючи власні доходи, А. П. Кириленко стверджує, що їх формування відбувається в результаті дій і рішень органів місцевого самоврядування [6, с. 36]. У той же час В.І. Кравченко, А.В. Лучко визначають територіальну локалізацію власних джерел наповнення бюджету, тобто ці надходження збираються на території, на яку поширюється юрисдикція відповідної місцевої ради. Власні доходи відносять виключно до місцевих бюджетів, незалежність органів місцевого самоврядування у використанні цих доходів не обмежується органами влади.

На основі узагальнення думок науковців можна стверджувати, що головною ознакою власних доходів є їх безпосереднє підпорядкування місцевому владі.

#### **Список використаних джерел:**

1. Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні» від 21.05.1997 № 280/97-ВР. Із змінами і доповненнями. URL: <http://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 26.10.2021).

2. Вінницька О. А., Чвортко Л. А., Корнієнко Т. О. Стратегические направления совершенствования процесса формирования доходов местных бюджетов. *Економіка. Фінанси. Право*. 2019. № 4(2). С. 45–48.

3. Дмитровська В. С. Теоретичні засади формування доходів місцевих бюджетів. *Вісник Житомирського державного технологічного університету. Сер.: Економічні науки*, 2013. Т.№ 1. С. 349-353.

4. Бондарук Т. Г. Економіко-статистичний аналіз формування доходів місцевих бюджетів. *Статистика*, 2013. № 4. С.7–15.

5. Вінницька О. А., Чвертко Л. А., Корнієнко Т. О. Міжбюджетні трансферти як інструмент бюджетного регулювання. *Економіка. Фінанси. Право*, 2018. № 10. С. 31–34.

6. Кириленко О. П. Місцеві фінанси : навч. посіб. Тернопіль : Астон, 2004. 140 с.

## **СТРАХУВАННЯ МАЙНА У СИСТЕМІ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ**

**Волошина Д. О.**, *магістрантка*  
*Науковий керівник: к. е. н. Козій Н. С.,*  
*Університет державної фіскальної служби України*

Страховання майна – це комплексна галузь, в якій за численними ознаками класифікації виділяють різні види. Види майнового страхування різняться за страхувальниками. Серед видів майнового страхування для юридичних осіб вирізняють страхування майна на випадок вогню, стихійного лиха та крадіжки, страхування майна сільськогосподарських підприємств та страхування технічних ризиків. Як свідчить аналіз вітчизняної та зарубіжної страхової практики, найпоширенішим видом є страхування майна промислових підприємств від вогню. Серед видів майнового страхування для фізичних осіб виділяють страхування будівель, страхування тварин, страхування домашнього майна.

Послуги зі страхування майна є важливою складовою фінансових послуг. Предметом майнового страхування є майнові інтереси суб'єктів господарювання та фізичних осіб щодо забезпечення його збереження та мінімізацією збитків у результаті його втрати чи пошкодження. Об'єктом майнового страхування виступають ризики, які приймаються на страхування. Серед ризиків майнового страхування слід виділити природні ризики; технічні

ризиками; ризиками, пов'язані з людським чинником, та ризиками, пов'язані з економічною діяльністю.

При страхуванні майна страхова сума не може перевищувати його дійсної вартості на момент укладання договору. Під дійсною вартістю майна найчастіше розуміється відновлювальна (балансова) вартість. Договори страхування майна можуть бути укладені на один рік і на невизначений термін зі щорічним перерахунком вартості майна і суми річних платежів. Для договору, укладеного на невизначений термін, якщо певний відсоток страхової премії на наступний рік буде сплачено до кінця року (зазвичай 20 – 25 %), він буде вважатися перенесеним на наступний рік [2].

Страхування майна має багато характеристик, серед яких:

- велика сума витрат на статтю, велика сума страхування, велика сума відповідальності страховика, тому важливість захисту інтересів страховика-перестраховальника;

- існують специфічні індивідуальні ризики в різних галузях промисловості, таких як нафтова промисловість, металургійна промисловість, електроенергетика, целюлозно-паперова промисловість;

- потрібна грамотна оцінка ризиків та процес андеррайтингу (формування умов страхування);

- довгострокове побудова планів страхування (переоцінка основних засобів, інженерні вишукування, переселення ризиків тощо);

- погашення збитків займає багато часу і вимагає участі професійних компаній та професіоналів галузі.

Страхувальниками у майновому страхуванні можуть бути юридичні й (або) фізичні особи. Залежно від того, хто виступає у ролі страхувальника, ця галузь страхування охоплює дві підгалузі:

1. Страхування майна юридичних осіб (виробничого майна): нерухоме майно; обладнання; устаткування; транспортні засоби; вантажі; інструменти; інше майно підприємств.

2. Страхування майна фізичних осіб (особистого майна): будівлі та

квартири громадян; домашні тварини; транспорт; домашнє майно та майно на садибі; інше майно [1].

Фізичні особи найчастіше страхують транспортні засоби, домашнє майно, будівлі, квартири (на випадок ремонту), тварин та ін. На думку багатьох вітчизняних дослідників, головною проблемою, що перешкоджає збільшенню валових страхових премій, є саме недовіра населення до страхових компаній.

Головними причинами цього є: низький рівень якості страхових послуг, незначний обсяг страхових виплат, недосконалість нормативно-правової бази, неврахування інтересів населення при здійсненні страхування, непорядність деяких страхувальників [4].

Поки що про страхові продукти найкраще знають люди середнього віку. На нашу думку, необхідно підвищити інтерес здобувачів вищої освіти та старшокласників як потенційних страховиків до різноманітних страхових продуктів [3].

Отже, необхідно заохочувати громадян та суб'єкти господарювання до підписання договору страхування майна як одного із способів захисту майна. Також необхідно підвищити рівень обізнаності населення щодо страхових послуг, які надають страхові компанії. Для цього слід законодавчо закріпити обов'язок страховиків працювати над інформаційним насиченням споживачів страхових послуг. Такий крок в страхуванні буде не тільки спрямований на популяризацію, але й дасть можливість ретельніше оцінити вигоди від страхових продуктів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Вовчак О. Д. Страхова справа : підручник. Київ : Знання, 2011. 391 с.
2. Марценюк-Розарьонова О. В., Шуляк О. В. Майнове страхування, його особливості, значимість та перспективи розвитку. *Збірник наукових праць ВНАУ*. 2013. № 4 (81). С. 130 – 137.
3. Петрішина Т. Проблеми реалізації послуг зі страхування (майна) підприємств. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2013. Вип. 5. Т.2. 239 с.

4. Рубан С. О. Тенденції розвитку майнового страхування в Україні. 2011.  
URL: <https://is.gd/J6v8iX>.

## **ФОРМИ БЕЗГОТІВКОВИХ РОЗРАХУНКІВ ТА ЇХ УДОСКОНАЛЕННЯ**

**Гаврилюк Д. П., магістрант**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Білошкурський М. В.,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

У ринкових умовах господарювання особлива увага приділяється правильній організації безготівкових розрахунків. Безготівкові розрахунки – це частина економіки, що забезпечує перерахування коштів з банківського рахунку одного підприємства на рахунок іншого. У таких випадках банк є фінансовим посередником. Послуги, які він надає своїм клієнтам – підприємствам, підприємцям і фізичним особам, є одними з найважливіших аспектів фінансової системи будь якої країни.

Порядок ведення безготівкових розрахунків встановлюється законодавством та Національним банком. Здійснення безготівкових операцій через банк значно знижує потребу в готівкових коштах, допомагає концентрувати в банку вільні кошти для кредитування, окрім того, це – швидкий, зручний та безпечний спосіб оплати товарів і послуг. Учасниками безготівкових розрахунків виступають банківські установи та їх філії, фізичні особи та підприємства на рахунки яких зараховуються або з яких списуються кошти. Готівковий і безготівковий грошовий обороти тісно пов'язані між собою, вони реалізуються через перехід однієї форми обігу в іншу [1].

Внутрішня організація даної системи розрахунків повністю виражається через їх форми. Вони об'єднують комплекс усіх розрахункових документів, регламент їх оформлення, приймання та зберігання банківськими установами, та відповідну документацію. У кожній з форм безготівкових розрахунків є певна сукупність ознак, структура та конкретний механізм платежу. Необхідність використання якоїсь конкретної форми розрахунків формується поставленим завданням, змістом і методами розв'язання проблем, які встановлюються господарськими суб'єктами.

В Законі України «Про платіжні системи і переказ грошей в Україні» відсутній такий термін, як «форма розрахунків». Але є певний перелік форм розрахунків, які використовують при здійсненні переказу, а саме: «вексельна, акредитивна інкасова, ... за гарантійними зобов'язанням, за чеками, з використанням документів на переказ, що регулюються цим Законом» [2].

У нинішніх ринкових умовах застосовують такі форми безгрошових розрахунків:

- платіжні доручення;
- платіжні вимоги-доручення;
- чеки;
- акредитиви;
- платіжні вимоги;
- векселі;
- інкасові доручення (розпорядження) [3].

Безготівковий обіг має чимало проблем, котрі потребують негайного вирішення. Для початку, це недосконала юридично-правова база, низький рівень росту інфраструктури та велика собівартість операцій тощо. Безготівкові розрахунки дуже вигідно використовувати в державних цілях, тож проблеми, пов'язані з їх організацією, потрібно вирішити якомога швидше.

Шляхами вирішення проблем організації безготівкового грошового обороту є:

*на рівні держави:*

- вдосконалення юридично-правової бази щодо порядку роботи системи безгрошових розрахунків, що дуже важко зробити, особливо через відсутність політичної волі;
- підтримка тісного зв'язку безготівкового та справжнього товарообороту;
- формування нової системи контролю з приводу здійснення безгрошових операцій і створення розрахункової документації;



– встановлення в Україні діючої в країнах ЄС системи (Єдина національна система банківських карток) з урахуванням досвіду платіжної системи європейських країн;

– постійний пошук нових дієвих механізмів організації безготівкових розрахунків, які б дали змогу здолати кризові явища і процеси у грошовій сфері;

*на рівні банків:*

– створення стимулу до використання безгрошових розрахунків, тому що наразі люди вважають, що ліпше тримати заощадження поза банківських установ та користуватися готівкою;

– забезпечити повний захист конфіденційних даних клієнтів під час здійснення безготівкових операцій;

– здійснити контроль за обмеженням використання готівкових коштів при укладанні тих чи інших угод про купівлю-продажі [4].

Отже, безготівкові операції є певною системою і виступають одним з найважливіших методів розрахунку між підприємствами в Україні та поза її межами. В сучасних умовах ринкової економіки облік і організація безготівкових розрахунків є важливими функціями ефективного управління банківською установою. Розширення сфери безготівкових розрахунків сприяє прозорості платежів та економічному росту країни. Нові форми і напрямки безгрошових розрахунків стрімко розвиваються.

#### **Список використаних джерел:**

1. Форми безготівкових розрахунків. Розрахункові документи та порядок їх оформлення. URL: <http://ukr.vipreshebnik.ru/groshi/508-formi-bezgotivkovikh-rozrakhunkiv-rozrakhunkovi-dokumenti-ta-poryadok-jikh-oformlennya.html>.

2. Про платіжні системи та переказ коштів в Україні : Закон України від 05.04.2001 № 2346-III. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2346-14#Text>.

3. Чкан І. О. Безготівкові розрахунки – сучасний спосіб оплати. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»*. 2014. Вип. 27. С. 121–124.

4. Матвеев В. В., Гайдаржийська О. М., Задорожна А. В. Дослідження теоретичних аспектів організації та здійснення безготівкових розрахунків. *Економіка і суспільство*. 2018. Вип. 15. С. 863–866.

## **ДЕЯКІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ**

**Грищенко М. В.**, здобувач

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Ганзюк С. М.,  
Дніпровський державний технічний університет*

Ринок банківських продуктів та послуг має велике значення для ефективної реалізації грошово-кредитної політики та, безперечно, виконує широкий спектр важливих функцій для економіки країни. Особлива роль банківських інституцій полягає, насамперед, в забезпеченні економічного зростання, розширенні можливостей юридичних осіб щодо залучення необхідних фінансових ресурсів, у збереженні та примноженні заощаджень домогосподарств, задоволенні споживчих потреб.

Інтернаціоналізація, трансформація глобального банківського сектору, концентрація міжнародного банківського капіталу, наслідки боротьби з пандемією ставлять перед банківськими системами світу нові вимоги щодо фінансової стійкості та спроможності інтегруватися у світовий простір, що вимагає вдосконалення системи нагляду за банківською діяльністю. Серед останніх адаптивних змін до сучасних реалій в Україні можна вважати запровадження НБУ у березні 2021 року дистанційного підходу до інспекційних перевірок банків в умовах карантину, який має забезпечити безперервність банківського нагляду в умовах карантину та зменшити ризики для здоров'я працівників банків та Національного банку [1].

Найважливіші функції банків, як відомо, полягають у забезпеченні безперебійного грошового обігу капіталу, в фінансуванні підприємств та в постійному обслуговуванні клієнтів, а також створенні сприятливих умов для залучення коштів із метою нагромадження заощаджень у національній економіці. Адже саме стабільність та прозорість функціонування, ефективне управління є запорукою зростання залучених депозитів та привабливості для

інвесторів. Формування та розвиток банківської системи України на сучасному етапі є важливим питанням для науковців та дослідників. Особливості цієї сфери в розвитку фінансової системи є досить актуальними.

Станом на початку 2021 року в Україні діяли 73 банківських установ, 33 з яких – банки з іноземним капіталом. В таблиці представлено динаміку зміни кількості банків за період з 01.01.2016 по 01.01.2021.

*Таблиця 1*

**Зміна кількості банків в Україні за 2015–2020 рр., [2]**

Дата	Кількість діючих банків	З них з іноземним капіталом
на 01.01.2016	117	41
на 01.01.2017	96	38
на 01.01.2018	82	38
на 01.01.2019	77	37
на 01.01.2020	75	35
на 01.01.2021	73	33
Зміна 2020/2015 рр., %	–37,6%	–19,5%

Як видно з таблиці, за останні шість років кількість діючих банків зменшилося на 44 од. або на 37,6%, з іноземним капіталом на 8 або на 19,5%. Основними причинами цих змін була непрозорість діяльності значної кількості банків та їх приналежність до так званих олігархічних кланів. Різке скорочення кількості комерційних банків, що відбувалося ще починаючи з 2014 р., стало результатом кардинальної трансформації засад і механізмів роботи всієї вітчизняної банківської системи, подолання її застарілих проблем.

Успішний розвиток діяльності банківських інституцій та всієї банківської системи залежить, насамперед, від довіри до них з боку вкладників [3]. Підвищення, а, найчастіше, повернення довіри до банків – це актуальне завдання загальнодержавного масштабу, зволікання з його вирішенням може найближчим часом значно загальмувати розвиток економіки країни в цілому. Тому необхідно невідкладно вживати заходів: насамперед, повинні діяти самі банківські інституції, створюючи нові вигідніші для вкладників пропозиції та продукти; налагодити законодавчий і судовий захист прав та інтересів банкірів, що, по суті, свідчить про недооцінку ролі банківського сектору і навіть певну

неповагу до них з боку органів управління; також, щоб збільшити довіру до банків, потрібно налагоджувати систему гарантування вкладів фізичних осіб.

#### **Список використаних джерел:**

1. Постанова Правління Національного банку від 2 березня 2021 року № 23 «Про особливості проведення інспекційних перевірок під час карантину». Офіційний веб-портал Верховної Ради України. URL: [https://bank.gov.ua/ua/legislation/Regulation\\_02032021\\_23](https://bank.gov.ua/ua/legislation/Regulation_02032021_23) (дата звернення: 16.09.2021).

2. Основні показники діяльності банків. Офіційний веб-портал НБУ. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/supervision-statist/data-supervision#5> (дата звернення: 18.09.2021).

3. Щуревич О. Розвиток системи банківського регулювання та нагляду в Україні. *Вісник Львівського університету*. Серія економічна. 2015. Вип. 52. С.65–70.

## **КОНТРОЛЬНІ ПОВНОВАЖЕННЯ ОРГАНІВ КАЗНАЧЕЙСЬКОЇ СЛУЖБИ**

**Гріщенко О. О., студентка**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Пилявець В. М.,  
Вінницький навчально-науковий інститут економіки ЗУНУ*

Державна казначейська служба України контролює дотримання Єдиних правил обліку та звітності по бюджетах усіх рівнів і кошторисах, спрямування коштів за цільовим призначенням на стадії здійснення операцій із виконання бюджету на підставі документів розпорядників коштів, поданих до оплати.

До компетенції органів казначейства належить здійснення контролю:

– за дотриманням єдиних правил ведення бухгалтерського обліку і складання звітності про виконання бюджетів, кошторисів та інших документів, що застосовуються в процесі касового виконання бюджетів;

– за відповідністю кошторисів розпорядників бюджетних коштів розписам відповідних бюджетів;

- бюджетних повноважень при зарахуванні надходжень і реєстрації зобов'язань розпорядників бюджетних коштів;
- за відповідністю платежів узятим зобов'язанням та бюджетним асигнуванням у процесі оплати витрат бюджетних установ;
- за процесом виконання бюджетів, а також за надходженням і використанням коштів державних цільових фондів.

Метою фінансового контролю, що здійснюється органами Державної казначейської служби, є зменшення кількості та обсягів порушень бюджетного законодавства і недопущення використання бюджетних коштів не за призначенням; взяття зобов'язань розпорядниками бюджетних коштів понад обсяги виділених бюджетних асигнувань.

Перший етап. Організація роботи органів казначейства щодо забезпечення обліку бюджетних асигнувань та контролю за їх дотриманням.

Міністерство фінансів України у визначений термін подає затверджений річний розпис призначень державного бюджету та розпис асигнувань загального фонду державного бюджету ДКС України. Розпорядники коштів усіх рівнів наступного робочого дня після отримання витягу з розпису подають затверджені кошториси бюджетних установ та плани асигнувань із загального фонду бюджету відповідним органам державної казначейської служби, де вони звіряються з даними отриманого розпису на відповідних бухгалтерських рахунках. У разі невідповідності кошторисів і планів асигнувань розпорядники бюджетних коштів повинні привести зазначені документи у відповідність із витягом.

Другий етап. На цьому етапі встановлюються призначення частини бюджетних асигнувань для покриття конкретних витрат згідно з затвердженим бюджетом. Реєстрація на етапі прийняття зобов'язання необхідна з двох причин: для контролю фактичної наявності бюджетних коштів з метою взяття нових зобов'язань, а також для відстеження нових зобов'язань та їх наслідків з метою прогнозу впливу наявних коштів з єдиного казначейського рахунку.

Третій етап. Виділення бюджетних асигнувань ДКС України. На підставі ресурсного балансу на відповідний період, бюджетних призначень та з урахуванням неоплачених фінансових зобов'язань складаються пропозиції про виділення бюджетних зобов'язань із загального фонду державного бюджету в розрізі головних розпорядників бюджетних коштів.

Четвертий етап. Підставою для здійснення видатків розпорядників та одержувачів бюджетних коштів є платіжні доручення, подані розпорядниками коштів, і документи, які підтверджують цільове спрямування коштів. Розрахункові документи, які підтверджують необхідність оплати рахунків, до проведення оплати залишаються в органі казначейства і повертаються розпорядникові коштів після здійснення оплати.

Документи приймаються органами казначейства від розпорядників бюджетних коштів:

- за загальним фондом та іншими доходами спеціального фонду
- відповідно до зареєстрованих в органах Державної казначейської служби зобов'язань згідно з кошторисними призначеннями та помісячними планами асигнувань із загального фонду бюджету, в межах залишку коштів на рахунку за всіма кодами економічної класифікації видатків;

- за спеціальним фондом (крім інших доходів спеціального фонду) - відповідно до кошторису призначень та в межах залишків коштів на рахунку.

Попередній контроль проводиться на етапі реєстрації зобов'язань розпорядників бюджетних коштів, особливо на стадії санкціонування дозволу на витрачання бюджетних коштів.

Під час взяття зобов'язань слід розмежувати:

- поточні зобов'язання
- перехідні зобов'язання

Поточний контроль здійснюється у процесі оплати рахунків розпорядників і одержувачів бюджетних коштів. Для оплати витрат бюджетна установа подає до відповідного органу ДКС України документи, що підтверджують факт виконання взятого зобов'язання.

Органи казначейства проводять перевірку:

– відповідності платіжних документів бюджетного розпису та затвердженому кошторису;

– наявності підтверджувальних документів, а також правильності заповнення реквізитів.

Підтверджувальні документи засвідчують факт придбання товару, виконання робіт, надання послуг і є важливим інструментом контролю за цільовим спрямуванням бюджетних коштів.

Отже способи реалізується на механізмах поточного контролю за витрачанням бюджетних коштів, за якого видатки здійснюються безпосередньо на користь суб'єктів господарської діяльності на підставі первинних документів розпорядників бюджетних коштів, що підтверджують необхідність і доцільність видатків.

#### **Список використаних джерел:**

1. Контрольні повноваження органів казначейської служби. URL: [https://pidru4niki.com/1499052846101/ekonomika/kontrolni\\_povnovazhennya\\_organiv\\_kaznacheyskoyi\\_sluzhbi](https://pidru4niki.com/1499052846101/ekonomika/kontrolni_povnovazhennya_organiv_kaznacheyskoyi_sluzhbi) (дата звернення: 18.10.2021).

2. Контроль у системі казначейства. URL: [http://shatohina-v-i.at.ua/kazna/lekcii/tema\\_9\\_kontrol\\_u\\_sistemi\\_kaznachejstva.pdf](http://shatohina-v-i.at.ua/kazna/lekcii/tema_9_kontrol_u_sistemi_kaznachejstva.pdf) (дата звернення: 18.10.2021).

## **ОРГАНІЗАЦІЙНО-ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АНАЛІЗУ ДОХОДІВ, ВИТРАТ ТА ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ**

**Губарик О. М., к. е. н., доцент,  
Геркіял Н., студент,  
Дніпровський державний аграрно-економічний університет**

Для багатьох підприємців успіх вимірюється прибутковістю і досягається за рахунок збільшення доходів і зниження витрат. Ефективне управління доходами і витратами можливо тільки за умови повного інформаційного забезпечення, яке формується за допомогою системи обліку фінансових результатів. Фінансовий аналіз діяльності господарюючих суб'єктів -

надзвичайно важлива складова процесу управління підприємством, оскільки дає керівникам актуальну і значиму інформацію про існуючий стан підприємства, перспективи та способи його поліпшення. Але для того, щоб провести бездоганний фінансовий аналіз і отримати економічно надійні показники і повну картину підприємства, важливим питанням є забезпечення інформаційної бази для проведення такого аналізу. Інформаційна підтримка відіграє важливу роль в успішному функціонуванні будь-якого підприємства, оскільки саме розвиток інформаційного забезпечення є одночасно необхідною умовою і умовою вдосконалення системи управління діяльністю підприємства.

Система інформаційного забезпечення фінансової незалежності підприємств покликана вирішити поставлені завдання, та базується на своєчасному отриманні і аналізі отриманої інформації і ухваленні раціональних управлінських рішень. Обґрунтованість ухвалених рішень багато в чому залежить від інформації, на якій вони базуються, а ціна помилок постійно росте, оскільки ситуація в якій знаходиться підприємство постійно змінюється [1].

Одним з найважливіших факторів, що впливають на ефективність управлінських рішень, є інформаційна підтримка. Хоча цінність інформації – загальновідомий факт, як показує аналіз, на практиці їй не приділяється належної уваги.

Основою інформаційного забезпечення фінансового аналізу є фінансова звітність. Додаткова інформація (статистична звітність, дані внутрішньогосподарського (управлінського) обліку, дані вибірки, експертні оцінки) також може бути використана, але носить лише допоміжний характер.

Основним джерелом інформації для фінансового аналізу, його інформаційною основою є фінансова звітність. Фінансова звітність являє собою набір звітних форм, що відображають майнове і фінансове становище підприємства на певну дату, а також фінансові результати діяльності за звітний період, рух грошових коштів підприємства та склад власного капіталу.



Метою складання фінансової звітності є інформаційна підтримка прийняття обґрунтованих рішень в рамках операційної, фінансової та інвестиційної діяльності підприємства. В результаті аналізу фінансової звітності визначаються найважливіші показники оцінки фінансової стійкості підприємств, що свідчать або про успішність діяльності і стабільному положенні компанії, або про загрозу банкрутства. До таких показників відносяться: коефіцієнт наявності власних оборотних коштів, коефіцієнт автономності, коефіцієнт фінансування, коефіцієнт маневреності власного капіталу, співвідношення мобільних і іммобілізованих коштів, співвідношення резервів і витрат по власних джерел.

Коефіцієнт виробничої власності, коефіцієнт вартості основних засобів у власності, коефіцієнт вартості оборотних коштів у власності, коефіцієнт прогнозування банкрутства і коефіцієнт відновлення платоспроможності, при цьому сучасні технології Фінансовий аналіз вимагає значного розширення інформаційної бази. Крім стандартних форм фінансової та статистичної звітності, для характеристики стану зовнішнього економічного середовища використовуються зовнішні по відношенню до підприємства джерела інформації: ринки товарів і послуг, внутрішні та міжнародні фінансові ринки, податкові системи і інше.

Отже, повний інформаційний супровід фінансового аналізу є запорукою успішного розвитку підприємства, оскільки тільки повна і достовірна інформація може забезпечити безпомилкове прийняття рішень.

#### **Список використаних джерел:**

1. Пілецька С. Т. Система інформаційного забезпечення фінансової незалежності підприємств. *Сталий розвиток економіки*. 2010. №3. С. 290–295.

## АНАЛІЗ СТРУКТУРИ ТА ДИНАМІКИ АКТИВІВ І ПАСИВІВ БАНКІВСЬКОГО БІЗНЕСУ

Гук О. К., здобувач  
Науковий керівник: к. е. н., доцент Ганзюк С. М.,  
Дніпровський державний технічний університет

Банківський сектор є невід'ємною частиною економіки країни, через що виникає необхідність у постійному моніторингу його стану та розвитку. Розглянемо динаміку зміни обсягу активів банківської системи України та їх структури, яка представлена в таблиці 1.

Таблиця 1

### Структура та динаміка зміни активів банківської системи України за 2017–2020 рр., млн. грн., [1]

Назва показника	2017	2018	2019	2020	Зміна 2020/2017 рр., %
<b>Активи (всього)</b>	<b>1 333 831</b>	<b>1 359 703</b>	<b>1 493 298</b>	<b>1 822 814</b>	<b>+26,82%</b>
Активи в іноземній валюті	506 883	494 623	492 157	585 349	+13,40%
Загальні активи (не скориговані на резерви за активними операціями)	1 839 958	1 910 614	1 981 594	2 209 287	+16,71%
Загальні активи (не скориговані на резерви за активними операціями) в іноземній валюті	755 191	778 773	717 708	745 788	-1%
Готівкові кошти	44 099	46 941	56 304	73 348	+52%
Банківські метали	344	344	369	572	+40%
Кошти в НБУ	37 357	35 549	76 126	37 615	+0,33%
Кореспондентські рахунки, що відкриті в інших банках	96 280	86 748	118 237	176 041	+45,30%
Строкові вклади в інших банках та кредити, надані іншим банкам	28 350	33 699	34 995	50 376	+43,72%
<b>Кредити надані клієнтам</b>	<b>1 036 745</b>	<b>1 118 860</b>	<b>1 033 430</b>	<b>963 664</b>	<b>-6,53%</b>
кредити, що надані органам державної влади	1 517	2 865	4 724	11 545	+86,86%
кредити суб`єктам господарювання	864 412	919 071	821 936	752 503	-12,94%
кредити фізичним особам	170 774	196 859	206 737	199 556	+13,92%
кредити, надані небанківським фінансовим установам	42	66	33	60	+27,27%
Вкладення в цінні папери та довгострокові інвестиції	425 803	480 615	539 466	791 345	+46,19%
Резерви за активними операціями банків (з урахуванням резервів за операціями, які обліковуються на позабалансових рахунках)	511 062	556 445	492 229	375 459	-24,36%

Як видно з таблиці, загальна сума активів банківської системи за період 2017–2020 рр. зросла на 488 983 млн. грн або 26,82 % і склала станом на 1 січня 2021 року 1 822 814 млн. грн. Таке збільшення відбулося, передусім, за рахунок зростання коштів на кореспондентських рахунках, що відкриті в інших банках – на 45,30%, а також строкових вкладів в інших банках та кредитів, наданих іншим банкам – на 43,72%. Збільшився обсяг вкладень у цінні папери – майже на 46,19%. Обсяг кредитів, наданих фізичним особам, збільшився на 13,92%, а кредити надані суб'єктом господарювання скоротився до 752 503 млн. грн або на 12,94%. Найнижчий відсоток зміни складають кошти у Національному банку України – 0,33%.

Спричинені пандемією економічні перекоси не призвели до значних проблем в системі, які б могли бути причиною для виведення банківських установ з ринку. Банківська система працювала стабільно, відділення і банкомати працювали безперебійно. Істотного відпливу коштів з рахунків банків не було. Певні проблеми окремі фінансові установи мали з організацією дистанційної роботи, і з переведенням відділень у новий формат роботи. Проте подібні негаразди були тимчасовими і не мали критичного впливу на роботу банків та їхніх клієнтів [2].

На відміну від II кварталу 2020 року, за час якого значно зменшилось також кредитування, яке стримувала пандемія та пов'язані з нею карантинні заходи, у III кварталі виправдались позитивні очікування банків щодо його відновлення. Зростав попит на кредити як з боку населення, так і бізнесу. Цьому, зокрема, сприяло подальше зниження ставок за кредитами. Розглянемо структуру банківських активів станом на початку 2021 року (рис. 1) [2]. Так, в структурі активів банків України станом на 01.01.2021 року найбільшу питому вагу займали кредити надані клієнтам – 47 %, вкладення у цінні папери – 39 %, кореспондентські рахунки в інших банках – 9%, а кошти в НБУ – лише 3%.

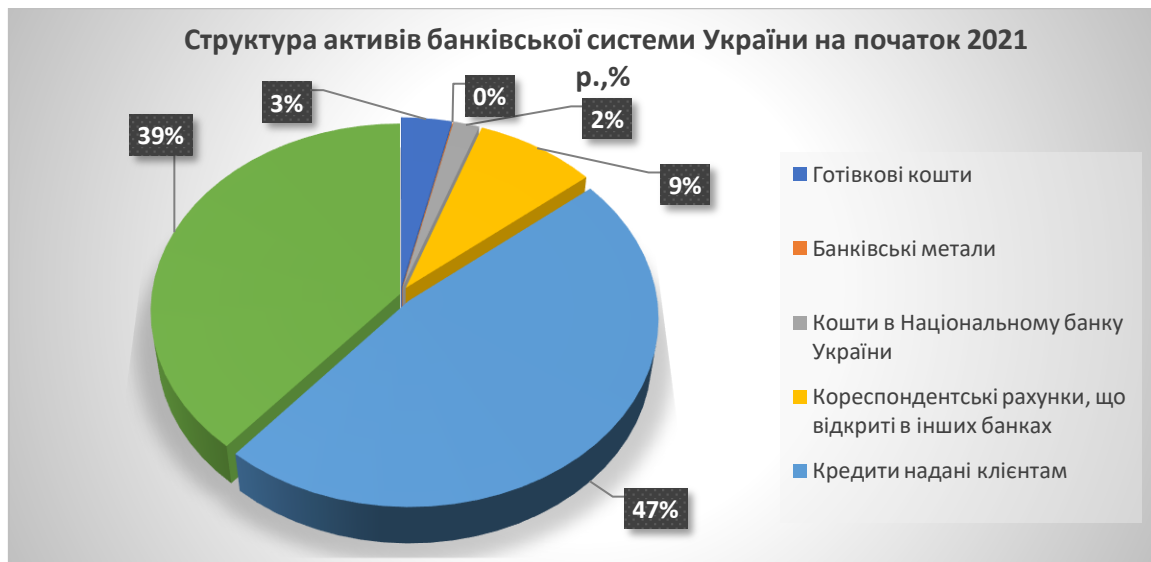


Рис.1. Структура активів банківської системи України на початку 2021 р.,%, [2]

Для здійснення активних операцій банкам необхідна достатня кількість фінансових ресурсів, які зосереджені в пасивах балансу. Так, загальний обсяг ресурсів банківської системи України збільшився майже на 27 % за 2017–2020 роки (табл. 2).

Таблиця 2

**Пасиви банківської системи України за 2017–2020 рр., млн. грн., [2]**

Назва показника	2017	2018	2019	2020	Зміна 2020/2017 рр., %
<b>Пасиви (всього)</b>	<b>1 333 831</b>	<b>1 359 703</b>	<b>1 493 298</b>	<b>1 822 814</b>	<b>+26,82%</b>
Капітал	161 108	154 960	199 921	210 640	+23,51%
<i>з нього: статутний капітал</i>	495 377	465 532	470 712	479 932	-3,11%
Зобов'язання банків	1 172 723	1 204 743	1 293 377	1 612 174	+27,25%
<i>Зобов'язання банків в іноземній валюті</i>	613 681	587 940	568 621	647 002	+5,15%
Строкові вклади (депозити) інших банків та кредити, що отримані від інших банків	50 240	42 178	23 912	24 235	-51,76%
Кошти суб'єктів господарювання	403 955	406 367	498 157	646 491	+37,51%
Кошти фізичних осіб (з ощадними (депозитними) сертифікатами)	478 100	508 457	552 115	682 029	+29,90%
Кошти небанківських фінансових установ	22 907	23 794	26 885	34 704	+33,99%

Як видно з таблиці, обсяг регулятивного капіталу банківської системи України в досліджуваному періоді збільшився на 23,51%, проте статутний

капітал мав тенденцію до зменшення на 3,11%. Отже, знизилася можливість покриття негативних наслідків різноманітних ризиків, а також забезпечення захисту вкладів та фінансової стабільності банків загалом.

У структурі ресурсів банків України найбільшу питому вагу на початку 2021 року займали зобов'язання банків на рівні 88,44%, кошти суб'єктів господарювання відповідали 35,47%, а кошти фізичних осіб займали дещо більше 37,42%. На долю капіталу припадало лише 11,56%. За досліджуваний період відхилення частки капіталу у структурі склало 0,52%, незначне збільшення можна спостерігати за статтею коштів суб'єктів господарювання – 5,18%.

Управління активами і пасивами банківського бізнесу є досить складним процесом, основною метою якого є підвищення рівня доходу та зменшення витрат комерційного банку, що дозволяє максимізувати прибуток банку, прогнозувати та визначати фактори впливу на ефективність банківської діяльності, тому постійний аналіз їх структури та обсягу є вкрай важливий в системі якісного управління банківською інституцією.

#### **Список використаних джерел:**

1. Основні показники банківської діяльності. Офіційний сайт Національного банку України: веб-сайт. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/supervision-statist> (дата звернення: 20.10.2021).

2. Мірошниченко О. А. Наслідки епідемії COVID-19 та карантинних заходів для провідних секторів економіки України. Дослідження за результатами глибоких інтерв'ю з власниками та топ-менеджерами українських компаній. Київ – Харків. 2020. 188 с.

## МЕХАНІЗМ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Гуменюк Н. О., студент

Науковий керівник: к. е. н., доцент Мельничук Ю. М.,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

На етапі розвитку економіки в Україні ставляться високі вимоги до системи фінансування інноваційного розвитку та забезпечення ефективності виробництва на промислових підприємствах.

О. М. Колодізев вважає, що «...фінансове забезпечення розвитку інноваційного потенціалу треба розглядати як систему фінансових відносин, що діють через сукупність законодавчо закріплених форм і методів створення, мобілізації і використання фондів фінансових ресурсів з метою забезпечення інноваційного розвитку як на рівні підприємства так і на рівні країни» [1].

В Україні джерелами фінансової підтримки інноваційної діяльності є: кошти Державного та місцевих бюджетів; власні кошти спеціалізованих державних і комунальних інноваційних фінансово-кредитних установ; власні чи запозичені кошти суб'єктів інноваційної діяльності; кошти (інвестиції) фізичних і юридичних осіб; інші джерела, не заборонені законодавством України [2].

Причини, що знижують ефективність інноваційного розвитку промислових підприємств, поділяються на зовнішні та внутрішні. До зовнішніх чинників можна віднести:

1) економічні: нестача фінансової підтримки з боку держави, висока вартість нововведень, низький платоспроможний попит на нові продукти, високий економічний ризик;

2) організаційні: відсутність мережі венчурних підприємств, відсутність системи комерціалізації технологій;

3) правові: недосконалість законодавчої та нормативної правової бази щодо стимулювання інноваційної діяльності;

4) інші: нерозвиненість ринку технологій, нерозвиненість інноваційної

інфраструктури (посередницькі, юридичні, банківські та інші послуги), відсутність державної системи підготовки менеджерів-коучерів.

Внутрішні причини включають:

1) фінансово-економічні: недолік власних коштів, низький інноваційний потенціал підприємств, тривалі терміни окупності нововведень;

2) організаційні: невизначеність термінів інноваційного процесу, бар'єри організації (ступінь відповідності нововведень що склалася організаційної системи, норм поведінки тощо);

3) кадрові: низький рівень інтелектуального капіталу підприємств, несприйнятливості підприємств до нововведень, відсутність дієвого механізму мотивації, бар'єри комунікацій, відсутність спеціалістів коучерів.

Стан інноваційної діяльності промислових підприємств за останні роки викликає необхідність розробки комплексу заходів щодо вдосконалення інноваційного клімату як на рівні держави так і на рівні самого підприємства.

Отже, головними проблемами фінансового забезпечення інноваційної діяльності українських підприємств на сучасному етапі розвитку національної економіки є: недосконалість нормативно-правової бази; недостатнє фінансування зі сторони приватного сектора; низький рівень банківського кредитування; відсутність механізму перерозподілу інвестиційних ресурсів населення на користь інноваційного сектора; несприятливий інвестиційний клімат для іноземних інвесторів тощо.

Таким чином, зважаючи на світові тенденції та вітчизняний стан економіки, ураховуючи низку існуючих проблем у сфері інноваційної діяльності, можна внести такі рекомендації щодо вдосконалення її фінансового забезпечення:

– з метою збільшення власних джерел фінансування законодавчо закріпити й ефективно впроваджувати механізм пільгового оподаткування інноваційної продукції підприємств, застосовувати прискорену амортизацію основних засобів;

– збільшувати обсяг бюджетного фінансування за рахунок

перерозподілу поточних видатків на користь капітальних;

– впроваджувати пільгові банківські ставки за кредитами для інноваційних підприємств;

– розвивати та посилювати дії фінансово-кредитних інститутів, що забезпечують безперервність фінансування інноваційних проектів (венчурні компанії).

### **Список використаних джерел:**

1. Колодізев О. М. Методологічні засади фінансового забезпечення управління інноваційним розвитком економіки: монографія. Харків: ВДІНЖЕК, 2009. 278 с.

2. Про інноваційну діяльність : Закон України від 04.07.2002 р. № 40-IV. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/40-15> (дата звернення: 18.10.2021).

3. Мельничук Ю. М. Напрями підвищення фінансової стійкості підприємств в умовах незалежного регіону. *Актуальні проблеми розвитку регіону*. 2020. Вип.16. Т.2. С. 170–178.

## **ЕТАПИ РЕАЛІЗАЦІЇ ФІНАНСОВОГО ПЛАНУВАННЯ**

**Змієнко С. Л.**, здобувач вищої освіти

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Мельничук Ю. М.,*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Економічна література трактує поняття фінансового планування як процес розроблення і затвердження фінансових планів як засобу збалансування фінансових потреб і можливостей. Фінансовий план будь-якого суб'єкта відображає його фінансову діяльність, процес утворення та руху доходів і здійснення витрат. Елементи плану забезпечують завдання, напрями і методи реалізації фінансової політики, що формується на основі складу і структури, а також їх збалансованості. Фінансові плани є як відображенням певної політики, так і її обґрунтуванням [1].

Фінансове планування на підприємстві здійснюється на двох рівнях: мікро- та макрорівнях. На мікрорівні – це індивідуальні плани окремих суб'єктів підприємницької діяльності. Ці плани відображають фінансову



стратегію і тактику підприємств. Їхні головні завдання – визначення джерел та обсягів формування доходів, оптимізація витрат і досягнення фінансової збалансованості. На макрорівні – це основний фінансовий план, що характеризує діяльність держави – бюджет, а також зведений фінансовий план, у якому відображаються доходи і видатки усіх суб'єктів фінансових відносин. Саме ці плани є відображенням фінансової політики держави. Водночас вони мають різну значущість.

Бюджет, це реальний директивний документ, що затверджується у вигляді закону, і є основним засобом реалізації фінансової політики [2]. Зведений фінансовий план є, по суті, довідковим документом, призначенням якого є визначення загальної маси доходів і видатків та узгодження процесів їх розподілу і перерозподілу між окремими сферами і ланками фінансової системи. Він є основним засобом обґрунтування та збалансування фінансової політики.

Основні завдання фінансового планування визначаються та реалізуються згідно з структурою фінансового плану та завданнями фінансової політики. Їх сутність полягає у визначенні основних джерел і обсягів доходів, напрямів їх залучення, покращення структури видатків підприємства на основі критерію вирішення завдань фінансової політики та збалансування доходів і видатків.

Наступним важливим завданням фінансового планування є удосконалення та зменшення витрат. Головним напрямом є вирішення завдань фінансової політики, проте необхідно перевірити, чи не забезпечується розв'язання деяких її завдань надмірними витратами за рахунок інших напрямів видатків.

Розробка перспективних та поточних планів здійснюється у два етапи: підготовчий та розрахунковий. Спочатку виконують підготовчу роботу, потім розраховують відповідні планові показники. Саме тому всі види фінансового планування здійснюються у взаємозв'язку і виконуються у певній послідовності.

Побудова системи планування повинна відповідати цілій низці принципів,

основними з яких є: цілеспрямованість, єдність і повнота, інтегрованість за змістом у часі, гнучкість, точність [3]. Р. Акофф пізніше обґрунтував ще один принцип планування – принцип участі. Принцип єдності полягає у тому, що планування повинно носити системний характер, тобто означає існування сукупності елементів планування їх взаємозв'язок, наявність єдиного напрямку їх розвитку, орієнтованого на загальні цілі.

На великих підприємствах зі складовою організацією структурою процес планування здійснюється комбіновано «зверху – донизу» і «знизу-вгору» відповідно до так званого принципу «зустрічного потоку». Процедура планування у такому випадку передбачає багаторазовий процес узгоджень на кількох рівнях управління [2].

Отже, будь-яке підприємство не може існувати без планування, оскільки сучасний рівень конкурентів на будь-якому з фінансових ринків показує про необхідність врахування низки чинників впливу на його розвиток. Таким чином, становлення підприємства як відкритої системи зумовлене зміною умов господарювання в зв'язку з посиленням турбулентності зовнішнього середовища, спричинило появу стратегічного планування і стратегічного управління.

Тому застосування фінансового планування в організаціях, підприємствах та товариствах є необхідною умовою для успішного їх функціонування та адекватної орієнтації в ринкових умовах. Підприємства які мають на меті покращити своє фінансово-економічне становище або збільшити вплив на ринку, майже не в змозі досягти їх без застосування фінансового планування.

#### **Список використаних джерел:**

1. Леоненко Ш. М., Юхименко П. І., Ільєнко А. А. та ін. Теорія фінансів: навч. посібник.. Київ : Центр навчальної літератури, 2005. 480 с.
2. Мельничук Ю. М. Напрями підвищення фінансової стійкості підприємств в умовах незалежного регіону. *Актуальні проблеми розвитку регіону*. 2020. Вип.16. Т.2. С.170–178.
3. Ткачук І. Г., Мельничук Ю. М. Господарський механізм мікрорівневого

стратегічного розвитку незалежного регіону. *Актуальні проблеми розвитку регіону*. 2019. Вип. 15. Т. 2. С. 140–147.

## **ПРАКТИКА ФІНАНСОВОГО ПЛАНУВАННЯ В ІНВЕСТИЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ**

**Іванов О. В.**, здобувач вищої освіти  
*Науковий керівник: к. е. н., доцент Мельничук Ю. М.,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Згідно Закону України «Про інвестиційну діяльність» визначається поняття інвестицій як всіх видів майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, в результаті якої створюється прибуток (дохід) та досягається соціальний та екологічний ефект.

Оперативне фінансове планування необхідне при інвестиційних проектах з метою контролю за фактичним надходженням грошових коштів на поточний рахунок та витрачанням коштів у процесі господарської діяльності, виконання поточного фінансового плану. Це пов'язано з тим, що фінансове забезпечення підприємницької та інвестиційної діяльності відбувається за рахунок власних та залучених коштів, що потребує повсякденного ефективного контролю за формуванням і використанням фінансових ресурсів.

Прогноз грошових потоків інвестиційного проекту дає змогу визначити майбутні грошові надходження від такого проекту та його постійні і змінні витрати. Такий прогноз дозволяє забезпечити у майбутньому контроль за грошовими потоками. Бюджет руху грошових коштів – це план грошових надходжень і платежів. Принципово важливим у бюджетуванні руху грошових коштів є визначення часу (терміну) фактичних надходжень і платежів. Бюджет грошових коштів підприємства складає фінансовий відділ [1].

Бюджет інвестиційного проекту складається на місяць, декаду, що дає можливість врахувати сезонні коливання у грошових надходженнях. Грошові потоки від реалізації проекту забезпечують його ліквідність. Прогнози грошових потоків є більш достовірними на найближчий час, ніж на далеку

перспективу, оскільки чим більший період планування, тим більше ризиків та факторів впливу виникає в цей період.

Бюджет грошових коштів – це плановий документ, який відображає майбутні платежі і надходження грошових коштів. Даний бюджет допомагає менеджерам передбачити очікувані припливи і відпливи грошових коштів на майбутній період часу, підтримувати: запас грошових коштів відповідно до потреб і уникати як надлишку тимчасово вільних коштів, так і можливості їх дефіциту [2].

Планування надходжень коштів зумовлено необхідністю відобразити коли в підприємства виникають тимчасово вільні кошти на інвестиційний проект, а коли воно має додаткову потребу в них. Це забезпечує керівництво можливістю тимчасово вільні фінансові кошти вкласти в інвестиційні проекти, наприклад, на депозитні рахунки комерційних банків або інвестувати в цінні папери для одержання доходів, а в періоди, коли виникає додаткова потреба – забезпечити залучення коштів.

Прогнозований баланс опрацьовують, коригуючи баланс за попередній рік з урахуванням усіх тих видів діяльності, що їх прогнозують протягом бюджетного періоду. Такий баланс складають на підставі основного балансу на початок бюджетного року, бюджетів операційних затрат і бюджету грошових коштів. Схема складання консолідованого бюджету підприємства починається з нижнього рівня управління. Тобто, спочатку керівники різних підрозділів складають бюджети, які стосуються їх видів діяльності [3].

У сучасних умовах існує низка проблем, пов'язаних з організацією фінансового планування в інвестиційній діяльності.

Проблеми, що виникають під час організації системи фінансового планування в інвестиційних проектах, можна згрупувати за ступенем важливості:

- нереальність фінансових планів;
- оперативність складання планів;
- прозорість планів для керівництва;

- відрив довгострокових планів від короткострокових;
- реалізація планів;
- комплексність.

Велика частина проблем пов'язана з нереальністю фінансових планів, які формують для інвестиційних проектів, це пов'язано з необґрунтованими даними щодо збуту, великої питомої ваги коштів у розрахунках, заниженими термінами погашення дебіторської заборгованості, надмірними потребами у фінансуванні.

Відомо, що в ринкових умовах здійснення інвестиційних проектів діють фактори, що обмежують використання фінансового планування, а саме:

1) високий ступінь невизначеності, непрозорості та прихованості на українському інвестиційному ринку, пов'язаний з триваючими змінами у всіх сферах громадського життя, а особливо в періоди пандемії;

2) часткова відсутність ефективної нормативно-правової бази, неприйнятність законів та постанов, не адаптованість існуючого законодавства в сфері внутрішньо-фірмового фінансового планування;

3) обмеженість фінансових можливостей для здійснення фінансових розробок в галузі планування на підприємствах в інвестиційних сферах діяльності;

4) недовіра керівників підприємств до методів та прийомів фінансового планування в інвестуванні.

Отже, успішному виконанню фінансового інвестиційного плану підприємства сприяє дієвий систематичний контроль та управління дохідною та витратною частинами. Тому метою контролю та управління стає сприяння мобілізації всіх передбачених планом коштів та джерел їх утворення і витрачання цих інвестиційних потоків на передбачені потреби.

#### **Список використаних джерел:**

1. Опарін В. М. Фінанси (загальна теорія). Київ : КНЕУ, 2006. 214 с.
2. Мельничук Ю. М. Напрями підвищення фінансової стійкості підприємств в умовах незалежного регіону. *Актуальні проблеми розвитку*

*regionu*. 2020. Вип.16. Т.2. С.170–178.

3. Мельничук Ю. М. Значення регіонального управління в світовій економіці. *Менеджмент XXI століття: проблеми і перспективи*: матеріали X Всеукраїнської науково-практичної конференції, 22 жовтня 2020 р. Умань : ВПЦ «Візаві», 2020. С. 112–114.

## **СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ФІНАНСУВАННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ ПРОГРАМ В УКРАЇНІ**

**Карімова І. І., магістрант**  
*Науковий керівник: д. е. н., доцент Кушнір С. О.,  
Запорізький національний університет*

Реалії сучасного світового фінансово-економічного розвитку свідчать про зростання інтересу науковців, політиків та практиків до проблем взаємодії довкілля, соціуму й економіки в пошуках нових можливостей забезпечення збалансованого економічного росту в межах допустимих можливостей природного середовища. Перехід до такого типу економічного росту в ринкових умовах потребує вирішення питань про можливість його фінансового забезпечення. Якщо Україна планує подальшу інтеграцію в європейський економічний та політичний простір, то перед нею стоїть важливе завдання з активізації політики у сфері збереження довкілля. Виконання цього завдання можливе лише за умови достатнього фінансування екологічних проєктів. Проблема підвищення ефективності екологічних програм стає все більш актуальною для України у зв'язку з чітко виявленою світовою тенденцією до лідерства в сфері екологічно орієнтованого економічного зростання.

Одним з ключових аспектів економічної політики в області природокористування є питання планування, фінансування та відшкодування витрат забруднення навколишнього середовища. Важливий момент, який слід тут зазначити, полягає в тому, що фінансування природоохоронної політики по суті справи є капіталовкладенням в майбутнє. Витрати, як правило, більш ніж компенсуються тими вигодами, які вдається отримати завдяки скороченню збитків і збереженню ресурсів. Наприклад, було підраховано, що чиста вигода

від заходів по боротьбі із забрудненням повітря і води в Сполучених Штатах складає близько 26 млрд. дол. на рік.

Україна зазнає великих труднощів у питаннях формування системи фінансового забезпечення охорони навколишнього середовища. Це викликано цілим рядом причин. Перш за все, впливає реформування механізму природокористування у зв'язку з переходом економіки до ринкових відносин. З одного боку, економічний спад, падіння виробництва призвели до ускладнень в питаннях формування Державного бюджету, а з іншого боку, усунення кризової економічної ситуації вимагає дуже великих коштів. Позначається залишковий принцип розподілу ресурсів на охорону навколишнього середовища.

В Україні екологічні фінанси формуються відповідно до Розділу VII Податкового кодексу України [3] та за рахунок сплати екологічного податку за фактичні обсяги викидів, скидів, відходів у відповідно до ставки за кожною речовиною, а також за рахунок штрафів та позовів за порушення екологічного законодавства й нанесення шкоди середовищу на підставі такс та методик. В основному екологічні фінанси формуються за рахунок платежів до бюджету за здійснення викидів в атмосферу, за скиди у водні об'єкти, за розміщення відходів й за утворення та тимчасове зберігання радіоактивних відходів. За рахунок цих джерел надходжень до доходної частини бюджету (державний та місцевий) формують видатки з бюджету на фінансування екологічних програм.

Екологічна програма є комплексом взаємоузгоджених територіальних природоохоронних заходів, спрямованих на поліпшення співіснування природних екологічних систем і суспільства. Такою програмою визначається єдина політика в галузі охорони навколишнього середовища та раціонального природокористування [1, с. 30]. Програми повинні містити заходи (завдання), що забезпечують досягнення поставлених цілей і завдань, терміни їх виконання, їх виконання, потрібні ресурси і їх джерела, визначати підрозділи і керівників, відповідальних за виконання завдань [2, с. 77].

Відомо про недостатньо високу якість інформації, даних і показників щодо реалізації екологічних програм з регіонів, що не дозволяє проводити

надійний і зіставний аналіз. З цієї причини необхідною є раціоналізація і підвищення якості аналізу і інформації, яка лежить в його основі. Необхідним вбачається впровадження більш досконалих показників діяльності. Ці показники мають на меті продемонструвати взаємозв'язок між роботою інспекторів і поліпшенням екологічних умов у відповідних регіонах. Показники діяльності мають включати в себе кількість коригувальних заходів, запропонованих об'єктів щодо інспектування, в порівнянні з кількістю запропонованих заходів, прийнятих підприємствами, кількість підприємств, які взяли профілактичні заходи і змінили свої виробничі процеси через високу ймовірність того, що недотримання вимог ними буде виявлено екологічними інспекторами, і, нарешті, фактичне скорочення забруднення атмосферного повітря і води в результаті інспекційної і контрольної діяльності.

Зовнішній аудит є найважливішим елементом не тільки підвищення довіри до управління бюджетом екологічних програм, а й підвищення довіри підприємств і державних зацікавлених сторін. Основна функція зовнішнього аудиту полягає в тому, щоб забезпечити довіру до управління бюджетними коштами з боку зовнішніх по відношенню до органів, що реалізують екологічні програми (природоохоронні відомства, уряду в цілому, промисловості, громадськості тощо). Це важливо, щоб забезпечити затвердження бюджетів в майбутньому, оскільки дозволяє організації отримати репутацію відповідального установи.

Стратегічна мета держави щодо екології полягає в збереженні природних систем, підтримання їх цілісності і життєзабезпечуючих функцій для сталого розвитку суспільства, підвищення якості життя, поліпшення здоров'я населення і демографічної ситуації, забезпечення екологічної безпеки країни. В концепції державної політики в області екологічного розвитку велике значення для екологічної економіки держави має еколого-економічна оцінка.

Виконання регіональних цільових екологічних програм у межах установ спеціальної компетенції відбувається, окрім коштів з обласного фонду охорони



навколишнього природного середовища, ще і за рахунок фінансування заходів за програмами по лінії державного галузевого загально бюджетного розподілу.

Фінансування заходів по всіх програмах затверджується в обласному бюджеті на початку бюджетного періоду і контролюється за етапами виконання та по завершенні року. Так, щорічно обласними бюджетами впроваджуються природоохоронні заходи, затверджуються екологічні програми, фінансування на реалізацію яких спрямовується з видатків обласного бюджету.

Ефективне виконання регіональних цільових екологічних програм забезпечується реалізацією наступних завдань державного управління природоохоронною діяльністю на регіональному рівні: чітке визначення об'єктів, обсягів та видів робіт на об'єктах природоохоронного призначення, що вносяться до регіональних екологічних цільових програм, з урахуванням поточної соціально-політичної та воєнної ситуації в Україні; дієвий контроль за виконанням програм.

Щодо нормативно-правового забезпечення механізму фінансування екологічних програм в Україні необхідним є зведення всіх законів України про охорону природи в єдиний Екологічний кодекс, що ґрунтувався б на європейських правових нормативах та екологічних стандартах.

Отже, екологічні фінанси в економіці є публічними фінансами, що формують за рахунок надходжень до бюджетів на державного та місцевого рівні, за рахунок яких реалізуються екологічні програми. Ефективність реалізації екологічних програм забезпечується достатністю та своєчасністю фінансування, а також внутрішнім контролем їх реалізації з використанням певних критеріїв та показників, що вносить певний вклад в економічний розвиток країни.

#### **Список використаних джерел:**

1. Біляк Т. О. Проблеми фінансового забезпечення екологічної безпеки в Україні. *Формування ринкових відносин в Україні*; редкол.: І. Г. Манцуров (гол. наук. ред.) та ін. 2016. № 5. С. 76–79.

2. Касперевич Л. В. Сучасний стан та особливості фінансового забезпечення природоохоронних програм. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2017. № 24. С. 29–33.

3. Податковий кодекс України : Закон Верховної Ради України від 02.12.2010 р. № 2755-VI URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.

## **ФІНАНСОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ**

**Клименко Д. В.**, здобувач вищої освіти,  
**Гук Н. І.**, здобувач вищої освіти  
*Науковий керівник: к. е. н., доцент Чвортко Л. А.,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

В сучасних умовах розвитку економіки України страхування є однією з найбільш динамічних складових фінансової системи країни, яка гарантує захист майнових інтересів усіх членів суспільства, забезпечує їх безпеку та сприяє сталому розвитку. Страховий захист, що надається страховими компаніями, стимулює розвиток ділової активності та інвестиційних процесів у країні. Фінансовий стан страхових компаній є базовим елементом розвитку ринкової економіки. Недостатня увага до проблем фінансового потенціалу страховиків призводить до негативних наслідків у діяльності як власне страховиків, а також уповільнює розвиток всього страхового ринку [2, с. 184].

Фінансовий потенціал страхової компанії – це фінансові ресурси, які знаходяться в господарському обігу і використовуються під час страхових операцій та інвестиційної діяльності [1, с. 63].

Фінансовий потенціал страховика, як суб'єкта господарювання, формується за рахунок двох складових, а саме власного капіталу та залучених грошових коштів. До складу власного капіталу входять: статутний фонд; додатковий капітал, що утворюється в результаті переоцінки необоротних активів та внаслідок різниці між ціною продажу і номінальною вартістю акцій, отриманої в процесі формування статутного капіталу (для акціонерного товариства); резервний капітал, який призначений для покриття збитків, а

також для погашення облігацій і викупу акцій в разі відсутності інших засобів; нерозподілений прибуток та створені за рахунок прибутку фонди і резерви. Обсяги власного капіталу страховиків урегульовуються нормативно-правовими актами. Зокрема Законом України «Про страхування» визначено, що мінімальний розмір статутного фонду (гарантійного депозиту) страховика, який займається видами страхування іншими, ніж страхування життя, встановлюється у сумі, еквівалентній 1 млн євро, а страховика, який займається страхуванням життя, 10 млн євро за валютним обмінним курсом валюти України.

Залучений капітал може складатися із позикового капіталу та страхових резервів – зобов'язань страховика за договорами страхування, співстрахування та перестрахування. При цьому в структурі власного капіталу страховика найбільшу частку становить статутний капітал, а в структурі запозиченого капіталу переважають кошти страхових резервів [4, с. 286].

Здійснення страхових операцій передбачає формування страховиком страхових резервів за рахунок акумульованих внесків страхувальників, а також проведення виплат страхових відшкодувань за взятими зобов'язаннями з цього фонду в разі настання страхових випадків. Ці кошти, що сформовані за рахунок страхових внесків і призначені виключно для майбутніх виплат страхових сум та відшкодувань, вважаються відносно або тимчасово вільними. Специфіка договору страхування дає можливість страховику протягом певного періоду часу ними розпоряджатися.

Згідно з Законом України «Про страхування», страхові резерви поділяються на технічні резерви і резерви із страхування життя (математичні резерви). Кошти таких специфічних фінансових резервів є джерелом формування інвестиційного ресурсу на страховому ринку, а їхня наявність визначає специфіку організації страхового бізнесу. Відповідно інвестиційна діяльність страховиків також стає фактором формування фінансового потенціалу страхових компаній. Адже інвестування тимчасово вільних коштів дозволяє страховикам отримати значні інвестиційні доходи.

Як показують дослідження, фінансовий потенціал страхового ринку має свою специфіку, пріоритети та тенденції розвитку. Нині частка класичного страхового ринку в структурі ВВП України невиправдано мала. Зокрема, співвідношення валових страхових премій до ВВП за останні десять років не перевищувало 2 %, більш того, нині спостерігається тенденція до його зниження (на кінець 2019 р. – до 1,3 %), у той час як у розвинутих країнах цей показник становить понад 7 %. Страховики в Україні, з точки зору дослідників, не виконують належної їм ролі активного інституційного інвестора, а показники діяльності страхових компаній в Україні свідчать про недостатність інвестиційних можливостей цих фінансових установ [5, с. 110]. Проте, розвиток страхування великих ризиків, зокрема, в енергетичній та будівельній сферах, аграрному секторі, ризиків за масовими видами страхування, зокрема, медичного страхування, страхування життя та формування потужного довгострокового фінансового ресурсу через залучення заощаджень домашніх господарств та корпорацій до інвестиційного процесу неможливий без реформування страхового сектора економіки [3, с. 17].

Кількість страхових компаній (СК) станом на кінець I півріччя 2021 р., за даними державного регулятора, становила 181, з яких 19 – це компанії зі страхування життя (СК «Life»), а 162 – страхові компанії, які здійснюють діяльність у сегменті страхування, крім страхування життя (СК «non-Life»). У 2021 р. статус фінансової установи порівняно з 2020 р. втратило 29 страхових компаній (табл. 1).

*Таблиця 1*

**Кількість страхових компаній у 2018–2021 роках**

Кількість страхових компаній	Станом на 31 грудня 2018 р.	Станом на 31 грудня 2019 р.	Станом на 31 грудня 2020 р.	Станом на 1 липня 2021 р.
Загальна кількість	281	249	210	181
СК «non-Life»	251	223	190	162
СК «Life»	30	26	20	19

Динаміка обсягу активів страховиків у 2012–2020 рр., попри припинення діяльності низкою учасників ринку, демонструє незначне зростання обсягів

(після спаду в 2015–2016 рр.) загальних активів. Зокрема, на кінець 2020 р. обсяг загальних активів страховиків становив 64,9 млрд грн, що на 1,6% більше в порівнянні з відповідним показником попереднього року (рис. 1).

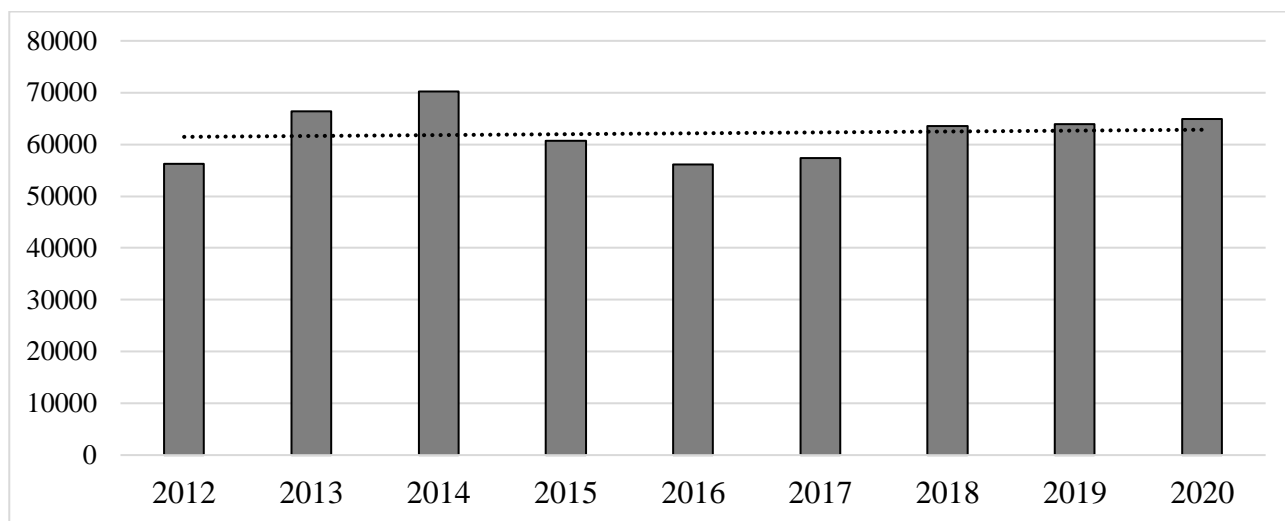


Рис. 1. Динаміка обсягів активів страхових компаній в Україні в 2012–2020 рр., млн грн

Успішному функціонуванню вітчизняного страхового ринку, забезпеченню фінансової стабільності та платоспроможності страхових компаній, зростанню ефективності їх інвестиційної діяльності сприятиме вдосконалення системи пруденційного нагляду, приведення українського законодавства у відповідність до стандартів Європейського Союзу, перехід до міжнародних стандартів фінансової звітності.

З 1 липня 2020 р. регулятором ринку небанківських фінансових послуг став Національний банк України, ключові завдання якого визначаються в оновленні законодавчої бази, що регулює діяльність із надання фінансових послуг фінансовими установами; відновленні довіри до ринку небанківських фінансових установ; посиленні захисту прав та інтересів споживачів фінансових послуг; розвитку та вдосконаленні фінансових послуг з урахуванням вимог сьогодення. Нова модель регулювання передбачає удосконалення вимог до ліцензування, оцінки платоспроможності та ліквідності, корпоративного управління та системи управління ризиками, застосування ризик-орієнтованого пруденційного нагляду. В цілому впровадження нової моделі регулювання та нагляду за ринком страхування

сприятиме зростанню фінансового потенціалу страхового ринку країни та ефективному використанню його фінансових можливостей.

Отже, фінансовий потенціал страхового ринку має свою специфіку, пріоритети та тенденції розвитку і визначається обсягами власного капіталу та залучених грошових коштів страховиків, що можуть бути використані на певний момент.

Нині фінансовий потенціал страхового ринку України попри те, що демонструє незначне зростання обсягів (після спаду в 2015–2016 рр.) загальних активів, оцінюється, порівняно з економічно розвинутими країнами, як недостатній. Успішному функціонуванню вітчизняного страхового ринку, забезпеченню зростання його фінансового потенціалу сприятиме впровадження нової моделі регулювання та нагляду за ринком страхування, приведення українського законодавства у відповідність до стандартів Європейського Союзу, перехід до міжнародних стандартів фінансової звітності.

#### **Список використаних джерел:**

1. Марценюк-Розарьонова О. В., Бондар А. В. Аналіз фінансового потенціалу страхової компанії та механізму його формування. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. №22. С. 61–65.

2. Романовська Ю. А., Камінська А. О., Божок М. О. Фінансовий потенціал страхового ринку України. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2020. №42. С. 184–190.

3. Стратегія розвитку страхового ринку України на 2011–2020 роки. *Финансовые услуги*. 2011. № 1. С. 17–19.

4. Чвертко Л. А. Инвестиционный портфель страховых компаний Украины: условия, проблемы и перспективы формирования. *Экономические и финансовые механизмы инновационного развития цифровой экономики* : сб. науч. ст. В 2 ч. Ч. 1 / под науч. ред. В. В. Пузикова, М. Л. Зеленкевич. Минск : Институт бизнеса БГУ, 2019. С. 285–289.

5. Чвертко Л. А. Інвестиційний потенціал страхових компаній та його вплив на розвиток національної економіки. *Економіка та управління в XXI ст.* :

*виклики та перспективи розвитку* : матер. Міжнародної наук.-практ. конф., 18–19 травня 2017 р., м. Умань. Умань : Видавець «Сочінський М. М.», 2017. С. 110–113.

## **ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АГРОСТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ**

**Кожушко Д. В.**, *магістрант*

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Павленко О.,  
Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет*

Аграрне виробництво є однією з найважливіших, а також досить специфічних сфер економіки будь-якої країни і Україна не виняток. Особливостями даної сфери є: висока вартість об'єктів господарства через велику площу земельних угідь, підвищений ступінь ризикованості виробництва, кумулятивність збитків внаслідок природних катастроф і прогресуючих кліматичних змін, через що агропромисловість на пряму залежить від погодних умов, а також довготривалість циклу виробництва, що впливає на доходність аграріїв. Це зумовлює необхідність використання одного з найважливіших інструментів мінімізації ризиків – страхування і за необхідності подальшої диверсифікації ризиків за допомогою перестрахування.

У багатьох аграрних країнах світу страхування аграрної промисловості є важливою частиною функціонування агропромислового комплексу в цілому. Ринок агрострахування в Україні все ще знаходиться на стадії зародження, а страхові продукти даної сфери не користуються достатнім попитом серед аграріїв нашої країни, що робить агропромисловий комплекс нашої країни слабким та не конкурентоспроможним в порівнянні з іншими країнами. Це в свою чергу підриває забезпечення державою соціального і економічного розвитку. До основних проблем розвитку страхування сільськогосподарської продукції в Україні належать:

1. Недосконалість законодавства, що регулює діяльність із страхування сільськогосподарської продукції та обмеженість його дії лише за умови

реалізації державної програми здешевлення вартості страхування сільськогосподарської продукції.

2. Не повністю реалізовані завдання держави щодо управління ризиками у аграрному секторі.

3. Наявність взаємної недовіри у страховиків, які не мають достатньої інформації для розрахунку ризиків, та у сільгоспвиробників, які не мають впевненості у отриманні страхового відшкодування.

4. Недостатня кількість стандартних страхових продуктів для страхування різних видів сільськогосподарської продукції, наявність яких дозволяє забезпечити ефективний захист прав сільгоспвиробників, що мають невисокий рівень обізнаності у страхуванні.

5. Низький обсяг пропозиції страхових послуг, які відповідають потребам сільгоспвиробників та низький обсяг попиту з боку сільськогосподарських товаровиробників на страхові послуги, обумовлений недовірою до страхового ринку.

6. Недостатність інформації, необхідної для актуарного обчислення тарифів страхування сільськогосподарської продукції.

7. Низький рівень поінформованості про страхування сільськогосподарської продукції сільгоспвиробників, які сприймають страхування як вимушений засіб для отримання банківського кредиту та/або державної дотації.

8. За відсутності ефективно функціонуючої системи страхування сільськогосподарської продукції високий рівень вірогідності надання прямої державної допомоги сільгоспвиробникам у випадку настання для них надзвичайних подій.

Як можемо бачити основні проблеми загалом стосуються структурних, організаційних, інформаційних та законодавчих аспектів. А також в страхуванні сільськогосподарських підприємств відіграє велику роль такий чинник як навколишнє середовище. В нього входять такі ризики як природні,



техногенні, антропогенні, радіаційні та еколого-економічні (табл. 1). Дані ризики найнепередбачувані з усіх, оскільки не залежать на пряму від людини.

Таблиця 1

<b>Ризик</b>	<b>Вплив на діяльність</b>	<b>Наслідки</b>
Природний	Природно-ерозійні процеси	Недоотримання сільськогосподарської продукції внаслідок несприятливих погодних умов
Техногенний	Фізичне та хімічне забруднення ґрунтів, використання мінеральних добрив та пестицидів не за нормами, забруднення ґрунту отрутохімікатами, паливно-мастильними матеріалами, перезволоження та вітрово засоленість земель і підвищення виробничих енерговитрат	Погіршення якості ґрунтів та зниження врожайності екологічно чистої продукції
Антропогенний	Водна та вітрова ерозія, погіршення структури ґрунтів, механічне руйнування та ущільнення ґрунту, постійне збіднення на гумус і поживні речовини	Деградація ґрунтів, втрата ґрунтового покриття, зменшення поживних речовин у ґрунті та порушення природного балансу
Радіаційний	Іонізуюче випромінювання радіаційних матеріалів у навколишньому середовищі	Розповсюдження радіоактивних матеріалів на сільськогосподарську продукцію, що веде до зниження її якості або робить її непридатною для використання
Еколого-економічний	Використання еколого небезпечних технологій у процесі виробництва продукції сільського господарства	Зниження якості та конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції

Як бачимо, ринок агрострахування постійно стикається з великою кількістю проблем, як залежних так і не залежних від навколишнього середовища. Як наслідок недосконалої системи страхування сільськогосподарських ризиків, у тому числі при наданні державної підтримки сільському господарству, потребує удосконалення і впровадження нових законодавчих актів які б регулювали відносини між аграріями і ринком сільськогосподарської продукції і були спрямовані на забезпечення належного захисту інтересів сільгоспвиробників та продовольчої безпеки держави, на стабілізацію виробництва та доходів у аграрному секторі економіки та стимулювання використання кращих здобутків технології сільгоспвиробництва.

Найкращим варіантом вирішення даної проблеми була б тісна співпраця таких учасників ринку страхування сільськогосподарської продукції як сільгоспвиробників, страховиків та держави. Особливо держави оскільки вона виступає посередником між страховиками і сільгоспвиробниками.

Держава повинна створити такі умови для формування і функціонування діяльності системи, щоб забезпечити оптимальне вирішення всіх існуючих завдань щодо підтримки сільського господарства, а також уникнути в майбутньому непередбачуваних проблем. Основними напрямки роботи держави по даному питанню повинно стати:

1. Удосконалення законодавчих норм взаємодії приватного сектору із використанням розвинутої територіальної мережі страховиків та держави, запровадження ефективних механізмів фінансової підтримки сільського господарства.

2. Надання державою необхідної та обґрунтованої фінансової підтримки для реалізації програми здешевлення державою вартості страхування, яка б дозволяла зменшити системну проблему дефіциту коштів сільгоспвиробників шляхом надання державної субсидії.

3. Створення надійного механізму виконання страховиками зобов'язань перед сільгоспвиробниками за укладеними договорами страхування.

На сьогоднішній день агрострахування в Україні розвивається досить малими темпами. Однак, є позитивна динаміка щодо впровадження і покращення даної ситуації. Хоча вона все ще не відповідає основному завданню, а саме управління ризиками в аграрному секторі для забезпечення стабільності сільськогосподарського виробництва та сталого розвитку аграрного сектору економіки. Наразі сформована в Україні система страхування сільськогосподарських ризиків, потребує удосконалення і має бути спрямована на забезпечення належного захисту інтересів сільгоспвиробників та продовольчої безпеки держави, на стабілізацію виробництва та доходів у аграрному секторі економіки та стимулювання використання кращих здобутків технології сільгоспвиробництва. Оптимальним варіантом розв'язання проблем

розвитку системи агрострахування в Україні є взаємодія трьох основних учасників ринку страхування сільськогосподарської продукції – сільгоспвиробників, страховиків та держави.

#### **Список використаних джерел:**

1. Тулуш Л. Д., Прокопчук О. Т. Ринок агрострахування в Україні: тенденції та перспективи. *Економіка АПК*. 2018. № 8. С. 55–67.
2. Прокопчук О. Т. Сучасний стан та тенденції розвитку системи страхування сільськогосподарських культур в Україні. *Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва*. 2017. № 91. Ч. 2: Економічні науки. С. 86–100.
3. Павленко О. П. Динамічний розвиток українського аграрного страхового ринку. *Інтелект XXI*. 2020. № 3. С. 69–73.
4. Ярмоленко В. В. Вплив факторів на функціонування ринку агрострахування. *Бізнес Інформ*. 2019. №9. С. 144–151.
5. Шибяєва Н., Бабан Т. Інституалізація агрострахування в Україні: чинники впливу та вектори розвитку. *Agricultural and Resource Economics*. 2020. Vol. 6. No. 2. Pp. 174–190. URL: <http://are-journal.com>.
6. Ірина Лащик, Ірина Кондрат, Петро Віблій, Василь Білець Страховий ринок України: сучасний стан та перспективи розвитку. *Галицький економічний вісник*. 2020. №5(66). С. 105–112.

## **АНАЛІЗ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ**

### **АТ «КРИВОРІЖГАЗ»**

**Колеснікова Т. О.**, магістрантка  
Науковий керівник: к. е. н., доцент Неізнана О. В.,  
Донецький національний університет  
економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського

Фінансовий стан – це один із найважливіших характеристик виробничо-фінансової діяльності підприємств. Під фінансовим станом підприємства розуміють рівень його забезпеченості відповідним обсягом фінансових ресурсів, необхідних для здійснення ефективної господарської діяльності та

своєчасного здійснення грошових розрахунків за своїми зобов'язаннями. Однією з найважливіших характеристик фінансового стану підприємства є його фінансова стійкість [1, с. 217].

Аналіз досвіду вітчизняних та зарубіжних учених дає змогу виокремити чотири основних напрями визначення фінансової стійкості: 1) як стан підприємства або ресурсів – Н. В. Алексеєнко [2, с. 56–65], Г. Г. Кірейцев [3]; 2) як рівновага або здатність повертатись до неї – О. М. Колодізєв, К. М. Нужний [4, с. 240], Ю. А. Сімех [5, с. 12]; 3) як здатність підприємства (системи) – В. З. Бугай, В. М. Омельченко [6, с. 34], А. В. Василенко [7, с. 39]; 4) як комплекс складників – О. В. Ареф'єва, Д. М. Городянська [8, с. 83–90], А. І. Бурда [9, с. 141].

Метою дослідження є обґрунтування необхідності системного аналізу фінансової стійкості підприємств в сучасних умовах господарювання.

Фінансова стійкість – це стан майна підприємства, що гарантує йому платоспроможність. Фінансова стійкість підприємства передбачає, що ресурси, вкладені в підприємницьку діяльність, повинні окупитись за рахунок грошових надходжень від господарювання, а отриманий прибуток забезпечувати самофінансування та незалежність підприємства від зовнішніх залучених джерел формування активів [3].

Залучаючи дані АТ «Криворіжгаз» [10] та використовуючи метод визначення показників оцінки фінансової стійкості, проведемо розрахунок основних критеріїв. Результати розрахунків показано в таблиці 1.

У відповідності з отриманими результатами розрахунків показників оцінки фінансового стану АТ «Криворіжгаз» можна зробити ряд висновків:

– коефіцієнт фінансової стійкості – індикатор, який говорить про здатність компанії залишатися платоспроможною в довгостроковій перспективі. В АТ «Криворіжгаз» коефіцієнт фінансової стійкості у 2019 р. порівняно з 2018 р. зменшився на 0,09 в.п., у 2020 р. також зменшився на 0,63 в.п., що не відповідає нормативному значенню;

– коефіцієнт фінансової стабільності (фінансування) АТ «Криворіжгаз» у

2018–2019 роках характеризується від’ємною величиною (–0,33) та залишається невід’ємним у 2020 році (–0,53). Таке явище пов’язане з тим, що підприємству притаманне від’ємне значення щодо величини власного капіталу, який корегується значною сумою непокритого збитку. Вказана ситуація свідчить, що у підприємства відсутня ступінь забезпеченості заборгованості власними коштами, а, як наслідок, показник не відповідає прийнятому нормативу, величина якого  $>1$ ;

Таблиця 1

### Аналіз основних показників оцінки фінансової стійкості

#### АТ «Криворіжгаз» за 2018–2020 роки

Найменування показника	Код показника	Період, роки			Відхилення		Напрямок позитивних змін
		2018	2019	2020	$\frac{2019}{2018}$	$\frac{2020}{2019}$	
Коефіцієнт фінансової стійкості	К <sub>ф.с.</sub>	–0,20	–0,29	–0,92	–0,09	–0,63	0,7–0,9 збільшення
Коефіцієнт фінансової стабільності (фінансування)	К <sub>ф.</sub>	–0,33	–0,33	–0,53	–	–0,20	$\geq 1$ збільшення
Коефіцієнт фінансової залежності	К <sub>ф.з.</sub>	–2,02	–1,99	–0,89	+0,03	+1,10	$\leq 2$ зменшення
Коефіцієнт фінансової незалежності (автономії)	К <sub>авт</sub>	–0,49	–0,50	–1,13	+0,01	–0,63	$\geq 0,5$ зменшення
Коефіцієнт довгострокового залучення позикових коштів	К <sub>лев</sub>	–1,46	–0,70	–0,22	+0,76	+0,48	зменшення

Джерело: розроблено автором на основі [10]

– коефіцієнт фінансової залежності у 2019 році характеризується величиною – 0,89. У підприємства повністю відсутня можливість забезпечувати ступінь фінансової залежності частково за рахунок власного капіталу. Таке явище вказує на необхідність визначення коефіцієнт фінансової незалежності, який показує можливість підприємства виконувати зовнішні зобов’язання за рахунок власних активів. В АТ «Криворіжгаз» така можливість знизилася за період 2018–2020 років, оскільки його значення є від’ємним;

– важливим показником, який характеризує фінансову стійкість підприємства, є коефіцієнт довгострокового залучення позикових коштів, або

коефіцієнт фінансового левериджу ( $K_{\text{лев}}$ ). Він показує, скільки довгострокових позикових коштів використано для фінансування активів підприємства поряд із власними коштами. У 2020 р. порівняно з 2018 р. спостерігаємо зменшення коефіцієнта довгострокового залучення позикових коштів на 1,24 в.п., що характеризує зменшення залежності АТ «Криворіжгаз» від довгострокових зобов'язань.

Зростання валюти балансу (фінансових ресурсів) та величини власного капіталу АТ «Криворіжгаз» призвело до того, що на підприємстві рівень фінансової незалежності на кінець 2020 року зменшився на 0,63 в.п., а фінансової залежності та фінансового ризику (або фінансування) навпаки збільшилися. Стосовно коефіцієнта фінансування, то ми бачимо його зменшення у 2020 році до  $-0,20$ .

Таким чином, проведені розрахунки свідчать про фінансову нестійкість АТ «Криворіжгаз» і надають можливість виявляти загрози, слабкі місця, ризики банкрутства та інші можливі негативні чинники для прийняття подальших управлінських рішень з метою покращення ефективної фінансово-господарської діяльності підприємства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Непочатенко О. О. Фінанси підприємств : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 328 с.
2. Алексеенко Н. В. Управление устойчивым развитием промышленных предприятий. *Економіка і організація управління*. 2009. Вип. 2(6). С. 50–60.
3. Кірейцев Г. Г. Фінансовий менеджмент: навч. посіб. 2-ге вид. перероб. та доп. Київ : ЦУЛ, 2002. 496 с.
4. Колодізев О. М., Нужний К. М. Дослідження сутності та змісту економічної стійкості підприємства. *Комунальное хозяйство городов*. 2007. №78. С. 238–243.
5. Сімех Ю. А. Визначення поняття конкурентостійкості підприємства. *Вісник Міжнародного слов'янського університету*. Серія «Економічні науки». 2007. Т. X. № 1. С. 12–16.

6. Бугай В. З., Омельченко В. М. Аналіз та оцінка фінансової стійкості підприємства. *Держава та регіони*. 2008. №1. С. 34–39.

7. Василенко А. В. Менеджмент устойчивого развития предприятий: монография. Київ : Центр учбової літератури, 2015. 648 с.

8. Ареф'єва О. В., Городянська Д. М. Економічна стійкість підприємства: сутність, складові та заходи з її забезпечення. *Актуальні проблеми економіки*. 2008. № 8. С. 83–90.

9. Бурда А. І. Методичні підходи до оцінювання впливу складників тріади потенціалу на сталий розвиток підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2009. Вип. 19.12. С. 141–153.

10. АТ «Криворіжгаз»: Офіційний сайт. URL: <https://kr.104.ua/ua/informacija-pro-kompaniju>.

## **ПРОБЛЕМИ НЕДЕРЖАВНОГО ПЕНСІЙНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ**

**Корбут А. М., студентка**  
*Науковий керівник: к. е. н., доцент Ткаченко К. В.,  
Білоцерківський національний аграрний університет*

Україна є незалежною державою з особистою економікою вже 30 років поспіль. Нам вдалося сформувати доволі сильну систему, котра функціонує та удосконалюється і до сьогодні. Та працювати над цим механізмом потрібно ще довго, змінюючи законодавчу та нормативно-правову базу.

Загалом, проблема страхування є однією з найважливіших у нашій державі. Рівень страхової грамотності населення, порівняно з провідними державами світу є досить низьким. Як свідчать статистичні дані, з 48 мільйонів українців- застраховані лише 12,8 тисяч. В той час як в США на 329, 5 мільйона- застрахованих 157 мільйонів. Показники між собою є досить контрастними, що і показує наскільки страховий ринок не користується попитом в Україні. В першу чергу це обумовлене відсутністю вільних коштів у населення, а, отже, і можливості здійснення добровільного пенсійного страхування. До інших вагомих причин можна віднести:

- недосконалість нормативно-правової бази;
- хронічна економічна та політична кариза в країні;
- недовіра населення до страхових компаній, низька надійність виплати коштів.

- відстороненість від прозорості страхових компаній;
- слабкі або відсутні зв'язки України з іншими державами у сфері страхування.

Страхування має тісний взаємозв'язок з фінансами підприємств, запасами держави, резервними коштами населення. Тому створення розвинутого страхового ринку України необхідне для стабільного розвитку всієї держави.

Якщо ж розглянути пенсійний фонд України, можна дійти висновку, що, на жаль, держава не спроможна забезпечити гідного рівня пенсій. ПФУ з року в рік переживає дефіцит коштів. І навіть після введення «пенсійної реформи» стан не змінився. В зв'язку з цим люди, що досягли пенсійного віку, переживають скрутну фінансову ситуацію. Як альтернатива державному є недержавне пенсійне страхування, яке також є не досить популярним в країні. Чомусь, громадянини не сприймають його, хоча це один з способів фінансової стійкості при настанні соціального забезпечення. Система недержавних пенсійних фондів дає змогу на добровільній основі обрати бажану форму страхування для додаткового фінансового захисту. Перевагою є також гнучкість НПФ порівняного з державними, оскільки вони враховують усі потреби застрахованої особи.

Як свідчать дані, станом на кінець першого півріччя 2021 року в Україні існує 58 недержавних пенсійних фондів, кількість учасників яких складала 888,3 тис. Але слід зазначити, що в 2018 році кількість НПФ налічувала 62 фондів. Це свідчить про від'ємну динаміку розвитку недержавного пенсійного страхування. Причиною цього може бути поява світової кризи, пов'язаної з стрімким поширенням вірусу, збільшенням захворюваності, зменшенням фінансових запасів населення, а, отже, банкрутством деяких фондів.



Тож якими ж способами можливо розширити недержавне пенсійне страхування в Україні, зробити його доступнішим та затребуваним? Для розширення НФП на рівні держави або ж окремої фінансової установи слід, для початку, залучати більше коштів шляхом, наприклад, жорсткішого контролю за сплатою податків платників. Також можливим рішенням є збільшити заробітню плату працівників, притягнувши до цього сегменту вільну робочу силу.

Якщо говорити про недовіру населення, то вирішити це питання можна шляхом підвищення розуміння механізму страхового забезпечення, обізнаності та фінансової грамотності. Можливо, також запровадити спрощену методику розрахунку виплат, яка буде зрозуміла кожному, або ж стандартизувати ці виплати під загальний випадок для простоти обчислення. Проведення роз'яснювальних робіт або ж створення цілого центру консультаційної допомоги стануть чудовим методом вирішення даного питання. Інтеграція українського економічного простору також дозволить розв'язати питання політичного впливу на державу, а також створити або укріпити віносини з деякими передовими державами.

Отже, активний розвиток недержавного пенсійного забезпечення особливо позитивно впливатиме на розвиток економіки в цілому. Населення почне збільшувати накопичення коштів для майбутньої пенсії, що, в свою чергу, сприятиме розвитку національної системи пенсійного страхування. Збільшення кількості застрахованого населення матиме позитивний вплив і на фінансову культуру. Це призведе до підвищення відповідальності громадян у накопиченні коштів на забезпечення хорошого майбутнього.

#### **Список використаних джерел:**

1. Статистика страхового ринка України. URL: <https://forinsurer.com/stat> (дата звернення: 05.10.2021).
2. Зеленко Н. М., Зеленк В. А. Аналіз ринку недержавного пенсійного страхування в Україні: соціально-економічний вимір. *Національний університет Львівська політехніка*. 2019. URL: <http://science.lpnu.ua/sites/default/files/journalpaper/2020/jan/20674/zelenko.pdf>.

3. Вищий рівень пенсійної системи. НВ Бізнес 2021. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/finance/pensiji-ne-vid-derzhavi-yak-v-ukrajini-pracyuyut-privatni-pensiyi-fondi-novini-ukrajini>. (дата звернення: 05.10.2021).

4. Бобирь О.І. Формування фінансового механізму системи пенсійного забезпечення в Україні: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. економ. наук: 08.04.01. Дніпропетровськ, 2006. 20 с.

5. Про недержавне пенсійне забезпечення: Закон України від 09.07.2003 р. № 1057-IV. URL: [www.rada.gov.ua/](http://www.rada.gov.ua/) (дата звернення: 06.10.2021).

6. Здравоохранение в США. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki> (дата звернення: 06.10.2021).

## **ФІНАНСОВА ГРАМОТНІСТЬ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ ТА ГОТОВНІСТЬ ДО ВПРОВАДЖЕННЯ НОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ФІНАНСОВОМУ РИНКУ**

**Корнєєва О. О.**, *здобувачка вищої освіти*  
*Науковий керівник: к. е. н., доцент Білошкурська Н. В.,*  
*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Представники з міжнародного розвитку USAID дослідили фінансову грамотність, фінансову інклюзію і фінансовий добробут в Україні та оцінили рівень фінансової грамотності українців в 11,2 бали з 21 можливого [1]. Пересічний мешканець України поверхнево розуміється у фінансах, використовує обмежені банківські послуги: користується банківським рахунком та картою, банкоматом, сплачує рахунки за комунальні послуги у відділенні банку. Також представники американського проекту з міжнародного розвитку USAID відзначили, що українці не знають про свої права у сфері користування фінансовими послугами та, загалом, не довіряють системі.

З 2020 року в Україні розпочали впровадження національної стратегії з фінансової інклюзії [1]. Фінансова інклюзія – створення умов для залучення усіх сегментів населення до користування різноманітними фінансовими послугами [2]. Стратегія фінансової інклюзії працює у напрямках:

– створення дистанційних каналів отримання платежів, послуг, тощо;

- розширення фінансових послуг;
- оновлення системи захисту прав споживачів фінансових послуг;
- започаткування політики підвищення рівня фінансової грамотності населення.

Суб'єктам фінансового ринку важко підлаштовуватись під його сучасні тенденції розвитку. Оскільки, на фінансовому ринку постійно відбувається цифровізація процесів, тому всі учасники повинні адаптуватися до його змін. Якщо прогресивні світові банки швидко адаптуються до змін (розробляють нові пропозиції для клієнтів), то споживачам послуг потрібен час на адаптацію.

У найближчі часи на світовому фінансовому ринку очікуються великі метаморфози. Але більшість з них спрямовані на сегмент споживачів, які використовують нові технології, комп'ютер та мобільні пристрої. Зокрема, експерти прогнозують повне зникнення пластикових карток, ліквідацію більшості банківських відділень та використання цифрової валюти. Цифрова валюта – це інтернет-форма грошових коштів, яка потрібна для обміну і проявляє властивості, подібні фізичним валютам, але без передачі у власність [3].

Перші кроки до цифровізації українські банки робили ще 5 років назад. Вони полягали у випуску новітніх мобільних застосунків. Функціонування яких дозволяє клієнтам самостійно керувати своїми фінансами, незалежно від часу доби, місцезнаходження та без звернення до відділення чи кол-центру. Застосунки, як правило, весь час оновлюються та покращуються.

З часом стали з'являтися банкінги українських банків у популярних месенджерах. Які дозволяють користувачам самостійно оформити заявку на кредит, а згодом повністю обслуговувати даний продукт. Також, в банкінгах доступна інформація про актуальний курс валют. В сервісах чат-ботів доступна функція оформлення електронного полісу страхування для автотранспорту та поповнення мобільного рахунку.

Цифровізація українського ринку фінансових послуг сприяла утворенню та розвитку зручного та спрощеного способу узгодження документів – хмарного електронного цифрового підпису.

В період пандемії COVID-19 відбулося значне зростання попиту на онлайн послуги у банківській сфері.

Послуги надані з використанням фінансових технологій мають перевагу. До їхніх позитивних ознак відносять:

1. Швидкість та зручність. Надання послуг через інтернет дає змогу користувачам отримати легший та швидший доступ.

2. Великий вибір. Споживачі можуть обирати будь-яку наявну послугу. Немає обмеження для покупця.

3. Вигідніші умови на послуги. Скорочення витрат на утримання відділень дає змогу зробити послугу вигіднішою для клієнта [4].

Отже, впровадження новітніх технологій значно покращило сервіс на фінансовому ринку. Але потрібно шукати баланс, оскільки є певний сегмент користувачів, які не використовують комп'ютерні технології.

#### **Список використаних джерел:**

1. Нестеровська З. Тренди фінансового моніторингу – 2021. *Юридична газета*. 2021. № 4 (734). URL: <https://yur-gazeta.com/publications/practice/bankivske-ta-finansove-pravo/trendi-finansovogo-monitoringu2021.html>.

2. Фінансова інклюзія. Національний банк України. URL: [https://old.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id=3961976](https://old.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=3961976).

3. Ромащенко П. О. Трансформація фінансового ринку в умовах економічної нестабільності. *Сучасні тренди у розвитку фінансів, банківської справи та страхування* : збірник тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів і молодих учених (15 листопада 2019 року). Київ : ДВНЗ «Університет банківської справи», 2019. С. 125–128. URL: [http://repository.ubs.edu.ua/bits\\_18\\_11\\_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repository.ubs.edu.ua/bits_18_11_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y).

4. Лукашевська У. Т. Основні тенденції розвитку фінансових технологій в Україні. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2020. № 5. URL:

## УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ПІДПРИЄМСТВА ДП «УГК «NEMIROFF»

**Криворучко Д. М., студент**  
*Науковий керівник: доцент Волкова В. В.,  
Донецький національний університет імені Василя Стуса*

На сьогоднішній день, управління прибутками підприємства є великим та цінним вмінням, що відображається на існування та розвитку підприємства та є її основою.

Актуальність дослідження управління прибутками підприємств засвідчують публікації провідних зарубіжних та вітчизняних економістів: Т. Воронкова, Н. Безпалько, Д. Попович, О. Славчаник, Д. Бірнс, Д. Васс, Г., які розробили теоретичні та практичні заходи щодо розвитку підприємства [1].

На сучасному етапі розвитку економіки України, кризового становища, відчутно відображається на розвитку підприємств, власників бізнесу, так і на споживачів.

Прибуток – найголовніша ціль та складова будь-якого підприємства тому, що це розвиток, стимулювання та результат підприємства. Можливості отримання прибутку спрямовує підприємство на нові досягнення, тобто введення інвестицій, розширення бізнесу, збільшення робочої сили та збільшення випуску продукції. Але не кожне підприємство раціонально управляє та розподіляє свої прибутки.

Управління прибутком підприємства дозволяє своєчасно виявляти проблеми в його фінансово-господарській діяльності та використовувати різноманітні інструменти для їх усунення. Управління прибутками підприємства має цілу систему стратегій та заходів, щодо покращення діяльності та розвитку бізнесу.

Основними принципами формування системи управління прибутком є:

1. Принцип інтеграції із загальною системою управління підприємством. Передбачає узгодженість цілей системи управління прибутком і стратегічних цілей розвитку підприємства.

2. Принцип безперервності, що пояснюється необхідністю постійного функціонування системи управління прибутком.

3. Принцип системності, розроблення управлінських рішень з питань управління прибутком підприємства є досягнення найбільшого економічного ефекту при існуючих ресурсних обмеженнях.

4. Принцип комплексності. Забезпечує високу результативність формування та використання прибутку підприємством загалом.

5. Принцип динамічності управління, що вимагає швидке пристосування системи управління прибутком до постійних змін зовнішнього й внутрішнього середовища.

6. Принцип варіативності підходів до розробки окремих управлінських рішень. Полягає в розробленні та аналізі альтернативних сценаріїв розвитку господарської діяльності підприємства та прийняття на їх основі управлінських рішень стосовно управління прибутком.

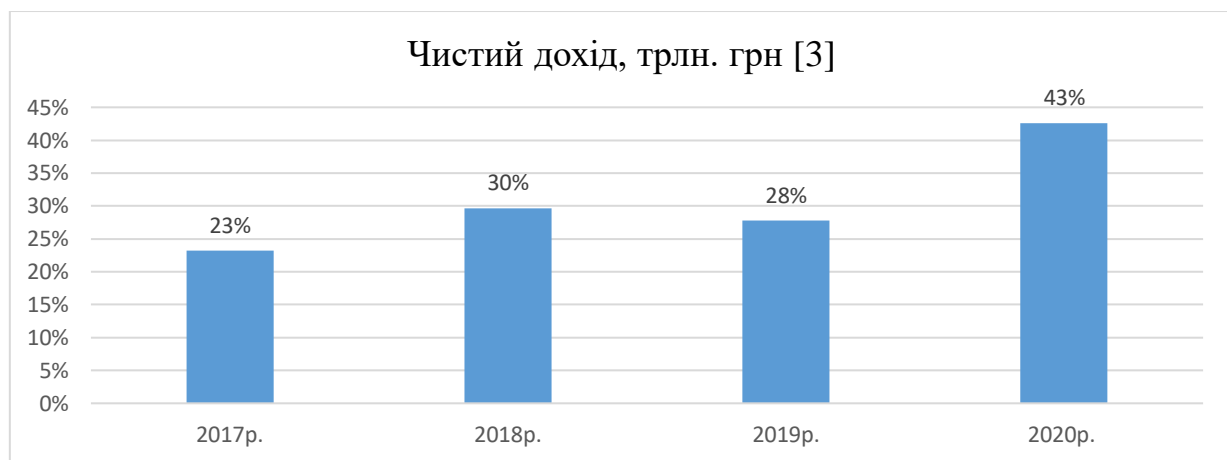
7. Принцип орієнтації на стратегічні цілі розвитку підприємства [2].

Принципи формування системи управління прибутками є невіддільною частиною будь-якого підприємства. Ці принципи відповідають за всі фінансові процеси та звісно на кінцевий результат, тобто чистий прибуток і не тільки.

Компанія ДП «УГК «Nemiroff» має цілорічно великі прибутки, які вимірюються в трлн. грн, звісно ж такими прибутками потрібно правильно керувати та розпоряджатися, тому розглянемо кінцевий результат підприємства, чистий прибуток, на прикладі ДП «УГК «Nemiroff» з 2017–2020 рр.

Аналізуючи дані чистого прибутку від реалізації з 2017–2020 рр. бачимо, що станом на 2020 р. підприємство зазнало найбільшого заробітку починаючи з 2017 р., майже на 20% більше. Незначний спад відбувся в 2019 р. порівняно з 2018 р. рівень чистого прибутку знизився, лиш на 2%. Тобто, можна зробити

висновок, що з 2017–2020 рр. чистий прибуток все зростає та приносить вагомий прибуток компанії ДП «УГК «Nemiroff». Здобутки компанії зросли від правильного керування та розпорядження прибутками підприємства, саме дотримання принципів та основ управління прибутками, компанія не зазнала краху на сьогоднішній день. Компанія вмiло використовує, аналізує та керує своїми прибутками. На підприємстві детально за цим слідкують. Наприклад, перевитрачання фінансів на матеріали виробництва, тобто втрачання рівноваги балансу норм підприємства, відповідно такі дрібні похибки, можуть коштувати підприємству великих збитків, тому все контролювано та сформульовано.



Важливою умовою збільшення прибутку підприємства, на нашу думку, є започаткування та використання сучасних методів управління прибутком, що включає в себе планування, формування та розподіл прибутку в часі.

Отже, управління прибутками є головним аспектом кожного підприємства, це його існування, розвиток, рівень конкурентоспроможності та інноваційний розвиток, найменша не правильне рішення, призведе до втрати фінансів або краху підприємства, ось тому потрібно вивчати, аналізувати та впроваджувати аспекти основ правильного управління прибутками.

#### **Список використаних джерел:**

1. Інвест-план: сайт. URL: <http://www.investplan.com.ua> (дата звернення: 21.10.2021).
2. Financial: сайт. URL: <https://financial.lnu.edu.ua> (дата звернення: 21.10.2021).

3. ТОВ «Nemiroff»: сайт. URL: <https://nemiroff.vodka/ua/uk/news> (дата звернення: 21.10.2021).

## ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ДОХОДІВ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ

**Криштофор Г. О., магістрант**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Канєва Т. В.,  
Київський національний торгово-економічний університет*

Стан місцевих бюджетів відбивається на стані суспільства в цілому, тому проблеми місцевих бюджетів негативно впливають на всі суб'єкти господарювання, діяльність яких пов'язана з окремими територіальними громадами. На сьогоднішній день існують наступні проблеми для наповнення місцевих бюджетів:

- високий рівень фінансової залежності від трансфертів із державного бюджету;
- слабка власна дохідна база (доходи без урахування трансфертів);
- низька фіскальна роль місцевих податків та зборів і, як наслідок, незначна їх питома вага в доходах місцевих бюджетів;
- дефіцит кадрових ресурсів у органах місцевої влади;
- нерівномірний соціально-економічний розвиток регіонів і, як наслідок, нерівномірний розподіл доходів працездатного населення у них.

Однією з найголовніших проблем є високий рівень фінансової залежності. Частка міжбюджетних трансфертів у структурі доходів місцевих бюджетів у 2020 році становила 33,97 % [1]. Такий рівень трансфертів із державного бюджету означає, що по-суті, місцеве самоврядування не може забезпечити виконання потреб громади власними силами. Тобто, ця проблема є наслідком слабкої власної дохідної бази.

Проблеми у формуванні мають місце у кожній із складових власної дохідної бази: податкових та неподаткових надходженнях, операціях з капіталом, цільових фондах та трансфертах від Європейського Союзу, урядів іноземних держав, міжнародних організацій та донорських установ.



У 2020 році фактичний обсяг податкових надходжень становив 285,8 млрд. грн., або 60,57% у структурі доходів місцевих бюджетів. Основні проблеми у цій групі надходжень виникають із зарахуванням ПДФО та особливостями адміністрування місцевих податків та зборів [3].

Проблема справляння ПДФО полягає у тому, що податок сплачується до бюджету тієї громади, на території якої зареєстровано підприємство. Внаслідок чого бюджети громад, на території яких фактично проживають працівники даних підприємств недоотримують кошти. Процес вирішення даної проблеми потребує або заміни підприємств у ролі суб'єкта, відповідального за зарахування цього податку до бюджетів або перегляду функцій та повноважень більшості учасників процесу сплати та розподілу коштів від ПДФО. На практиці це буде втілити складно, так як вимагатиме міжвідомчої координації та реорганізації внутрішніх процедур таких ключових установ, як податкова служба, казначейство та Міністерство фінансів.

Також не дуже сприятливою є ситуація із місцевими податками та зборами. Саме вони у європейських країнах займають провідне місце у формуванні місцевих бюджетів. Проте, в Україні їх частка залишається на відносно низькому рівні.

Головною проблемою зарахування до місцевих бюджетів єдиного податку та податку на майно є велика кількість можливостей з мінімізації та ухилення від їх сплати серед «потенційних» платників. Для єдиного податку – це різноманітні схеми заниження прибутку та використання лазівок у законодавстві. А для майнового податку – це фактична відсутність у компетентних органів інформації про власність населення та неможливість проведення її перевірок через брак людських ресурсів, особливо у великих населених пунктах.

Ситуація із місцевими зборами не сильно відрізняється від місцевих податків. Збір за місця для паркування транспортних засобів, як і туристичний збір мають значний фіскальний потенціал, проте надходження від них до місцевих бюджетів незначні. Це пов'язано із фактичною відсутністю механізму

контролю за їх сплатою та відповідальності за їх несплату, а також слабкою розвиненістю необхідної інфраструктури (збір за паркування).

Неподаткові надходження не є вагомим джерелом доходів місцевих бюджетів, у 2020 році їх частка складала 4,55 % серед усіх доходів. Їх обсяги безпосередньо залежать від ініціативності й винахідливості органів місцевого самоврядування. Існує велика кількість потенційних способів до збільшення цієї статті доходів, проте, ці способи майже повністю залежать від зацікавленості у них місцевого населення. Наприклад, розмір прибутку підприємств комунальної форми власності залежить від зацікавленості місцевого населення у послугах, які вони надають, а майно громади, яке може здаватися в оренду вимагає наявності потенційних орендарів, яких важко знайти у малих населених пунктах.

Доходи від операцій з капіталом мають незначну питому вагу в доходах місцевих бюджетів – 0,74% за 2020 рік. Це пов'язано із відсутністю на той момент ринку землі та нерозвиненістю ринків як матеріальних, так і нематеріальних активів. Ринок землі, який запрацював з першого липня 2021 року також є неоднозначним способом поліпшення ситуації, так як це джерело доходу може швидко себе вичерпати.

Частка надходжень до цільових фондів у структурі доходів місцевих бюджетів також залишається незначною (0,14%). Наразі цільові фонди в Україні є нерозвиненими. Це пов'язано як із значним контролем з боку уряду за створенням і використанням коштів фонду, так і з непрозорістю самої процедури їх створення, яка несе високий ризик корупції.

Найнижчу частку у структурі доходів місцевих бюджетів (менше 0,04%) мають офіційні трансферти від Європейського Союзу, урядів іноземних держав, міжнародних організацій та донорських установ. На обсяги їх надання має вплив низка соціально-політичних факторів. Важливою складовою трансфертів від зарубіжних країн є гранти. Їх частка у структурі цих трансфертів у 2020 році становить більше 90%. Для місцевої влади вони є додатковим джерелом для реалізації економічних та соціальних програм. Проте, сама процедура

отримання гранту є достатньо громіздкою. Процес отримання грантів також ускладнює брак висококваліфікованих фахівців серед посадових осіб органів місцевого самоврядування, особливо в сільській місцевості, адже без достатнього володіння іноземними мовами, знання комп'ютерних технологій та чинного законодавства дуже важко вести переговори для отримання гранту від міжнародних організацій-донорів [2].

Закономірно, що ще однією проблемою, що значно обмежує рівень доходів місцевих бюджетів, є дефіцит кваліфікованих кадрових ресурсів. Наявність здібних та досвідчених співробітників має неабияке значення для підтримки безперебійного функціонування системи наповнення окремих бюджетів. Кадри – це перш за все, інтелектуальний та інноваційний потенціал. Проте, не усі органи місцевого самоврядування можуть знайти хороших спеціалістів. І мова тут іде не про спеціалістів з фінансів, бухгалтерського обліку чи права. Мова йде про більш специфічні спеціальності як от архітектура. Навіть не дивлячись на те, що заробітні плати у працівників органів місцевого самоврядування не можна назвати низькими, все одно, вони менші за ті, які ці фахівці отримують у компаніях приватного сектору. Також проблемою є брак необхідних знань та навиків серед уже працюючих співробітників. Найбільш наочним прикладом може слугувати знання іноземних мов.

Ще однією проблемою, що обмежує рівень доходів місцевих бюджетів є нерівномірний соціально-економічний розвиток регіонів. Розвиток регіонів визначає, по-перше, рівень заробітної плати населення (а її розмір впливає на обсяги податкових надходжень), по-друге, кількість населення-платників податків та користувачів послуг, по-третє, кількість підприємств, підприємців та розвиненість інфраструктури. Чим нижчий рівень розвитку території, тим вище рівень безробіття, більший відтік населення, а отже і бідніші бюджети.

Як бачимо, існує низка проблем при формуванні доходів місцевих бюджетів. Для їх подолання можна виділити такі основні напрямки: оптимізація системи справляння, адміністрування та контролю за податками,

які надходять до місцевих бюджетів; більш ефективного використання майна, що перебуває у власності органів місцевого самоврядування; надання більшої свободи органам місцевого самоврядування у формуванні цільових фондів, збільшення прозорості самої процедури; залучення коштів від іноземних організацій для виконання проєктів з розвитку громади; підвищення кваліфікації працівників ОМС; співпраця місцевого самоврядування з бізнесом. Реалізація цих напрямів дозволить підвищити фінансову незалежність місцевих бюджетів, пришвидшити темпи зростання соціально-економічного розвитку та підвищити рівень життя населення.

#### **Список використаних джерел:**

1. Звіти про виконання Державного та місцевих бюджетів України за 2020 рр. Офіційний сайт Державної казначейської служби України. URL: <http://www.treasury.gov.ua>.

2. Планування та управління фінансовими ресурсами територіальної громади / О. Кириленко, Б.Малиняк, В. Письменний, В. Русін. Асоціація міст України. Київ : ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2015. 396 с.

3. Фатюха Н. Г. Сучасний стан та перспективи розвитку місцевих бюджетів в умовах децентралізації. *Ефективна економіка*. 2020. № 11.

## **РОЛЬ СТРАХУВАННЯ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА**

**Крюкова Г. В.**, здобувач вищої освіти  
*Науковий керівник: к. е. н., професор Масюк Ю. В.,  
Дніпровський державний аграрно-економічний університет*

При вивченні фінансової безпеки розвитку сільського господарства окрему увагу потрібно приділяти саме страхуванню діяльності. Страхування є способом зниження негативного впливу можливих загроз. Значний вплив в поширенні страхування внесли інфляційні та девальваційні процеси вітчизняної економіки.

Проаналізувавши стан страхового ринку України, можна помітити, що останнім часом спадають показники страхування сільськогосподарської продукції, такі як: кількість укладених договорів страхування, обсяг зібраної страхової премії, площа застрахованих сільськогосподарських земель [3].

Страховання як фактор розвитку економіки сприяє усунуванню загроз фінансової безпеки розвитку сільського господарства, так як виступає показником результативного функціонування економічної системи завдяки механізмам фінансового захисту, посиленню інвестиційної привабливості та покращенню діяльності господарюючих суб'єктів [5].

Міжнародний досвід використання механізмів страхового захисту підтверджує, що страхування спонукає до посилення фінансової безпеки розвитку шляхом боротьби із природно-кліматичними чинниками. Нинішня страхова система сільського господарства перебуває на етапі активного становлення: активно змінюються цілі, принципи, механізми та завдання. Страхова система сільського господарства – це регулятор процесів соціально-економічного розвитку в аграрному секторі. Завдання страхової системи визначається не тільки в захисті майна в момент настання страхової ситуації і покритті збитку, але і в ліквідуванні інших порушень – непрямих збитків, які з'явилися при знищенні чи пошкодженні майна, яке є власністю або предметом майнових прав застрахованого [3].

Отже, метою страхування в аграрній сфері є не тільки охорона майна, але і задоволення умов для злагодженого розвитку галузі.

Підприємницький ризик товаровиробника в сільському господарстві є набагато вищим, ніж той самий ризик в промисловості. Це зумовлено набагато більшою кількістю об'єктивних ризикових обставин, які залежать від стихійних сил природи [4].

Страховий захист майнових інтересів у сільському господарстві має певні особливості, на це вплинула сезонність виробництва, висока залежність продуктивності від природно-кліматичних і погодних умов, велика територіальна розосередженість основного засобу виробництва – землі,

чутливість об'єктів страхування до хвороб і епідемій у тваринництві, а також шкідників у рослинництві [2].

Щоб забезпечити фінансову безпеку розвитку сільського господарства, сучасна страхова система має ґрунтуватися на таких основних принципах:

1. Добровільність. Страхування сільськогосподарських ризиків не стосується інтересів третіх осіб, тому має функціонувати на добровільній основі.

2. Зацікавленість сільгоспвиробника. Умови сільськогосподарського страхування повинні бути вигідними для сільгоспвиробника.

3. Упровадження ризик-менеджменту. Страхування має сприйматися не як засіб привласнити бюджетні кошти або отримати доступ до безоплатних субсидій, а як інструмент управління ризиками.

4. Великий вибір продуктової лінійки. Страхувальник повинен мати право вибору страхового пакету, умови якого підходять найкраще для нього.

5. Стимулювання ефективних сільськогосподарських виробників. Страхування має заохочувати розвиток виробничих технологій у аграрному господарстві.

6. Ідентичний доступ до одержання субсидій з боку сільгоспвиробників. Для збереження незалежної конкуренції між сільськогосподарськими виробниками державні субсидії мають призначатись однієї величини незалежно від суб'єкта і типу господарства.

7. Збалансованість. Кількість виділених субсидій повинен прямо залежати від величини попиту на сільськогосподарське страхування з державною підтримкою. Повинні додатково виділятися субсидії, якщо заявки на субсидії будуть перевищувати сумарний обсяг виділених коштів.

8. Прозорість і налагодженість системи перерахування субсидій. Процес перерахування субсидій має бути дуже простим і прозорим, без двоякого значення [1].

Підсумовуючи, варто зазначити, що вагомого значення при регулюванні фінансової безпеки розвитку аграрного господарства набуває визначення ролі

агрострашування як напрям покриття ймовірних загроз. Найбільш поширеними ризиками у сільському господарстві, що відбиваються на стані фінансової безпеки, варто виокремити ризики самовідтворення, природні ризики, ризики сезонності, низької конкурентоспроможності, обмеженої привабливості сільськогосподарського виробництва для інвесторів тощо.

#### **Список використаних джерел:**

1. Пристемський О. С., Танклевська Н. С. Основні принципи формування та забезпечення фінансової безпеки підприємств. *Наукові праці Полтавської державної аграрної академії*. Спецвипуск. Полтава: ПДДА. 2013. С. 41–46.
2. Пристемський О. С. Фінансове забезпечення розвитку сільського господарства як фактор його фінансової безпеки. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія: «Економіка і менеджмент», м. Одеса, 2017. С. 18–21.
3. Танклевська Н. С., Пристемський О. С. Резерви посилення фінансової безпеки розвитку сільського господарства. *Бізнес Інформ*. 2017. С. 274–280.
4. Лобова О. М. Ефективність страхування ризиків підприємницької діяльності в аграрному секторі. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. Серія: Економіка. 2014. №156. С. 70–76.
5. Сакун А. Ж., Марчук Л. Л. Бінарна природа економічних конфліктів у контексті економічної безпеки суб'єктів господарювання. *Економічний аналіз*. 2017. Т. 27. № 3. С. 261–265.

## **АНАЛІЗ СВІТОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОГО СЕКТОРУ ТА ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ ЯК КАТАЛІЗАТОРА ЦИФРОВІЗАЦІЇ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ**

**Кучер Д. А.**, здобувач  
*Науковий керівник: к. е. н., доцент Ганзюк С. М.,  
Дніпровський державний технічний університет*

Характеристики ринку банківських продуктів та послуг різних країн визначаються станом економіки держави, політичною ситуацією, менталітетом

споживачів, становищем держави на міжнародній арені та багатьма іншими факторами. Однак світові тенденції у появі та розвитку будь-якої нової технології чи глобальних змін у банківському бізнесі певною мірою зачіпають усіх [1].

В останні роки на європейському ринку спостерігається посилення різноманітних законодавчих реформ, пов'язаних із покращенням безпеки банківських операцій, а також посиленням безпеки банківського сектору в цілому. Однак система управління ризиками в більшості банків не систематизована і представляє лише фрагменти інструкцій та методів, що не дозволяє банкам ефективно реагувати на все більшу кількість законів та нормативних актів [2].

Нові правила спонукають банки зменшувати ризики, наприклад, покращувати якість пакету позик, що, однак, призводить до збільшення вартості капіталу. Нові норми та правила посилюють вимоги до структури капіталу та ліквідності банківських фондів, а також необхідність забезпечення більшої прозорості у розкритті інформації. Ці закономірності вже помітні в Україні.

У той же час кредитні установи намагаються йти в ногу з постійно мінливою кількістю стандартів, використовуючи все нові і нові технологічні можливості: реорганізуючи всю структуру інформаційних технологій, забезпечуючи велику кількість даних, збільшити обчислювальну потужність систем, щоб відповідати новим стандартам.

Банки прагнуть розробити та впровадити програму управління, яка допомагає оперативно реагувати на зміни норм та стандартів, а також контролювати пов'язані з цим ризики, наприклад, при роботі з третіми сторонами. Для реалізації такої програми банкам потрібно автоматизувати процес аналізу ситуації, запропонувати систему перевірки оборотності, які дозволяють працівникам перевіряти можливі наслідки перед прийняттям рішення. Щоб реалізувати таку програму, банкам необхідно автоматизувати процес аналізу ситуації, забезпечити систему перевірки операцій, тобто



дозволити співробітникам перевіряти можливі наслідки до прийняття рішення. Очікувані витрати на реалізацію даної програми в Європі за рік склали близько 97 мільярдів доларів [2].

Інститут дослідження Cargemini у своєму звіті «COVID 19 і споживач фінансових послуг» провів опитування, в якому взяли участь понад 11 тисяч респондентів з багатьох країн світу [3]. 45% опитаних сказали про те, що з початком пандемії вони стали частіше користуватися онлайн-платежами, в особливості за допомогою мобільного банкінгу. Цей результат говорить про те, що пандемія значно прискорила використання цифрового банкінгу, а найбільшою популярністю користувався саме мобільний банкінг, який виявився найзручнішим у використанні.

Продукти та послуги Інтернет-банкінгу стають все більш популярними в усіх країнах. Це, звичайно, впливає на рівень шахрайства на ринку. Цей вид злочинів має такі наслідки: втрата споживчих грошей, вартість організацій на юридичні послуги, а також втрата клієнтів та потенційних клієнтів, ділової репутації.

Витрати для банків в результаті сканування бази даних (як шляхом простих шахрайств, так і кібератак) постійно зростають, як і витрати на зміцнення систем безпеки. В Україні важко отримати доступ до статистичних даних з цього питання.

Прогнозується, що обсяг коштів, виділених на доопрацювання захисного програмного забезпечення до 2025 року в Європі зросте на 40% [3].

Останніми роками використання біометричного інформаційного аналізу значно розширилось, оскільки банки виявили, що їм потрібно забезпечити не тільки переказ платежів, але й збереження персональних даних. В даний час клієнти більшості банків у розвинених країнах використовують технологію біометричної ідентифікації при використанні мобільного банкінгу, здійснення платежів та переказів [4].

На основі розглянутих особливостей ринку банківських продуктів і послуг різних країн, можна виділити серед інших тенденцію розвитку світового

ринку банківських продуктів і послуг - впровадження інформаційних технологій в сферу банківського обслуговування, посилення вимог до кредитних організацій, проведення всередині фінансових інститутів структурних і операційних поліпшень, а також посилення конкуренції між банками і компаніями небанківського сектора [5].

#### **Список використаних джерел:**

1. Міжнародна економіка: інтеграція науки та практики: збірник наук. праць. КПІ ім. І. Сікорського, 2018. 164 с.
2. Commercial bank branches (per 100,000 adults). The World Bank: веб-сайт. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/FB.CBK.BRCH.P5?view=chart> (дата звернення: 10.10.2021).
3. The official site of Capgemini Research Institute (2020), «COVID 19 and the financial services consumer: Supporting customers and driving engagement through the pandemic and beyond», веб-сайт. URL <https://www.capgemini.com/research/covid-19-and-the-financial-services-consumer/> (дата звернення: 10.10.2021).
4. Банки отримають нові провідні сучасні інструменти для дистанційної ідентифікації та верифікації клієнтів. веб-сайт. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/banki-otrimayut-novi-providni-suchasni-instrumenti-dlya-distantsiynoyi-identifikatsiyi-ta-verifikatsiyi-kliyentiv> (дата звернення: 10.10.2021).
5. Брітченка І. Г. Інтегровані банківські послуги та конкурентоспроможність банківської системи. Полтава. РВВ ПУСКУ, 2008. 315 с.

### **СІЛЬСЬКІ ТЕРИТОРІАЛЬНІ ГРОМАДИ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ**

*Лісовська О. О., здобувач вищої світи*

*Науковий керівник: ст. викладач Осадчук Н. В.,*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

В Україні процес децентралізації розпочато 2014 року з прийняттям Концепції реформи місцевого самоврядування та територіальної організації

влади в Україні (01.04.2014) [1], законів України «Про співробітництво територіальних громад» (17.06.2014) [2], «Про добровільне об'єднання територіальних громад» (05.02.2015) [3] та змін до Бюджетного і Податкового кодексів [4,5] – щодо фінансової децентралізації.

Цей процес дозволив формувати відповідно до положень Європейської хартії місцевого самоврядування значний дієвий і спроможний інститут місцевого самоврядування на базовому рівні – територіальні громади.

Семенівська територіальна громада Житомирської області об'єдналася в 2017 році. Площа громади складає 195,8 км<sup>2</sup> з чисельністю населення 5074 осіб. До складу Семенівської територіальної громади ввійшли 7 сільських рад [6].

Доходи бюджету Семенівської територіальної громади зростають з 2017, після об'єднання громади. Це стало можливим саме після об'єднання сільських рад в територіальні громади і зарахування податку на доходи фізичних осіб до бюджету громади.

Слід зазначити, що доходи громади після об'єднання збільшились більше ніж в чотири рази. Тобто, в період децентралізації доходи громади на душу населення зросли у 2020 році на 7126 грн. порівнюючи з 2016 роком. Власні доходи на 1 мешканця складають 8960,07 грн.

Якщо провести аналіз структури власних надходжень до бюджетів територіальних громад, то можна побачити, що найбільшу частку доходів у всіх складає податок та збір на доходи фізичних осіб. З кожним роком частка податку та збору на доходи фізичних осіб у бюджеті Семенівської сільської територіальної громади зростає: з 57,5 % у 2017 р. до 64,8 % у 2020 р. (рис. 1).

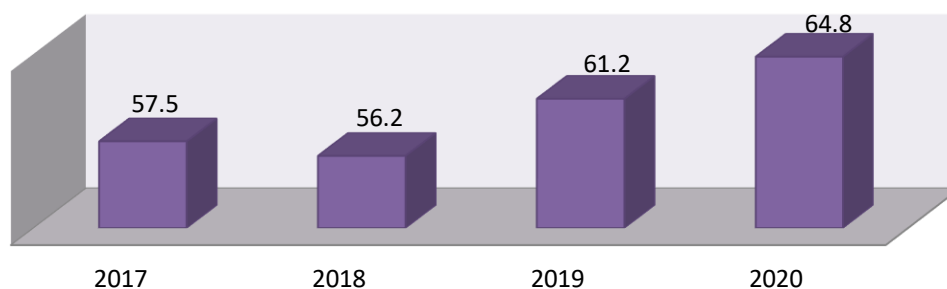


Рис. 1. Частка податку та збору на доходи фізичних осіб у бюджеті Семенівської сільської територіальної громади за 2017–2020 рр.

Бюджетоутворюючі підприємства – це підприємства, частка надходжень податків яких до бюджету є значною. Основними платниками податків і, відповідно, бюджетоутворюючими підприємствами Семенівської територіальної громади є: ТОВ «Оператор ГТС України» – 32,5% від усіх надходжень до громади; Відділ освіти, молоді та спорту Семенівської сільської ради – 5,9%; ПП «Климчук» – 5,4%; ТОВ «Інтерскаліт УА» – 3,4%; Семенівська сільська рада – 2,8%; ДНЗ «Бердичівське ВПУ» – 2,6%; ТОВ «Факт» – 2,5%; ПСП «Агрофірма «Світанок» – 2,3%. Надходження від цих платників складають більше половини у бюджеті громади – 57,4 %.

Загальна проблема адміністрування та моніторингу податків та зборів, які надходять до місцевих бюджетів, у тому числі податку та збору на доходи фізичних осіб, є виявлення неплатників. Спеціалісти територіальної громади не мають вільного доступу до бази даних Державної податкової служби (ДПС) щодо реєстрів платників та їх баз та об'єктів оподаткування. Процес отримання даних з ДПС є довгим та інколи запитувані дані втрачають актуальність для фахівців територіальних громад. Саме тому необхідно:

1. На загальнодержавному рівні необхідно закріпити обов'язок ДПС надавати відповідну інформацію фінансовому органу територіальної громади в автоматичному режимі або надати доступ до відповідних баз даних в ДПС.

2. Збільшити повноваження виконавчих органів місцевої влади щодо контролю за місцевими податками і зборами.

3. Провести аналіз земельних ділянок та нерухомого майна у власності фізичних та юридичних осіб та здійснити перевірку повноти сплати ними земельного податку та податку на нерухоме майно.

#### **Список використаних джерел:**

1. Про схвалення Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні: розпорядження Кабінету Міністрів України від 1 квітня 2014 р. №333-р. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-%D1%80>.

2. Про співробітництво територіальних громад: Закон України від 17 черв. 2014 р. № 1508-VII. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1508-18>

3. Закон України «Про добровільне об'єднання територіальних громад» № 157-VIII від 05.02.2015. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/157-19>.

4. Бюджетний кодекс України від 8 липня 2010 року № 2456-VI. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2456-17>.

5. Податковий кодекс України від 2 грудня 2010 року № 2755-VI. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/go/2755-17>.

6. Сільський бюджет Семенівської територіальної громади за 2017-2020 рр. URL: <https://semenivska-gromada.gov.ua/>.

## **ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ФОНДОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ**

**Луханова О., здобувач**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Ганзюк С. М.,  
Дніпровський державний технічний університет*

Нині фондові ринки займають вагоме місце для сучасної економіки розвинених країн світу. Фондовий ринок характеризує складно структуровану систему, що є важливим важелем забезпечення ефективного функціонування та розвитку економіки країни загалом. Враховуючи те, що більшість українських підприємств мають обмежені можливості самофінансування та недостатні зовнішні джерела інвестиційних ресурсів, розвиток фінансування економіки за рахунок широкого використання інструментів ринку цінних паперів набуває першочергового значення. Саме цим обумовлюється актуальність формування адекватного ринковим відносинам конкурентоспроможного фондового ринку [1].

Так, як видно з таблиці 1, протягом 1 півріччя 2021 року зареєстровано 35 випусків акцій на суму 9,85 млрд. грн. та 72 випуски облігацій підприємств на суму 6,69 млрд. грн., в порівнянні з аналогічним періодом 1 півріччя 2020 року обсяг зареєстрованих випусків акцій зменшився на 19,87 млрд. грн., а обсяг зареєстрованих облігацій підприємств збільшився на 1,74 млрд. грн.

Порівнюючи 2020 рік з попереднім 2019 роком обсяг зареєстрованих випусків акцій зменшився на 30,56 млрд. грн., а облігацій підприємств – збільшився на 21,74 млрд. грн.

*Таблиця 1*

**Обсяг та кількість випусків акцій та облігацій підприємств, зареєстрованих протягом 2019 року – 1 півріччя 2021 року, [1]**

Період	Обсяг випуску акцій, млн грн	Кількість випусків акцій, шт.	Обсяг випуску облігацій підприємств, млн грн	Кількість випусків облігацій підприємств, шт.
У 1 півріччі 2019 року	60 462,86	46	8 370,57	59
У 2 півріччі 2019 року	3076,52	32	2835,51	29
У 1 півріччі 2020 року	29 719,40	45	4 942,20	50
У 2 півріччі 2020 року	3263,40	26	28006,80	46
У 1 півріччі 2021 року	9 852,98	35	6690,28	72

Зауважимо, що випуск облігацій дозволяє підприємствам залучити довгострокові фінансові ресурси на більш вигідних умовах, ніж традиційні банківські кредити, особливо в умовах незадоволення потреб у довгостроковому банківському кредитуванні. Але така практика поки що не набула поширення серед вітчизняних підприємств через наявність певних об'єктивних причин – недостатньо розвинутий внутрішній ринок капіталів, складний і витратний процес емісії, необхідність належного забезпечення власних зобов'язань, недостатність досвіду керівництва компаній і потенційних інвесторів, тощо. Саме тому, використовувати засіб емісії облігацій для залучення капіталу до інвестиційно-інноваційної діяльності можуть тільки міцні і великі підприємства.

Випуск і реєстрація облігацій надзвичайно складна, багатоетапна зарегламентована процедура, передбачає дотримання емітентом певних правил. Допуск до торгів облігацій вимагає від емітента відповідності встановленим критеріям і наявність високого рейтингу. В умовах неактивного ринку, підприємствам складно розмістити свої облігації. Крім того, емісія облігацій передбачає відкритість і публічність компаній-емітентів, а в реаліях українського бізнес-середовища не всі підприємства до цього готові [3].

### Список використаних джерел:

1. Третякова О. В., Харабара В. М., Грешко Р. І. Фондовий ринок України: особливості функціонування в сучасних умовах. URL: [http://www.economy.in.ua/pdf/5\\_2020/20.pdf](http://www.economy.in.ua/pdf/5_2020/20.pdf) (дата звернення: 14.10.2021)
2. Офіційний веб-сайт Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку України. URL: <http://www.nssmc.gov.ua> (дата звернення: 13.10.2021)
3. Якушева І. Є. Ринок облігацій в Україні: стан, тенденції і перспективи розвитку. *Ефективна економіка*. 2021. № 4. URL: [http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8809\\_](http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8809_) (дата звернення: 13.10.2021)

## СУЧАСНІ ТРЕНДИ ОПОДАТКУВАННЯ ТА ОБЛІКУ В ОФШОРНИХ ЗОНАХ ТА ЇХ ТИПИ

**Мартиненко А. Ю., студент**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Задніпровський О. Г.,  
Київський національний торгово-економічний університет*

Офшорна зона – це країна або територія, що приваблює міжнародний бізнес податковими та іншими пільгами. Такі країни зазвичай забезпечують підвищену конфіденційність та захист активів. Офшорні зони також називаються "офшорними юрисдикціями" або "офшорними територіями".

В основному це невеликі держави (Панама, Беліз), окремі анклавні держав (Лабуан, Гонконг) і острівні території (Британські Віргінські Острови, Острови Кука). Всього в світі їх налічується кілька десятків.

Оскільки термін "офшорна зона" визначено не точно, їх кількість назвати складно. Кожна держава по-своєму визначає, що вважати офшорною зоною. У кожній зоні є своя специфіка, тому для різних цілей використовують компанії з різних зон [1].

Всі юрисдикції, що застосовуються в схемах податкового планування, умовно поділяють на кілька категорій:

- країни з нульовими податками;
- країни з низькими податками;
- країни з територіальною системою оподаткування;

– країни з високими податками і спеціальними пільгами.

Країни з нульовими податками – невеликі держави з невисоким рівнем розвитку економіки, але з хорошою політичною стабільністю. Податку на прибуток в цих країнах немає.

Здавати фінансову звітність і проходити аудит не потрібно. Єдина вимога – вносити в казну щорічний фіксований збір. Публічно доступний реєстр акціонерів і директорів в таких країнах не ведеться, тому конфіденційність прав власності дуже висока.

Ці юрисдикції найчастіше потрапляють в чорні списки офшорів. Українські підприємці використовують компанії з цих країн для експорту, накопичення капіталів, інвестування і для фінансових транзакцій [2].

Країни з низькими податками для стимулювання економіки і залучення іноземного капіталу встановили низькі ставки податків для всіх компаній.

*Таблиця 1*

### **Основні податкові статті Британських віргінських островів**

Щорічний державний збір до бюджету (для компаній з менше, ніж 50 тис. акцій)	350 USD
Щорічний державний збір до бюджету (для компаній з більше, ніж 50 тис. акціями)	1 100 USD

Офшорними такі юрисдикції не вважаються. Всі зареєстровані тут компанії здають звітність і платять податки. Компанії з цих юрисдикцій використовуються для торгівлі з країнами, які вороже налаштовані по відношенню до класичних офшорів. Найвідомішим прикладом в даному випадку є Кіпр [3].

*Таблиця 2*

### **Основні податкові статті Кіпру**

Податок на прибуток	12,5%
Податок на приріст капіталу	20%
Мито на капітал	100EUR при створенні
Репатріація доходу	0-15%
Щорічний державний збір до бюджету	350 EUR



У країнах з територіальною системою оподаткування його рівень залежить від місця походження доходу. Доходи з джерел за межами країни реєстрації не оподатковуються чи оподатковуються за пільговою ставкою.

Щоб довести, що компанія має право на пільги, необхідно щорічно здавати фінансову звітність і проходити аудит. За приклад можна розглянути Гонконг. У Гонконзі діє територіальна система оподаткування. Це означає, що прибуток, отриманий місцевою компанією з джерел за межами Гонконгу, повністю звільнена від податків. Відносно прибутку, отриманої в Гонконзі, діє двоступенева прогресивна шкала [4].

Таблиця 3

### Основні податкові статті Гонконгу

Податок на прибуток	перші 2 млн. HKD (гонконгських доларів) оподатковуються за ставкою 8,25%;
	прибуток понад 2 млн. HKD – за ставкою 16,5%.
Щорічний державний збір до бюджету	2 250 HKD

У країнах з високими податками і спеціальними пільгами діє резидентна система оподаткування, тобто податки не залежать від місцезнаходження джерела доходу. Бухгалтерська звітність обов'язкова. Ставки податків досить високі. Однак, в цих країнах є спеціальні організаційно-правові форми бізнесу, які повністю звільнюються від корпоративних податків. До таких форм належать компанії LLC (скор. від англ. Limited Liability Company) перекладається як "компанія з обмеженою відповідальністю", проте її не слід плутати з приватної акціонерною компанією LTD, назва якої часто переводять аналогічно.

Партнерство LLC є податково-прозорою структурою. Це означає, що доходи SLP не обкладаються корпоративним податком на прибуток і податком на приріст капіталу. Прибуток LLC вважається доходом її партнерів. Партнери зобов'язані задекларувати цей дохід в країні, де вони є податковими резидентами, і сплатити прибутковий податок [5].

Якщо партнери LLC не є резидентами певної країни «А», то її податків можна уникнути. Для цього необхідно виконання трьох умов:

- бізнес LLC не ведеться на території країни «А»;
- генеральний партнер не є резидентом країни «А»;
- джерело доходу знаходиться за межами країни «А».

Щоб уникнути податків повністю, в якості партнерів використовуються офшорні компанії з класичних безподаткових юрисдикцій (наприклад, компанії з Панами, БВО, Невіс і ін.).

Отже, сучасні тренди обліку та оподаткування в офшорних зонах є досить мінливими в залежності від потреб бізнесу, що говорить про їх динамічний розвиток, оскільки диверсифікація та глобалізація фінансових потоків культивує їх офшоризацію.

#### **Список використаних джерел**

1. Hayes A. OFFSHORE. Investopedia (2021). URL: <https://www.investopedia.com/terms/o/offshore.asp>.
2. U.S. Virgin Islands: An Offshore Tax Planning Jurisdiction. FindLaw (2008). URL: <https://corporate.findlaw.com/finance/u-s-virgin-islands-an-offshore-tax-planning-jurisdiction.html>.
3. Income tax in Cyprus. SPL (2021). URL: <https://splcy.com/why-invest-in-cyprus/income-tax-in-cyprus/>.
4. Hong Kong Tax Rates and Income Tax System. GuideMeHongKong (2021). URL: <https://www.guidemehongkong.com/business-guides/supporting-a-business/hong-kong-tax-rates-and-income-tax-system>.
5. Special limited partnership. enWikipedia (2021). URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/Special\\_limited\\_partnership](https://en.wikipedia.org/wiki/Special_limited_partnership).

## ПОДАТКОВЕ НАВАНТАЖЕННЯ В УКРАЇНІ

**Мельник К. М.**, студентка

*Науковий керівник: к. е. н. Пашкуда Т. В.,*

*Київський національний торговельно-економічний університет*

Рівень податкового навантаження виступає критерієм, що визначає оцінку загального впливу податків на національну економіку країни в цілому або на певних суб'єктів господарювання, тобто фактично виступає мірилом ефективності податкової політики, який впливає на наповнення державних доходів, рівень податкових надходжень у структурі ВВП і відповідно частку ВВП на душу населення [1, с. 271].

Внаслідок зростання рівня податкового навантаження зменшується економічна активність суб'єктів господарювання, сповільнюються темпи росту ВВП, зростають обсяги переміщення капіталу за межі України. Внаслідок зниження рівня податкового навантаження доходи бюджетів усіх рівнів суттєво зменшаться, що спричинить неможливість фінансування програм соціально-економічного розвитку.

Голікова С. стверджує, що через значну кількість небезпек та загроз у податковій сфері існує величезна загроза для національної економіки. Це негативне сальдо державного бюджету, відсутність податкової культури, величезні запозичення держави, активне використання інфляційного податку, дискримінація у оподаткуванні, незбалансованість бюджету, неефективне використання бюджетних коштів, постійне недофінансування ключових державних програм, що дестабілізує соціальне та економічне становище країни [2, с. 62].

Варто зауважити, що загрози та виклики економічній та фінансовій безпеці є різносторонніми щодо причин їх виникнення з боку податкової системи. Проте, одним із найбільш серйозних недоліків, на мою думку, є нестабільність та недосконалість податкового законодавства.

Не зважаючи на те, що в Україні діє Податковий Кодекс України, питання оподаткування також регулюється ще й чисельними підзаконними нормативно-

правовими актами, Указами Президента, постановами та розпорядженнями Кабінету Міністрів України. Крім того, зустрічаються розбіжності, неоднозначні тлумачення окремих положень та дефініцій, визначених у законах та підзаконних нормативно-правових актах. Все це негативно впливає на виконання податкових зобов'язань платниками податків, а також і на роботу співробітників податкової служби та відповідно знижує привабливість вітчизняної економіки для іноземних інвесторів, кошти, які нам вкрай необхідні в умовах постійної нестачі власних фінансових ресурсів. Крім того, не повною мірою вирішують проблему щодо формування високо ефективної податкової системи положення Податкового Кодексу України. На це вказують численні зміни та доповнення до нього. Так, протягом 2011 – 2020 р.р. до ПКУ було внесено змін і доповнень 155 законами України. Кількість змін у розрізі років представлена на рис. 1.

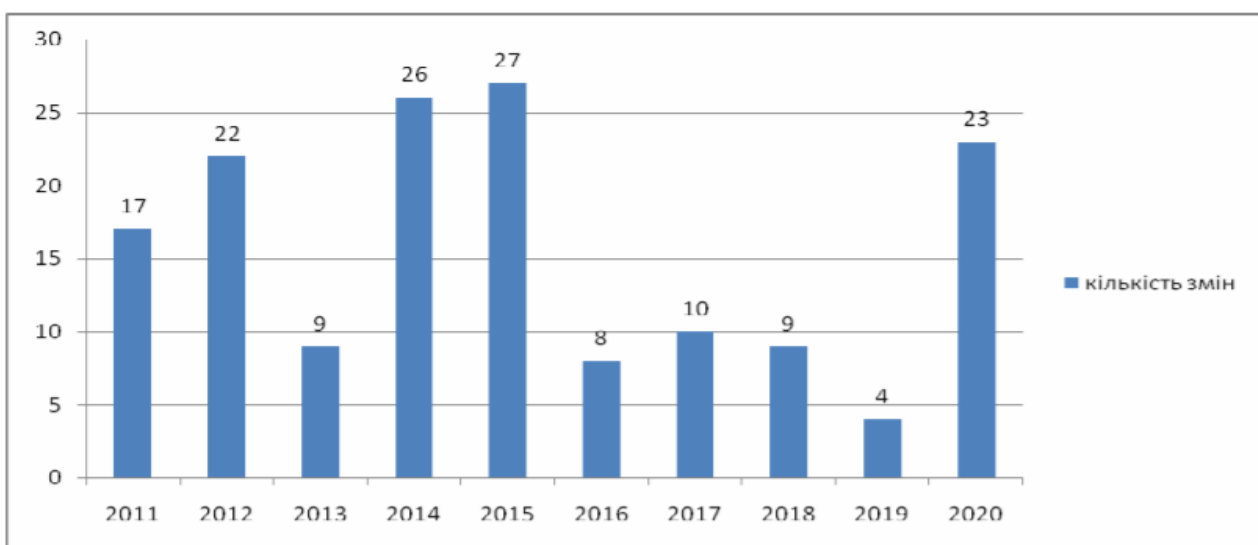


Рис. 1. Кількість внесених змін доповнень законами України до ПКУ протягом 2011 – 2020 рр.

*Джерело: побудовано автором за даними [3]*

Дані рис. 1 свідчать, що за період існування Податкового Кодексу України (2011 по 2021 роки) практика внесення змін до законодавства залишається досить стабільною. Зміни до ПКУ вносяться щороку, а в окремі роки ці зміни носять кардинальний характер. Радикальне податкове реформування відбувалось протягом 2014 – 2015 рр. та у 2020 р. [3]

Податкове навантаження є наслідком податкової політики держави та якісною характеристикою будь-якої системи оподаткування. У міжнародній практиці цей показник визначається як відношення фактичних податкових надходжень у зведений бюджет до обсягу валового внутрішнього продукту. За цим методом визначатимемо рівень податкового навантаження в Україні, результати розрахунку наведено в табл. 1.

*Таблиця 1*

**Податкове навантаження України протягом 2016–2020 рр.**

Показники	Роки				
	2016	2017	2018	2019	2020
Податкові надходження, млрд. грн. (ПН)	650,8	852,7	986,3	1070,3	1136,7
Рівень бюджетного податкового навантаження, %	27,3	28,6	28,0	27,0	27,1
Податок на доходи фізичних осіб, млрд. грн.	138,8	185,7	229,9	275,4	295,1
Податкове навантаження з ПДФО,%	5,8	6,2	6,4	6,9	7,0
Податок на прибуток підприємств, млрд. грн	60,2	73,4	106,1	117,3	118,5
Податкове навантаження з ППП,%	2,5	2,5	3,0	3,0	2,8
ПДВ, млрд. грн	235,5	313,9	374,5	378,6	400,6
Податкове навантаження з ПДВ,%	9,9	10,5	10,5	9,5	9,6
Податкове навантаження на працю, %	10,8	9,8	9,9	10,9	11,1
Загальний коефіцієнт податкового навантаження, %	38,1	38,4	37,6	37,8	38,2

Чіткої тенденції щодо рівня податкового навантаження в Україні за аналізований період немає. Проте, основний тягар оподаткування припадає на трудові ресурси. Так, рівень податкового навантаження на працю у 2020 році становить 11,1 %. Поступове зниження податкового навантаження на фізичних осіб сприятиме збільшенню заощаджень домогосподарств, підвищенню платоспроможного попиту населення, а отже розвиткові виробництва та збільшенню реальних доходів платників податків і, як наслідок, – зростання податкової бази.

Крім того, необхідно виділити наступні недоліки податкової системи, що залишаються, незважаючи на постійне її реформування та відповідно виступають загрозами економічній та фінансовій безпеці України:

- система формування державних доходів продовжує мати переважно фіскальний характер. Податки не виступають інструментом підвищення конкурентоспроможності країни, а регулююча функція податків не орієнтована на стале економічне зростання;

- витрати на адміністрування податків та зборів залишаються бути значними та невідповідними. На утримання ДПС витрати продовжують зростати. Так, у 2021 році порівняно з 2017 роком видатки на органи ДФС збільшились майже 2,5 рази. Діяльність Міністерства фінансів України та ДПС України не повною мірою узгоджена, на що вказує наявність окремих функцій, які дублюються;

- податкова система залишається досить складною в частині підготовки та подання звітних документів тому не сприяє веденню бізнесу. Так за даними щорічного дослідження «Оподаткування 2020» (Paying Taxes 2020), яке проводиться командою PwC разом із експертами Світового банку на підготовку і подання податкової звітності в Україні середньому потрібно 327,5 години на рік, тоді як в ЄС цей показник – 161 година, а загальний світовий – 240 годин.

[6]

- система спрощеного режиму оподаткування також потребує удосконалення, так як спричиняє наступні проблеми : знижена мотивації підприємницької діяльності; суб'єкти господарювання не зацікавлені в зміні свого статусу як суб'єктів, які мають право використовувати спрощену систему оподаткування, а це уповільнює їх розвиток та відповідно зростання обсягів діяльності. Натомість в країнах ЄС суб'єкти малого та середнього бізнесу виступають визначальним фактором підвищення конкурентоспроможності економік країн ЄС, високої ефективності внутрішнього ринку, та що надзвичайно важливо – є фактором забезпечення зайнятості населення.

– система митно-тарифного регулювання певною мірою також не сприяє оперативності реагування на зміну кон'юнктури світового ринку та на торговельні режими в інших державах і на структуру економіки в Україні;

– недостатньо ефективним залишається і механізм розподілу податкових надходжень між центральним і місцевими бюджетами, що, в свою чергу, сповільнює розвиток економіки у розрізі окремих регіонів України.

Отже, скорочення податкового навантаження може забезпечити підвищення ділової активності, що у свою чергу може сприяти зростанню обсягів податкових надходжень до бюджетів. Такі зміни виведуть економіку України з тіні, разом з цим створиться привабливий інвестиційний клімат для інвесторів, при якому не ми будемо чекати інвестицій, а іноземні інвестори пропонуватимуть кошти у вигляді вкладів в економіку України.

#### **Список використаних джерел:**

1. Левченко Н. М. Систематизація методик оцінки податкового навантаження на суб'єктів господарювання. *Сталий розвиток економіки*. 2011. №6. С. 270–275.

2. Голюков С. С. Проблеми забезпечення податкової безпеки України. *Економічна наука*. 2017. № 15. С. 62–64.

3. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/ed20101202>.

4. Офіційний веб-сайт Державної казначейської служби України. URL: <https://www.treasury.gov.ua/>.

5. Офіційний веб-сайт Пенсійного фонду України. URL: <https://www.pfu.gov.ua>.

6. Офіційний веб-сайт PwC Команда PwC Ukraine коментує результати сплати податків 2020, спільного проекту з групою Word Bank. URL: <https://www.pwc.com/ua/uk/press-room/2019/paying-taxes-2020.html>.

## ПРОБЛЕМИ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ ФОНДОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ

**Михайленко А. Г.**, студентка

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Мельник Т. А.,  
Центральноукраїнський національний технічний університет*

На сьогоднішній день одним із основних напрямів розбудови економіки держави є постійний розвиток фондового ринку, адже він є важливим інструментом перерозподілу фінансових ресурсів. Ефективний розвиток та функціонування фондового ринку є запорукою належного економічного розвитку країни, так як сприяє притоку іноземних інвестицій. Слабкий розвиток ринку цінних паперів знижує конкурентоспроможність держави в отриманні інвестицій з міжнародних ринків капіталу.

Входження України в європейський фінансово-економічний простір потребує урахування економічних суперечностей, які існують на макрорівні і впливають на зв'язки між елементами структури економічної системи, у тому числі фондового ринку, що позначається на виконанні ними їхніх функцій у межах продуктивних сил, організаційно-економічних та виробничих відносин, господарського механізму [2, с. 206].

Фондовий ринок України ще тільки розвивається, на його шляху постійно з'являються нові перспективи та перешкоди, тому дослідження фондового ринку є актуальним, особливо на сучасному інтеграційно спрямованому в європейський простір етапі розвитку економіки України.

Метою дослідження є визначення проблем та перешкод євроінтеграції фондового ринку України.

Відповідно статті 4 Закону України «Про ринки капіталу та організовані товарні ринки» фондовий ринок (ринок цінних паперів) – це сукупність учасників фондового ринку та правовідносин між ними щодо емісії (видачі), обігу, виконання зобов'язань, викупу та обліку цінних паперів (у тому числі деривативних цінних паперів) [4].

Відповідно до даних Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку, в Україні фондовий біржовий ринок представлений: ПАТ «Фондова



біржа «Перспектива», ПАТ «Фондова біржа ПФТС», ПАТ «Українська міжбанківська валютна біржа» та ПАТ «Українська біржа» [1]. У 2020 році обсяг випусків цінних паперів зменшився на 79 млн. грн. порівняно з 2019 роком (113,48 млрд. грн.) і становив 113,4 млрд грн. НКЦПФР у 2020 році зареєструвала 71 випуск акцій на суму 32,98 млрд. грн. Порівняно з аналогічним періодом 2019 року обсяг зареєстрованих випусків акцій зменшився на 30,56 млрд грн. Комісією протягом січня-грудня 2020 року зареєстровано 96 випусків облігацій підприємств на суму 32,95 млрд. грн. Порівняно з аналогічним періодом 2019 року обсяг зареєстрованих випусків облігацій підприємств збільшився на 21,74 млрд. грн. [1].

Динаміка функціонування українського фондового ринку залишається невтішною: скорочуються обсяги торгівлі, погіршується симптоматика нездорового фондового ринку з мізерною часткою торгівлі акціями зі стійкою тенденцією до подальшого скорочення останньої, переважна більшість організаторів торгівлі фондовими інструментами є збитковими [3].

Згідно з оцінкою FTSE, український фондовий ринок за ступенем свого розвитку не досягає навіть рівня Frontier Market – ринків «граничного», найнижчого рівня. Здебільшого, це зумовлено неналежним виконанням його основних функцій та відривом від реальних економічних потреб.

Таким чином можна стверджувати, що вітчизняний фондовий ринок має суперечливі тенденції розвитку і його обсяги є незначними порівняно зі світовими ринками цінних паперів.

Український фондовий ринок має відмінні від фондових ринків європейських країн вимоги та стандарти. В Україні первинне публічне розміщення цінних паперів (Initial Public Offering, IPO) не користується популярністю, хоча IPO є ефективним і поширеним способом залучення іноземних інвесторів в багатьох країнах.

Загалом можна виділити такі недоліки фондового ринку України:

- низька конкурентоспроможність фондового ринку;
- недосконалість законодавства;

- потреба в інвестиційних ресурсах;
- невідповідність європейським стандартам;
- проблема податкового стимулювання;
- недосконалість інструментів фондового ринку;
- низька здатність вітчизняного фондового ринку для залучення максимальної кількості коштів при спробах виходу на ринки IPO та складна процедура для розміщення акцій за кордоном.

Для подолання низки проблем, характерних українському фондовому ринку, державі необхідно визначити стратегію реформування ринку цінних паперів та напрямки подальшого розвитку. Проголошений курс на євроінтеграцію передбачає переймання досвіду розвитку ринку цінних паперів у розвинених країн Європейського Союзу та удосконалення нормативно-законодавчої бази.

Низька конкурентоспроможність фондового ринку говорить про те, що державна політика оподаткування на фондовому ринку не є ефективною. Законодавство України про цінні папери потребує реформування та доведення до стандартів та вимог європейського законодавства.

Посилення фінансового регулювання і контролю з боку держав і наднаціональних інститутів для розв'язання сучасних проблем фінансово-економічного розвитку є одним з базових імперативів в умовах глобалізації [5, с. 80].

Потреба недостатнього інвестування пов'язана з тіньовою економікою, низьким рівнем заощадження населення та нестабільною політичною ситуацією в країні. Проблема податкового стимулювання можна вирішити шляхом звільнення від податку на прибуток підприємств та податком на додану вартість некомерційних організацій. Для удосконалення функціонування фондового ринку необхідно розширити спектр інструментів та механізмів взаємодії фондового ринку. Стримує розвиток ринку цінних паперів в Україні непопулярність способу залучення інвестицій за допомогою IPO, що негативно впливає на ведення бізнесу в країні.

Таким чином, можна сказати, що євроінтеграційний розвиток фондового ринку України є актуальним завданням для вітчизняної економіки. На відміну від розвинених фондових ринків європейських країн, український фондовий ринок є нестійким та залежним від іноземних інвесторів. На сьогоднішній день фондовий ринок України має перспективи для розвитку та відіграє важливу роль в економіці країни, адже сприяє зміцненню економічного суверенітету. Отож для підвищення інвестиційної привабливості та створення середовища для ведення бізнесу, державі необхідно провести низку реформ, що змінять економічну ситуацію в країні.

#### **Список використаних джерел:**

1. Аналітичні дані щодо розвитку фондового ринку. *Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку: веб.-сайт*. URL: <https://www.nssmc.gov.ua/news/insights/> (дата звернення: 28.10.2021).
2. Корнійчук О. П. Євроінтеграційні пріоритети фондового ринку України – проблеми регіоналізації в умовах глобалізації. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/8962/1/Kornijchuk.pdf> (дата звернення: 28.10.2021).
3. Михайличенко Н. М., Мірошніченко О. О. Сучасний стан та динаміка розвитку фондового ринку України. *Економічний вісник Донбасу*. 2017. № 3(49). URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/125389/14-Mukhailychenko.pdf?sequence=1> (дата звернення: 28.10.2021).
4. Про ринки капіталу та організовані товарні ринки: Закон України 23 лют. 2006 р. № 3480-IV. Редакція від 05.08.2021 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3480-15/print1491296480899025#top> (дата звернення: 28.10.2021).
5. Розвиток фінансового ринку України в умовах європейської інтеграції: проблеми та перспективи : колективна монографія /за заг.ред. В. Г. Баранової, О. М. Гончаренко. Харків: Діса плюс, 2019. 370 с.

## ІНТЕРНЕТ-СУБВЕНЦІЯ ТЕРИТОРІАЛЬНИМ ГРОМАДАМ

**Осадчук Н. В.**, старший викладач,  
**Легедза І. В.**, здобувач вищої освіти,  
*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Субвенції – міжбюджетні трансферти для використання на певну мету в порядку, визначеному органом, який прийняв рішення про надання субвенції [1].

Субвенції – це форма грошової допомоги місцевим органам влади з боку держави для виконання конкретно визначеної цілі (цілей). Щоразу така грошова допомога закладається в Державний бюджет України, але сума та перелік державних субвенцій із року в рік можуть змінюватися.

Інтернет – необхідність для розвитку країни. Це фундамент, на якому будується успішна цифрова держава.

Інтернет-субвенція – новий вид субвенцій, який з'явився у 2021 році для підключення закладів соціальної інфраструктури (закладів освіти, бібліотек, медичних закладів, ЦНАПів, інших закладів) до широкопasmового інтернету з використанням волоконно-оптичних технологій у рамках бюджетної програми «Субвенція з державного бюджету місцевим бюджетам на реалізацію заходів, спрямованих на підвищення доступності широкопasmового доступу до Інтернету в сільській місцевості»

Фінансування передбачено у сумі 483,8 млн грн 670 територіальним громадам для реалізації проекту «Інтернет-субвенція». Громади, що пройшли відбір, отримують гроші з держбюджету, потім проведуть прозорий тендер, після чого провайдери почнуть розбудовувати мережу.

Інтернет-субвенція – це закупівля послуг з підключення до Інтернету. Перед початком робіт оператор отримує аванс у розмірі 30% від суми закупівлі та 70% по закінченню закупівлі.

За рахунок коштів субвенції та за умови ефективних закупівель на рівні громад до оптичного інтернету буде вперше підключено 3652 сіл, у яких понад

11 тисяч соціальних об'єктів. Серед них: 1,4 тисячі шкіл та 1,2 тис. дитячих садочків; 2,9 тисячі медичних закладів; 2,2 тисячі бібліотек; 2,9 тисячі будинків культури, сільських клубів; 350 віддалених робочих місць працівників ЦНАПів [2].

Крім того, для кожного з них за рахунок субвенції буде забезпечене покриття Wi-Fi-мережею. Так, кожен із відвідувачів зможе скористатися швидкісним інтернетом. Соціальні заклади, підключені за кошти субвенції, отримають безкоштовний швидкісний інтернет до кінця 2022 року.

У Вінницькій області 63 об'єднані територіальні громади. Заявки на участь у програмі «Інтернет-субвенція» подали 42 громади, в інших уже користуються Інтернетом. 35 громад оголосили тендерні процедури на виконання робіт. До програми увійшли 235 сільських населених пунктів краю, в яких нараховується 732 заклади соціальної сфери. Серед них 185 Будинків культури або клубів, 179 фельдшерсько-акушерських пунктів, 153 бібліотеки, 98 шкіл, 82 дошкільні заклади, 23 ЦНАПи, два сільські пункти поліції та пожежні частини. Для прокладення до них Інтернету передбачено майже 25,5 мільйона гривень [3].

Отже за рахунок інтернет-субвенції фінансуватиметься підключення закладів соціальної інфраструктури (закладів освіти, ЦНАПів, медичних закладів, бібліотек, місцевих пожежних частин) виключно у селах, де відсутнє інтернет-покриття на базі волоконно-оптичних технологій. Тобто, якщо станом на дату оголошення імовірної закупівлі у селі присутнє покриття хоча б 1 оператора або провайдера телекомунікацій, що надає послуги з використанням волоконно-оптичних технологій, то проведення закупівлі для підключення соціального закладу в такому селі неможливе.

Завдяки інтернет-субвенції до оптичного інтернету будуть під'єднані понад 6 тис. соціальних об'єктів у 3 тис. селах. Проєкт матиме значний соціальний ефект – завдяки йому вже цього року понад мільйон українців отримають можливість вперше під'єднатися до оптичного інтернету. Це

допоможе забезпечити рівний доступ та можливості для кожного жителя територіальної громади.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бюджетний кодекс України від 8 липня 2010 року № 2456-VI. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2456-17>
2. Кабінет Міністрів затвердив розподіл коштів інтернет-субвенції для 670 громад. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/kabinet-ministriv-zatverdiv-rozpodil-koshtiv-internet-sbvenciyi-dlya-670-gromad>.
3. Якщо є хоча б один соціальний об'єкт, буде й Інтернет. URL: <http://www.golos.com.ua/article/350671>.

### **АКУМУЛЮВАННЯ ТА РОЗПОДІЛ БЮДЖЕТНИХ РЕСУРСІВ У СТАРОСТИНСЬКИХ ОКРУГАХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

**Патицька Х. О., к. е. н.,**  
*ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України»,*  
**Коваль В. М., аспірант,**  
*Університет банківської справи Національного банку України,*  
*голова Львівського регіонального відділення Асоціації органів місцевого*  
*самоврядування «Асоціація об'єднаних територіальних громад»*

Дослідження формування та розвитку центрально-периферійних взаємодій на рівні ТГ слід проводити, серед іншого, шляхом аналізу бюджетного забезпечення розвитку інфраструктури у громаді – передбачає визначення стану розвитку соціальної інфраструктури ТГ на момент її утворення [1]. Це важливо з метою виявлення проблемних аспектів та першочергових для реалізації інфраструктурних проектів та аналізу дотримання інтересів периферійних населених пунктів в умовах реалізації інфраструктурних проектів за період розвитку ТГ.

Дослідження проблеми дотримання інтересів периферійних населених пунктів в умовах реалізації інфраструктурних проектів здійснене шляхом порівняння частки доходів місцевого бюджету, акумульованих на території

кожного старостинського округу, та частки коштів з бюджету, які у вигляді капітальних видатків спрямовуються на розвиток кожного старостинського округу (рис. 1). Аналіз здійснено на основі порівняння даних щодо акумулювання та розподілу коштів місцевих бюджетів п'яти ТГ Львівської області, що дозволило зробити певні висновки.

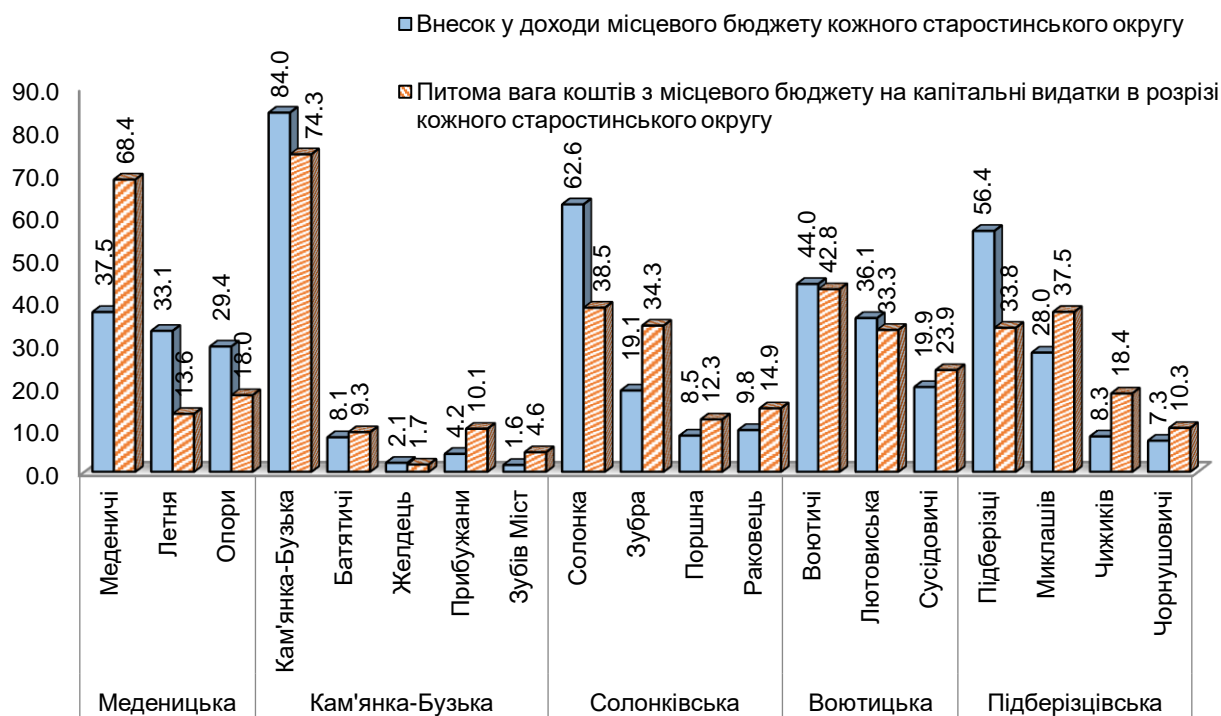


Рис. 1. Питома вага доходів, акумульованих до місцевого бюджету та капітальних видатків з бюджету в розрізі старостинських округів ТГ Львівської області, 2018–2019 рр., %

*Джерело: складено на основі анкетування голів ОТГ Львівської області*

Значні диспропорції щодо акумульованих та розподілених коштів спостерігаються у Кам'янка-Бузькій ТГ. Громада міська та сформована з центром у місті Кам'янка-Бузька, яке водночас є районним центром, що дозволяє стверджувати про суттєво вищий рівень соціально-економічного розвитку центру. Відповідно 84,0% акумульованих на території ОТГ коштів до місцевого бюджету зібрані саме в центрі громади. Водночас аналіз розподілу капітальних видатків в розрізі старостинських округів свідчить про односторонній перерозподіл фінансового ресурсу на користь міста (74,3%).

Окрім того, помітним є вплив територіальної віддаленості периферійного округу від центру при розподілі фінансових ресурсів з місцевого бюджету.

Диспропорції щодо акумулювання і розподілу фінансових ресурсів місцевого бюджету спостерігаються у Меденицькій селищній ТГ. Проте, на відміну від Кам'яно-Бузької громади, де на старостинські округи було розподілено усе-таки більшу питому вагу капітальних видатків, ніж частка доходів бюджету, яка була акумульована на їх території, у Меденицькій ОТГ периферійні округи «віддали» більше, ніж «отримали». 68,4% капітальних видатків, проведених з місцевого бюджету, стосувалися проектів, які реалізовувалися на території центру громади (зважаючи, що у Меденичах було акумульовано 37,5% власних доходів місцевого бюджету).

Інша ситуація спостерігається у Солонківській, Підберізцівській та Воютицькій ТГ, де розподіл акумульованих ресурсів здійснюється на користь периферійних старостинських округів.

Таким чином, аналіз розподілу фінансових ресурсів шляхом проведення капітальних видатків дозволяє зауважити такі тенденції:

1) перерозподіл бюджетних коштів на користь центру громади (адже в кожній з аналізованих ТГ на розвиток центру спрямовувалося порівняно більше коштів);

2) вплив чинника територіальної віддаленості від центру громади на розподіл коштів (на розвиток старостинських округів, які знаходяться близько до центру, спрямовувалося більші капітальні видатки);

3) вплив чинника територіальної віддаленості від центру громади на розподіл коштів (на розвиток старостинських округів, які знаходяться близько до центру, спрямовувалося більші капітальні видатки);

4) вплив чинника проходження територією старостинського округу важливого для громади автомобільного шляху.

#### **Список використаних джерел:**

1. Патицька Х. О., Бас-Юрчишин М. А., Гринчишин І. М., Лещух І. В., Максименко А. О. Центро-периферійні взаємодії у регіоні в умовах



децентралізації: ідентифікація та методичні підходи до оцінювання : науково-аналітична доповідь / НАН України. ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України». Львів, 2020. 85 с.

## **ПЕРСПЕКТИВИ ЗАЛУЧЕННЯ ВКЛАДІВ ДО БАНКІВ УКРАЇНИ З ВИКОРИСТАННЯМ НОВІТНІХ ПРОДУКТІВ ТА ТЕХНОЛОГІЙ**

**Побережна Т. О., магістрант**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Недеря Л. В.,  
Київський національний торговельно-економічний університет*

Сучасні технології швидко розвиваються, що позитивно впливає на всі сфери людської діяльності. Особливо чутливим до введення будь-яких інновацій є фінансовий сегмент, а саме у банківській системі. Найбільша увага приділяється інноваціям та новітнім технологіям у сфері депозитних послуг, адже якість депозитної діяльності банку вказує на надійність банківського сектору.

На підставі проведеного дослідження вітчизняного депозитного ринку та вивчення думки фахівців у цій сфері, нами визначено основні проблеми залучення вкладів банками, які можна поділити на зовнішні та внутрішні.

Зовнішні проблеми носять екзогенний характер, тобто спричинені чинниками зовнішнього середовища і не залежать від керівництва банку та його акціонерів. Зовнішні проблеми, в свою чергу, поділяються на соціальні, економічні та політичні. До соціальних проблем можна віднести втрату довіри вкладників до банків, недостатня проінформованість та обізнаність українців, зниження рівня життя населення, карантинні обмеження спричинені COVID-19 тощо. До економічних проблем відноситься: інфляція, ринкові реформи, зростання безробіття, фінансова криза і т. д. Головною політичною проблемою є нестабільна ситуація в країні та агресія з боку Росії.

Внутрішні причини зумовлені ендогенними факторами, що існують всередині банківської установи. До внутрішньобанківських проблем відносимо: порівняно вузький асортимент депозитних послуг, негативна репутація банку,

неефективне корпоративне управління, низька кваліфікація та якість обслуговування персоналу, додаткові грошові та матеріальні витрати банку на маркетингове дослідження та на платежі до Фонду гарантування вкладів фізичних осіб, відволікання коштів на рахунок обов'язкових резервів тощо.

Для підтримання банку на високому рівні потрібно вдосконалювати свої маркетингові можливості, тому виділимо кілька етапів, які банк повинен виконувати в цій галузі [1, с. 58]:

- виявлення проблеми і формулювання цілей дослідження (якщо ми говоримо про депозитні послуги, то потрібно зосередитись на кожному конкретному продукті й оцінити його ключові переваги та недоліки для клієнта, адже проаналізувати увесь депозитний ринок є досить важким завданням);

- пошук альтернативних джерел інформації (на даному етапі проводиться збирання як первинної, так і вторинної інформації з усіх можливих каналів її поширення та розміщення);

- детальний аналіз одержаної інформації (під час опрацювання зібраної інформації основним показником на появу того чи іншого депозитного продукту є реакція клієнтів);

- подання результатів дослідження (на цьому етапі відбувається візуалізація одержаних результатів із подальшим їх використанням під час формулювання маркетингової політики банку).

Досить перспективним інструментом розвитку депозитної діяльності є запровадження нових продуктів, адже саме такі розробки і зможуть формувати світові тенденції до яких можна віднести [2, с. 76]:

- 1) pow-рахунки – поєднують у собі принципи зберігання і використання термінових вкладів та вкладів до запитання. З одного боку, кошти, що зберігаються на таких рахунках, можуть використовуватися для здійснення платежів, а з іншого – вони є своєрідними фінансовими інвестиціями, що приносять їх власникам певні доходи;

- 2) supernow-рахунки – це рахунки, на які нараховують дохід за плаваючою ставкою. Первісно нагромаджена сума витратно-прибуткової

частини вкладу через певний термін автоматично переводиться у строково-накопичувальну, після чого на неї нараховують проценти. Нараховані за процентами кошти відразу ж повертаються до витратно-прибуткової частини вкладу. Клієнт має право в будь-який час повністю або ж частково зняти нараховані за процентами кошти, а також додати на рахунок будь-яку суму;

3) рахунки «зв'язаних коштів» – за користування цим рахунком клієнт щомісяця сплачує незначну фіксовану плату. Крім того, банк може визначати обсяг середнього або мінімального вкладу, за який плата не береться;

4) структуровані депозити - дають можливість надійно вкласти гроші й одночасно заробити більше, ніж у випадку традиційних депозитів. Наприкінці терміну вкладники отримують 100% від основної суми вкладу, але прибуток за депозитом залежить від того, як зростає або спадає один зі світових біржових індексів;

5) фінансове планування й управління капітальними ресурсами клієнта - базується на високій довірі клієнта до банку. Фахівці банку повинні контролювати фінансовий стан клієнта, здійснювати комплексну роботу та розробляти якісні пропозиції клієнту щодо збереження його фінансових ресурсів і їх оптимального використання залежно від наявних потреб.

З кожним днем сучасна депозитна політика потребує вдосконалення, тому було запропоновано ряд пропозицій:

1) створення вигідних умов для того, щоб застосувати цінові та нецінові методи, що дасть змогу запропонувати більший комплекс високоякісних послуг;

2) спрощення режиму функціонування депозитних рахунків, а саме: порядку зарахування коштів на вклади, видачі готівки та перерахування з депозитних рахунків, застосування строкових вкладів із додатковими внесками;

3) надання більшої кількості видів депозитних продуктів для таких сфер економіки: центральні органи державного управління, страхові корпорації та недержавні пенсійні фонди, інші фінансові посередники та допоміжні

організації, некомерційні організації та регіональні й місцеві органи державного управління;

4) страхування депозитів, як обов'язковий елемент;

5) вдосконалення фонду гарантування вкладів фізичних осіб, шляхом реорганізації фонду у Фонд гарантування вкладів юридичних і фізичних осіб, що дозволить залучити більше вкладів від юридичних осіб і суб'єктів підприємницької діяльності та збільшить депозитний портфель банку;

б) використання будь-яких акцій для вкладників. Для прикладу підвищення відсотків закладами до свят та пам'ятних дат; вручення подарунків постійним клієнтам з відповідною символікою.

Отже, оскільки ринок депозитних послуг рухається вперед потрібно постійно вдосконалювати уже існуючі продукти та впроваджувати нові. Таким чином, розвиток інновацій у маркетингу депозитних послуг має в подальшому широкі перспективи і потребує значної уваги як із боку банківського, так і небанківського сектору.

#### **Список використаних джерел:**

1. Васильєва Т. А., Діденко І. В. Інновації в маркетингу депозитних послуг. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2016. № 4. 63 с.
2. Сивик О. О. Депозитна політика банківських установ України. 2018. 101 с.

## **ТРЕНДИ В БАНКІВСЬКІЙ ТА СТРАХОВІЙ СФЕРАХ**

**Пужайло Д. А., студент**  
*Науковий керівник: професор Кулик В. А.,  
Полтавський державний аграрний університет*

В даний час в міжнародній економіці є невелика кількість банків, які мають значний вплив та їхній масштаб охоплює значну кількість країн.

В банківському секторі країн Європейського Союзу зміни в першу чергу відбуваються в структурі банків. Зараз трансформована, перебудована структура банків насамперед є наслідком нових змін в структурі попиту, інформаційних технологій та глобалізації.

Найважливішу роль в стратегії банківських систем має диверсифікація. Диверсифікація являє собою розширення інвестиційної сфери на всі галузі, котрі не пов'язані зі страхуванням.

Найбільшими банками в світі є універсальні банки, або їм подібні. В основному універсальні банки знаходяться в країнах ЄС і значно перевищують банки США за попитом.

Але, окрім даних банків, не слід забувати про державні банки. Вони були, є і будуть великою частиною всіх банківських систем. Їхні права будуть залежати тільки від винятків державних органів.

Зараз, на жаль, зменшується кількість банківських інститутів в країнах, що перекриває збільшення кількості іноземних банків по всім країнам. Це одночасно і добре, і погано, адже іноземні банки на території держави становлять загрозу для державних банків.

У зв'язку з такими подіями було прийнято два методи, за допомогою яких можна протистояти домінації іноземних банків над державними, серед яких:

- створення міцної національної банківської групи шляхом злиття великих банків в державі;
- пошук національними банками іноземних ділових партнерів, які мають переважно дуже сильні позиції на власних внутрішніх ринках фінансових послуг.

Важливим процесом в даний час в банківській системі можна вважати злиття банків.

Даний процес набуває різних напрямів і форм. Моделлю такого процесу є створення інвестиційного бізнесу двома співзасновниками, у кожного з яких є власний банк.

Ще одним важливим, але вже не настільки незнайомим є поєднання страхової діяльності і банківської. Раніше банки не бачили в страхових компаніях конкурентів, адже вони були партнерами, котрі просто діяли в близьких галузях. Зараз же страхові компанії збільшили свій вплив та втручаються в сферу довгострокових кредитів, вкладання капіталів, взагалом в

банківську діяльність.

Страховання вважається найбільш інтегрованою сферою діяльності. Це міцна фінансова сфера діяльності, котра ні в чому на даний час не поступається банківській сфері. Дана сфера зазнає впливу глобалізації найперша.

Сучасний стан в індустріально розвинених країнах Заходу розвитку страхового ринку характеризується зміцненням тенденції до концентрації та монополізації капіталу в даній сфері.

Можна навести приклад таких тенденцій:

- зосередження в незначній кількості страхових компаній все більшого розміру страхових послуг і премій (горизонтальна інтеграція);
- проникнення страхових компаній в сфери, котрі пов'язані зі страхуванням (вертикальна інтеграція);
- створення транснаціональних страхових компаній;
- розширення інвестиційної діяльності в сферах, які прямо не пов'язані з страховою діяльністю (диверсифікація).

Новою роллю страхових компаній є виконання функцій спеціалізованих кредитних інститутів. Вони займаються кредитуванням певних сфер та галузей господарської діяльності.

На даному етапі розвитку страхові компанії займають друге місце після банків за розміром активів та можливістю використання їх як кредитного капіталу.

Таким чином, в процесі глобалізації відбуваються суттєві зміни в структурі банківської та страхової діяльності. Дані зміни впливають одночасно добре і погано. Збільшення іноземних банків, їхнє злиття, конкуренція з страховими компаніями, зростання активів та одночасно впливу страхових компаній на різні сфери діяльності. Всі ці зміни говорять нам про те, що банківська система прогресує, але страхова від неї відставати наміру не має.

#### **Список використаних джерел:**

1. Дзеблюка О. В. Банківські операції : підручник. Тернопіль : Економічна думка, 2009. 696 с.

2. Єрмошенко А. М. Дистрибуція фінансових продуктів в контексті взаємодії страховиків і банків. *Вісник КНТЕУ*. 2010. №3. С. 49–56.

3. Єрмошенко А. М. Механізм забезпечення фінансової безпеки страхових організацій : підручник. Київ: Економіка, організація і управління підприємствами, 2006. 203 с.

4. Підсумки діяльності страхових компаній за 2019 рік. URL: [http://ufu.org.ua/files/stat/SK\\_info2019.pdf](http://ufu.org.ua/files/stat/SK_info2019.pdf) (дата звернення: 14.10.21).

5. Ткаченко Н. В. Забезпечення стійкості страхових компаній: теорія, методологія та практика: монографія. Черкаси : Черкаський ЦНТЕІ, 2009. 570 с.

## **ПРІОРИТЕТИ І НАПРЯМИ РОЗВИТКУ НАКОПИЧУВАЛЬНОГО СТРАХУВАННЯ**

**Реджепов Б. А.**, здобувач вищої освіти,  
**Лисий Ю. Є.**, здобувач вищої освіти  
*Науковий керівник: к. е. н., доцент Чвертко Л. А.,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Складні соціально-економічні процеси, що відбуваються в Україні, детермінують особливу увагу до страхового захисту життя, здоров'я та працездатності різних верств населення як до виправданого механізму мінімізації невизначеності. Необхідною умовою сучасності стає усвідомлення населенням необхідності індивідуальної та власної відповідальності і турботи про небезпеки та життєві ризики.

В останні роки в соціальній системі держави, особливо в пенсійному забезпеченні, все більшої значущості набуває накопичувальне страхування, головне завдання якого полягає не лише в страхуванні безпосередньо життя особи, а також і в забезпеченні її матеріального благополуччя. Адже, як показує досвід економічно розвинених країн, накопичувальне страхування є дієвим інструментом ефективного інвестування, збільшення доходів у старості, фінансування витрат лікування застрахованих осіб тощо.

Накопичувальне страхування – це довгострокове страхування життя, за яким страхова сума виплачується застрахованій особі в разі дожиття нею до зазначеного в договорі терміну або у разі смерті цієї особи її спадкоємцям.

Серед різноманіття видів та форм страхового захисту виокремлюють такі важливі різновиди довгострокового страхування життя, як: страхування ренти, пенсійне страхування, довічне страхування, страхування життя дітей, страхування до вступу в шлюб (весільне) тощо. При цьому всі послуги зі страхування життя об'єднуються у три основних групи:

а) страхування на дожиття, змістом якого є нагромадження визначеної страхової суми до кінця дії договору страхування, а страховими випадками є смерть застрахованої особи під час дії договору страхування та її дожиття до певного віку або події;

б) змішане страхування життя – накопичувальне страхування, за умовами якого в одному договорі встановлюється два і більше видів страхової відповідальності на випадок настання таких страхових подій: дожиття застрахованого до закінчення строку страхування; втрати страхувальником здоров'я від нещасного випадку; смерті застрахованого;

в) пенсійне страхування – накопичувальне страхування для забезпечення додаткового доходу протягом визначеного терміну чи довічно, після досягнення пенсійного віку [3, с. 29–30].

Накопичувальне страхування часто розглядається як альтернатива державному пенсійному фонду або депозиту [2]. Уклавши договір страхування життя та сплачуючи з певною періодичністю страхові платежі, страхувальник забезпечує застрахованій особі отримання у разі необхідності страхового захисту та накопичення певної суми грошей. Зазвичай накопичувальне страхування орієнтоване на термін від 10 років. Страховий платіж розраховується індивідуально, враховуючи вік, стан здоров'я, професійні та особисті ризики страхувальника та застрахованого.

Довгострокове страхування життя дуже важливе в сучасному світі, коли все гостріше постає проблема старіння населення. Старість тягне за собою



втрату працездатності та можливості отримувати доходи від трудової діяльності. За таких умов заздалегідь укладений договір накопичувального страхування стане хорошою фінансовою допомогою застрахованій особі після досягнення нею пенсійного віку. Також це відмінний варіант для звичайного накопичення коштів, які після закінчення дії договору можна використати на будь-що – на відпочинок, на відкриття власної справи тощо.

Акумуляовані страховиками кошти страхувальників не просто зберігаються, а інвестуються страховими компаніями в різноманітні активи і, власне, в такий спосіб примножуються [5, с. 6]. У разі настання страхового випадку застрахованим особам, або їх правонаступникам виплачується вся страхова сума, що може значно перевищувати суму внесків, адже характерною ознакою страхування життя є отримання застрахованими особами норми прибутку за договорами страхування.

При цьому страхові компанії «страхують» гроші свого клієнта від можливих потрясінь і нестабільності на фінансових ринках, які могли б зашкодити його заощадженням.

Сьогодні будь-яка держава зі стабільною економікою повинна мати надійну страхову систему, яка ефективно згладжуватиме неконтрольовані і непередбачувані ризики, що здатні завдати збитків та створити загрозу для існування не тільки окремих осіб, але й розбалансувати діяльність суб'єктів господарювання.

Оцінка сучасного стану вітчизняного ринку страхування життя, дозволяє виділити низку позитивних тенденцій у цьому секторі економіки: зростання капіталізації та платоспроможності страхових компаній, збільшення обсягу надходжень страхових премій та страхових виплат, зростання кількості застрахованих осіб тощо [4, с. 176]. Незважаючи на досягнуті результати, процеси розвитку цього виду відносин стримуються цілою низкою проблем, що потребують уважного вивчення та подолання.

Досвід розвинених країн показує, що розвиток ринку страхування життя визначається рівнем матеріального забезпечення населення, рівнем страхової

культури, попереднім досвідом страхування життя населення, доступністю якісних страхових продуктів, рівнем розвитку альтернативних фінансових інститутів тощо.

Як свідчать дослідження, реалізація пенсійних програм, сутність яких полягає у періодичному внесенні коштів до накопичувальної пенсійної системи та інвестування, є одним із пріоритетів розвитку загальнообов'язкового накопичувального пенсійного забезпечення [1, с. 65].

Недостатній розвиток накопичувального страхування в Україні потребує запровадження комплексу заходів щодо його активізації як на рівні окремих страховиків, так і держави загалом. Введення змін лише на одному з рівнів є малоефективним і, ймовірно, не матиме комплексного впливу на покращення стану накопичувального страхування життя у країні.

Отже, довгострокове страхування життя та пенсій як механізм гарантування страхового захисту та ефективного інвестування коштів, стає необхідною умовою сучасності. Потреба у цьому виді страхового захисту зумовлена ймовірністю реалізації ризиків життя.

Накопичувальне страхування є одним з найбільш перспективних напрямів вітчизняного страхового ринку та покликане стати ефективним механізмом соціального захисту населення і розвитку економіки країни.

#### **Список використаних джерел:**

1. Малишко Є. О. Пріоритетні напрями розвитку загальнообов'язкового накопичувального пенсійного забезпечення. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2020. Вип. 31. С. 59–66. DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2020-31-10>.

2. Савчук Ірина Ризик чи гарантія: що таке страхування життя і як воно працює. *Український інтерес*. URL : <https://uain.press/articles/ryzyk-chy-garantiya-shho-take-strahuvannya-zhyttya-i-yak-vono-pratsyuye-980394>.

3. Чвортко Л. А., Корнієнко Т. О. Особливості функціонування ринку страхування життя. *Finansowo-analityczna gwarancja rozwoju gospodarki*

*narodowej*: monografia wieloautorska. Warszawa, 2017. С. 28–38. URL : <http://dspace.udpu.edu.ua:8181/handle/6789/8991>.

4. Чвєртко Л. А., Корнієнко Т. О. Стан і перспективи розвитку вітчизняного ринку страхування життя. *Finansowo-analityczna gwarancja rozwoju gospodarki narodowej*: monografia wieloautorska. Warszawa, 2017. С. 170-187. URL : <http://dspace.udpu.edu.ua:8181/handle/6789/8992>.

5. Melnychuk Yu. N., Vinnytska O. A., Chvertko L. A. Management of financial results of insurance companies as an activator of the innovation-investment process. *Economies' Horizons*. 2019. № 3(10). P. 4–10. DOI: [https://doi.org/10.31499/2616-5236.3\(10\).2019.195644](https://doi.org/10.31499/2616-5236.3(10).2019.195644).

## **ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ ТА ЗНАЧЕННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО СТРАХУВАННЯ**

**Рондова М. А., магістр**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Масюк Ю. В.,  
Дніпровський державний аграрно-економічний університет*

Сільське господарство в сучасних умовах являється потужною ланкою економіки країни, що полягає в забезпеченні продовольчої безпеки і є важливим джерелом інвестицій. Проте, рослинництво та тваринництво має ряд ризиків. Виділимо найважливіші: залежність від кліматичних умов, зміни цін, катаклізми, неефективна підтримка галузі з боку держави тощо. В зв'язку з цим, ризикуючи, агропромислові підприємства функціонують та відчувають коливання своїх доходів з роками. Тому задля зменшення можливих ризиків у цій сфері стає популярним сільськогосподарське страхування.

Розвиток сільськогосподарського страхування в Україні є одним із основних стратегічних напрямків розвитку країни. Наразі сільське господарство має досить високий потенціал, тому що 70% земель використані саме в сільськогосподарському виробництві.

Визначення поняття «сільськогосподарське страхування» є досить обширним. Узагальнюючи думки науковців, можна сказати, що

сільськогосподарське страхування є видом цивільно-правових відносин, що стосується захисту майнових інтересів страхувальника, які визначені у законодавстві та договорі страхування, за рахунок грошових фондів, що формуються у страховика страховими платежами [1].

Державне регулювання цієї сфери страхування за державної підтримки здійснюють Кабінет Міністрів України та національна комісія.

Право страхувати сільськогосподарську продукцію надається сільськогосподарським товаровиробникам, що здійснюють свою діяльність на території України та відповідають критеріям, визначеним Кабінетом Міністрів України.

До об'єктів сільськогосподарського страхування відносять [2]:

- будівлі та споруди, техніка, с/г машини, матеріали тощо;
- врожай с/г культур і багаторічних насаджень;
- с/г тварини, птиці, кролі тощо;
- дерева, плодово-ягідні кущі та виноградники.

Не підлягають страхуванню:

- урожай, який впродовж трьох або більше років не давав урожаю при культивуванні;
- багаторічні насадження плодоносного віку, що не давали урожаю протягом п'яти років;
- хворі с/г тварини, птиці, кролі тощо.

Головною метою страхування сільськогосподарських ризиків є: часткова або ж повна компенсація фермеру тієї втрати врожаю, що можлива в зв'язку з несприятливими природними явищами (посуха, град, ураган, пожежа). Також метою страхування є зміцнення фінансового становища сільськогосподарського виробника щодо його кредитоспроможності. Кредитні організації віддадуть перевагу тому сільськогосподарському виробнику, що дасть гарантію збереження свого доходу за настання стихійних лих та втраті врожаю.

До основних переваг сільськогосподарського страхування відносять [3]:

- здатність покрити збитки у разі настання страхового випадку за рахунок страхових виплат;
- спонукання використовувати сучасні технічні та технологічні досягнення, зокрема, використання надійних засобів захисту врожаю;
- здатність покрити збитки дозволяє вчасно розраховуватись з переробниками, постачальниками та іншими партнерами;
- здатність повернути взяті в кредит кошти за допомогою страхового відшкодування, полегшення в доступі до кредитних ресурсів.

Отже, можна сказати, що сільськогосподарське страхування запобігає різким коливанням доходу сільськогосподарських виробників, поліпшує доступ аграріїв до кредитних ресурсів. Окрім цього, страхування – це стимул для виробника щодо використовувати у своїй діяльності сучасних технічних та технологічних досягнень.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бондарчук М. К., Кондрат І. Ю. Особливості розвитку сільськогосподарського страхування в Україні на засадах державно-приватного партнерства. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2014. Вип. 24.1. С. 182 – 188.
2. Непочатенко О. О. Страховий захист аграрних ризиків. *Економіка та суспільство*. 2016. № 2. С. 572–577.
3. Шірінян Л. В. Новітні виклики і тенденції розвитку ринку агрострахування. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія», серія «Економіка»*. 2018. № 11 (39). С. 155–162.

### **АГРОСТРАХУВАННЯ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ТА РЕСУРСИ**

**Саргіна В. С.**, здобувач вищої освіти  
*Науковий керівник: к. е. н., професор Масюк Ю. В.,  
 Дніпровський державний аграрно-економічний університет*

Сільськогосподарська діяльність не виключає виникнення різних видів ризиків і наслідків, які викликають серйозну занепокоєність у виробників, і з іншого боку – споживачів. Фермери зтикаються з різними ризиками, такими як загроза зменшення прибутковості виробництва або ринковий ризик, ризик

зміни ціноутворення, інституційний ризик, фінансовий і кредитний ризик. Неабияку загрозу для доходів і загальної цінової стабільності несуть агроризики, будучи основою для більшості країн, що розвиваються.

Агροстрахування – це надійний спосіб запобігання сільськогосподарським ризиками, який дає можливість збалансувати інтереси усіх сторін або учасників: представникам аграрного сектору він забезпечує захист прибутків у випадку втрати врожаю, кредиторським компаніям – гарантію повернення кредитів, виданих на сільськогосподарські потреби, державним органам – продовольчу безпеку [3].

До уваги державою було прийнято необхідність страхування суб'єктів аграрного сектору, що сприяло підготовці Закону України від 09.02.2012 № 4391 «Про особливості страхування сільськогосподарської продукції з державною підтримкою», згідно з яким держава бере на себе частину витрат аграріїв щодо виплати страхових премій, але він так і не був використаний на практиці, а у державному бюджеті також не було закладено коштів на фінансування страхових виплат у галузі агροстрахування [1].

Система агροстрахування активно застосовується за кордоном і має свої особливості. Майже в усіх країнах світу запроваджені системи обов'язкового страхування від природничих загроз, що базуються на взаємодії комерційних страхових компаній і органів влади, та виражається, у відкритті спеціальних фондів катастроф або систем обов'язкового перестраховування за участю держави.

Однією з умов розвитку агροстрахування є безпосередня участь держави в організаційних процесах страхування, яка може виявлятися, насамперед, у страхуванні ризиків (дана форма агροстрахування існує в Греції та на Кіпрі) та через підтримку приватного сегменту страхування (Іспанія, США, Канада). Сектори агροстрахування Іспанії, США, Канади є найефективнішими. Системи страхування в кожній країні формувались під дією багатьох специфічних факторів, впротягом тривалого часу і є досить ефективними [4].

Міжнародна практика виділяє дві моделі страхування, які можна умовно назвати «американською» та «європейською». Базовою характеристикою американської моделі є значна підтримка страхування аграрних ризиків з боку держави. Надання субсидії на оплату частини страхових премій є центральним елементом державної підтримки, що надає можливість зменшити вартість страхування для сільськогосподарських підприємців та відповідно, забезпечити масовий ефект страхування.

Європейська модель здебільшого характеризується приватністю. Це говорить про те, що держава надає підтримку мінімально, а також те, що сільгоспвиробники сплачують страховий поліс за його повною вартістю. Тому на страховому ринку компанії пропонують тільки ті страхові послуги, які будуть за доступними цінами для споживачів, а це переважно продукти страхування від окремих видів ризиків, тому що для сільськогосподарських підприємств мультиризикові продукти були б не вигідними фінансово [4].

Вважаємо, що охарактеризовані моделі – американська та європейська – мають не тільки переваги. Так, серед недоліків американської системи, на нашу думку, можна виділити високі адміністративні витрати та вірогідність зниження замотивованості страхувальника уникати чи прогнозувати ризик, в результаті чого може виникнути зростання імовірності збитків. Внаслідок цього, страхові компанії мають підвищений показник збитковості під час страхування агроризиків.

Щодо недоліків другої «приватної» моделі, то найголовнішим є відсутність гарантій для страхувальника та обмежений розвиток країни [2].

Проаналізовані нами моделі агрострахування за кордоном мають свої переваги та недоліки. При спробі адаптувати зазначені позитивні характеристики зарубіжного досвіду до українського агрострахування слід врахувати особливості вітчизняних аграріїв та розробити найбільш оптимізовану модель страхування за умови державної підтримки. Також необхідно розробити механізм визначення розміру страхових виплат, дослідити доцільність запровадження своєрідного страхового конкурсу для аграріїв, щоб

виокремити тих учасників, які дійсно потребують державної підтримки; створити якісні страхові продукти, насамперед ті, що включають зниження якості продукції сільськогосподарського виробництва.

#### **Список використаних джерел:**

1. Офіційний сайт Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4391-17#Text>.

2. Матвієнко Г. А. Організація підтримки розвитку приватного аграрного страхування в Україні на основі досвіду розвинених країн. URL: [http://www.library.dgtu.donetsk.ua/fem/vip33-2/33-2\\_25.pdf](http://www.library.dgtu.donetsk.ua/fem/vip33-2/33-2_25.pdf).

3. Свістунов О. Роль страхування в управлінні ризиками сільського господарства в Україні та напрями підвищення його ефективності. *Економіка України*. 2011. № 1. С. 66–71.

4. Федорович І. Зарубіжний досвід страхування ризиків в аграрній сфері. URL: <http://global-national.in.ua/archive/2-2018/164.pdf>.

## **ОСОБЛИВОСТІ ПОСЕРЕДНИЦЬКИХ ОПЕРАЦІЙ БАНКУ НА ФОНДОВОМУ РИНКУ**

**Стадничук А. С., студентка**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Гвоздєй Н. І.,*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Ключовою умовою сталого економічного зростання України є забезпечення фінансової стабільності. Фінансова стабільність невіддільна від характеристик фінансової системи. Під фінансовою стабільністю розуміється спроможність фінансової системи ефективно виконувати свої функції, передусім, забезпечити ефективний перерозподіл ресурсів та нормальний перебіг економічних та фінансових процесів.

Забезпечення фінансової стабільності потребує системного підходу до всіх складових фінансової системи у їх взаємодії. Так, однією із складових фінансової системи є функціонування фондового ринку, який передбачає діяльність на ньому учасників.



В Україні склалася ситуація, що основними учасниками фондового ринку є банки, оскільки вони володіють основною масою ресурсів, які обертаються на фондовому ринку.

Державне регулювання діяльності банків на фондовому ринку, зокрема їх посередницької діяльності, здійснюють Національний банк України (далі – НБУ) та Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку (далі – НКЦПФР) [1].

Так, основними законодавчими актами, які регулюють посередницьку діяльність банків на фондовому ринку, є закони України «Про Національний банк України», «Про банки і банківську діяльність», «Про державне регулювання ринку цінних паперів в Україні», «Про цінні папери та фондовий ринок», «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг».

Крім того, НБУ та НКЦПФР у межах наданих їм повноважень прийнято відповідні нормативно-правові акти, які регулюють вказану сферу діяльності банків. НБУ та НКЦПФР мають різні функції під час здійснення державного регулювання посередницької діяльності банків на фондовому ринку.

В 2019 році, за даними Національної комісії з регулювання цінних паперів та фондового ринку, продаж акцій та інших цінних паперів в країні зростала небаченими темпами. Так, загальний обсяг торгів на фондовому ринку за 2018 рік збільшився на 367,17% і склав 10,2 млрд грн. Обсяг торгів на строковому ринку «Української біржі» в 2019 році склав 3,2 млрд грн або 115 631 контракт, що більше показника минулого року на 135,60%, а кількість угод досягла значення 16 616.

У структурі торгів за 2019 р. на ринок державних облігацій припадало 57,52% сумарного обороту на «Українській біржі» або 7 706 млн грн, 23,64 % на ринок ф'ючерсів або 3 167 млн грн, 12,83% на ринок акцій або 1 719 млн грн, 0,26% на ринки інвестиційних сертифікатів або 34 млн грн та на ринок опціонів лише 0,01 % або 2 млн грн.

Індекс UX, що розраховується «Українською біржею» в 2019 році збільшився на 71,27%, до 1 363 пунктів. Втім, лідером з продажу є облігації, акції все ще залишаються в меншості[2].

До посередницьких операцій банків на фондовому ринку належать:

1) у сфері професійної діяльності з торгівлі цінними паперами – брокерська діяльність, андеррайтинг та діяльність з управління цінними паперами;

2) у сфері професійної депозитарної діяльності – діяльність зберігача та діяльність з ведення реєстрів власників іменних цінних паперів [3].

Основним завданням фондового ринку виступає мобілізація та вкладання фінансових ресурсів у найбільш привабливі з точки зору ринкової ефективності види підприємницької діяльності. Вільний оборот капіталу на фондовому ринку забезпечується через обіг цінних паперів, які поділяються на три групи:

1. Пайові цінні папери, за якими емітент не несе зобов'язання повернути кошти, інвестовані в його діяльність, але які дають їх власникам право на участь в управлінні діяльністю емітента (акції).

2. Боргові цінні папери, за якими емітент несе зобов'язання повернути у визначений термін кошти, але які не дають їх власникам права на участь в управлінні діяльністю емітента (державні боргові зобов'язання, облігації підприємств, ощадні сертифікати та векселі банків).

3. Похідні цінні папери (фінансові ф'ючерси, опціони тощо).

Комерційні банки з метою одержання доходу проводять активні операції з цінними паперами, сутність яких полягає у вкладенні вільних грошових ресурсів у цінні папери. Вкладення в цінні папери за значущістю та обсягами посідають друге місце серед активних операцій банку після кредитування. І хоча надання кредитів залишається головною функцією банків, дедалі частіше банки переглядають структуру активів, ставлячи собі за мету збільшення частки портфеля цінних паперів у сукупних активах.

У цілому слід зазначити, що здійснюючи будь який вид професійної діяльності з торгівлі цінними паперами на фондовому ринку, банки зобов'язані

діяти в інтересах своїх клієнтів, узгоджувати з ним можливий ризик від здійснюваних операцій з цінними паперами, насамперед, виконувати операції з цінними паперами за договорами та разовими замовленнями клієнтів, повідомляти клієнта про особисту зацікавленість банку, яка може стати перепорою для виконання прийнятих на себе зобов'язань.

Крім того, слід зазначити, банки можуть бути учасниками депозитаріїв.

Депозитарна діяльність – це надання послуг щодо зберігання цінних паперів незалежно від форми випуску, відкриття та ведення рахунків у цінних паперах, обслуговування операцій на цих рахунках (з урахуванням клірингу і розрахунків за угодами щодо цінних паперів) та обслуговування операцій емітента щодо випущених ним цінних паперів [3].

На сьогодні основними проблемами розвитку фондового ринку є такі:

1) недосконалість інфраструктури фондового ринку, передусім у сфері депозитарної діяльності, що зумовлена, зокрема, відсутністю в Україні центрального депозитарію цінних паперів;

2) проблеми обліку прав власності на цінні папери. Чинне законодавство, зокрема Закон України «Про Національну депозитарну систему та особливості електронного обігу цінних паперів в Україні», передбачає дві форми випуску цінних паперів – документарну та бездокументарну. Документарний випуск акцій обліковують реєстратори, проте окремі фахівці вважають, що система реєстраторів виконала свої функції в процесі приватизації і подальше її існування гальмує розвиток системи обліку прав власності на цінні папери;

3) необхідність приведення законодавства України у відповідність з Міжнародними стандартами бухгалтерського обліку і міжнародними стандартами розкриття інформації Міжнародної організації комісії з цінних паперів та запровадження комплексної системи збору та розкриття інформації про учасників фондового ринку;

4) використання інсайдерської інформації під час укладення угод з цінними паперами [4].

Отже, на нашу думку посередницька діяльність банків на фондовому ринку полягає у провадженні ними професійної діяльності з торгівлі цінними паперами – брокерської діяльності, андеррайтингу та діяльності з управління цінними паперами; професійної депозитарної діяльності – діяльності зберігача та діяльності з ведення реєстрів власників іменних цінних паперів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Про банки і банківську діяльність: Закон України від 7 грудня 2000 р. № 2121-III. UKL: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/ed\\_2010\\_08\\_21/](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/ed_2010_08_21/).html (дата звернення: 29.10.2021).
2. Підсумки торгів ФБ «Перспектива» за 2017. UKL: <http://www.1/?nt=304> (дата звернення 29.10.2021).
3. Мельник К.М. Банківські операції: навч. посіб. Вінниця : ПП «ГД «Едельвейс і К». 2013. 320 с.
4. Клименко К. В. Розвиток фондового ринку України в контексті євроінтеграційних процесів. *Економіка та держава*. 2015. № 8. С. 63–71.

### **ІНДЕКС BANK\_FINSCORE ЯК ІНСТРУМЕНТАРІЙ РАННЬОЇ ДІАГНОСТИКИ НЕПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ БАНКУ**

**Стець Л. Г., магістрант**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Гербич Л. А.,*

*Київський національний торговельно-економічний університет*

Становлення й розвиток ринкової економіки створює основу для активної конкуренції між її учасниками, зокрема і в банківській сфері. Економічна криза, знецінення національної грошової одиниці, банківські кризи, що відбуваються в Україні, є джерелом подальшої нестабільності та гальмування розвитку економіки, збільшення рівня безробіття та загострення соціально-політичних ризиків. Тож такі умови сьогодення ставлять перед банківськими установами завдання щодо підвищення ефективності управління банківською діяльністю. Значну роль у досягненні поставленої мети удосконалення діяльності банків належить аналізу банківської діяльності. Слід зазначити, що в Україні спостерігається тенденція щодо зростання кількості ліквідованих,

неплатоспроможних банків. Так, згідно даних Національного банку України за останні 2014 – 2021 роки з ринку банківських послуг виведено 46 банків [1].

Для клієнтів банків є досить важливою можливістю виявити банки, що найближчим часом можуть стати неплатоспроможними та ліквідованими, адже саме це допомагає у виборі банку для обслуговування. Оперативна й коректна оцінка фінансової надійності та стійкості банків є однією з найважливіших проблем функціонування банків. Таким чином, аби юридичним особам спростити перевірку банку, а фізичним особам дати миттєву відповідь на запитання про те, наскільки надійним та фінансово стійким є банк, компанія YouControl розробила інструмент FinScore для аналізу діяльності фінансових установ.

Фінансовий скоринг банків – система оцінки фінансової надійності банку шляхом переведення у бали (scores) попередньо обчислених фінансових показників [2]. Результатом даної системи оцінки є композитний індекс Bank\_FinScore.

Індекс Bank\_FinScore дозволяє надзвичайно швидко здійснити експрес-аналіз банку, що дає змогу оцінити його фінансовий стан відносно інших банків. Даний індекс базується на 25 індикаторах, серед яких нормативи НБУ та фінансові коефіцієнти, котрі комплексно відображають стан ліквідності, достатності капіталу, рентабельності, кредитних, інвестиційних та валютних ризиків банку [2]. Використані для побудови індексу ризик-індикатори відносяться до інструментарію ранньої діагностики неплатоспроможності банку, таким чином дають можливість спрогнозувати ймовірність його банкрутства.

Як результат, при аналізі фінансової стійкості банків кожен банк отримує одну з чотирьох оцінок: А (4), В (3), С (2) та D (1), від найбільш надійного до найменш надійного.

Високий фінансовий індекс банку не означає, що в нього не може бути проблем з надійністю, це означає лише те, що банк є порівняно платоспроможний на досліджуваний момент часу. Індекс А показує, що на

поточний момент в банківській сфері України банк з цим індексом має найкраще поєднання ризик-індикаторів серед своїх конкурентів, а також він вказує на мінімальну ймовірність настання несприятливих фінансових наслідків.

Варто зазначити, що найнижча рейтингова оцінка не каже нам, що банк потенційний банкрут, вона лише підказує, що будь-яка криза в ринковому секторі економіки може сильніше вплинути на банки з нижчою оцінкою, ніж на банки з вищою оцінкою. Таким чином, це дає змогу спрогнозувати виникнення проблем в банку, в тому числі вжити необхідних заходів щодо їх уникнення.

У табл. 1 можна ознайомитися з ренкінгом фінансової надійності банків України за 2 квартал 2021 року.

Таблиця 1

**Методика фінансового скорингу банків від YouControl\***

№	Банк	FinScore	№	Банк	FinScore
1	АТ «ІНГ Банк Україна»	A / 3.41	21	АТ «СБЕРБАНК»	B / 2.3
2	АТ «СІТІБАНК»	A / 3.33	22	АТ «ТАСКОМБАНК»	B / 2.28
3	АТ «Райффайзен Банк Аваль»	A / 3.23	23	АТ «БАНК КРЕДИТ ДНІПРО»	B / 2.23
4	АТ «ОТП БАНК»	A / 3.18	24	АТ «Полтава-банк»	B / 2.16
5	АТ КБ «ПРИВАТБАНК»	A / 3.18	25	Акціонерний банк «Південний»	C / 2.14
6	АТ «КРЕДІ АГРІКОЛЬ БАНК»	A / 3.13	26	ПАТ «БАНК ВОСТОК»	C / 2.11
7	АТ «КРЕДОБАНК»	A / 3.1	27	АТ «БАНК АЛЬЯНС»	C / 2.03
8	АТ «Ідея Банк»	A / 3.05	28	ПАТ «МТБ БАНК»	C / 2.01
9	АТ «Дойче Банк ДБУ»	A / 3.03	29	АТ АКБ «Львів»	C / 2
10	АТ «ПРОКРЕДИТ БАНК»	A / 3	30	АТ «БАНК ФОРВАРД»	C / 1.99
11	АТ «АЛЬФА-БАНК»	A / 2.97	31	АБ «КЛІРИНГОВИЙ ДІМ»	C / 1.95
12	АТ «УкрСиббанк»	A / 2.95	32	ПуАТ «КБ «АКОРДБАНК»»	C / 1.93
13	АТ «ПРАВЕКС БАНК»	A / 2.89	33	АТ «ПЕРШИЙ ІНВЕСТИЦІЙНИ БАНК»	C / 1.92
14	АБ «УКРГАЗБАНК»	A / 2.87	34	АТ «КБ "ГЛОБУС"»	C / 1.92
15	АТ «Укрексімбанк»	B / 2.79	35	АТ «БАНК ІНВЕСТИЦІЙ ТА ЗАОЩАДЖЕНЬ»	D / 1.69
16	АТ «ОЩАДБАНК»	B / 2.62	36	ПАТ «Промінвестбанк»	D / 1.6
17	АТ «ПРЕУС БАНК МКБ»	B / 2.57	37	АКБ «ІНДУСТРІАЛБАНК»	D / 1.58
18	АТ «УНІВЕРСАЛІ БАНК» / Monobank	B / 2.57	38	АТ «МІБ»	D / 1.53
19	АТ «А — БАНК»	B / 2.46	39	АТ «МЕГАБАНК»	D / 1.51
20	АТ «ПУМБ»	B / 2.44			

\* Створено автором за джерелом: [3]

Як бачимо з даної таблиці, в ній відображено лише 39 банків України, для інших банків індекс не розраховується, оскільки відсутня можливість розрахувати всі ризик-індикатори або ж ці банки зовсім невеликі за розміром активів.

Загальний індекс *Bank\_FinScore* розраховується за формулою:

$$\text{Bank\_FinScore Index} = \sum_{i=1}^n F_i \times w_i, (1)$$

де,  $F_i$  – дискретний бал, отриманий банком за фактором, що виражений індикатором  $i$ . Обмеження:  $1 \leq F_i \leq 4$ ;

$w_i$  – вага фактору  $F_i$ . Обмеження:  $0 < w_i < 1$ ;  $\sum_{i=1}^n w_i = 1$ ;

$n$  – кількість складових індексу.  $n=25$  [2].

Ефективність запропонованої аналітичним відділом YouControl моделі фінансового скорингу банків підтверджена історією банкрутств українських банків, у більшості з яких спостерігались негативні значення нормативів НБУ та розрахункових фінансових коефіцієнтів [2]. Однак, індекс *Bank\_FinScore* має ймовірний характер, тому навіть максимальні значення індексу не дають точної гарантії фінансової стійкості банку, а лише вказують на відносно нижчу ймовірність виникнення неплатоспроможності банку.

Отже, умовою виживання банків, а також їх довгострокового успішного розвитку є можливість прогнозування його фінансового стану, в чому і допомагає нам індекс *FinScore*. Даний інструмент допоможе будь-кому, хто планує відкрити в банку рахунок, розмістити депозит чи взяти кредит. Індекс надає користувачам розуміння, який банк викликає довіру, а який варто ретельніше перевірити. Регулярне обстеження фінансової діяльності банку допомагає вчасно зреагувати на існуючі проблеми, а в подальшому – уникнути ризику виникнення неплатоспроможності банку та ,в кінцевому результаті, його банкрутства. Рання діагностика неплатоспроможності банку дає можливість забезпечити позитивну динаміку розвитку банку та підвищити його конкурентоспроможність шляхом розробки стратегічного плану, а також вона призводить до зниження ризиків впливу зовнішнього середовища на банк

шляхом підготовки до різних кризових ситуацій, які можуть виникнути у процесі його діяльності.

#### **Список використаних джерел:**

1. Огляд банківського сектору, лютий 2021 року. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/oglyad-bankivskogo-sektoru-lyutiy-2021-roku>.
2. Методика фінансового скорингу банків від YouControl. URL: <https://youcontrol.com.ua/contractor/financial-scoring/method-bank/>.
3. Ренкінг фінансової надійності банків України. URL: <https://youcontrol.com.ua/bank-finscore/>.

### **АНАЛІЗ СУЧАСНИХ МОДЕЛЕЙ ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО БІЗНЕСУ**

**Пушкар О. І., професор,**  
*Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця,*  
**Татаринцева Ю. Л., к. е. н., доцент,**  
*Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»,*  
**Пастушенко О. Б., магістр,**  
*Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»*

В сучасних умовах ведення бізнесу фірмам, що впроваджують інновації, потрібно достатньо фінансових ресурсів для належної адаптації нових технологій, продуктів і виробничих процесів до своїх умов. Реалізація інноваційних проектів пов'язана з високим рівнем невизначеності та ризику, тому важливо використовувати різноманітні джерела фінансування для досягнення їхньої гнучкості та адаптивності до вимог ринку. Це особливо актуально для молодих інноваційних підприємств, у яких відсутня історія операційної діяльності, а їх продукт часто володіє далеко не однозначним ринковим потенціалом. Все це знижує привабливість фінансування ризикової діяльності для інвесторів. В той же час, актуальною проблемою для інноваційних підприємств стає вибір джерел фінансування та побудова моделі фінансування бізнесу.

Аналізом даної проблеми займалися такі автори, як Миничева О. П., Машкова А. В., Куліков І. Н., Колодяжна І. В., Борблік К. Е. та інші.



Метою дослідження є узагальнення переваг та недоліків сучасних моделей фінансування інноваційного бізнесу.

Виділяють основні типи фінансування підприємств: самофінансування, фінансування на основі залучених коштів та позичкових коштів. Самофінансування має переваги, такі як незалежність від фінансово-кредитних установ, забезпечення фінансової стійкості, зниження ризику банкрутства, проте стримує подальший розвиток фірми. Тому виникає необхідність залучення зовнішнього фінансування. У теорії фінансового менеджменту [1] прийнято виділяти 4 моделі фінансування поточних активів в залежності від позиції менеджера щодо вибору джерел покриття змінної їх частини, тобто до вибору відносної величини чистого оборотного капіталу. Моделі фінансування оборотних активів виходять з того, що політика управління ними повинна забезпечити пошук компромісу між ризиком втрати ліквідності і прибутковістю діяльності підприємства.

Для агресивної моделі властиве формування джерел фінансування оборотних активів за рахунок позичкових коштів, а в загальній сумі всіх пасивів переважає короткостроковий кредит. Така модель пов'язана із великими фінансовими ризиками, оскільки вона залежить від питомої ваги позичкових коштів в загальній структурі капіталу.

Протилежна модель – консервативна, передбачає формування капіталу лише за рахунок власних коштів та довгострокових джерел фінансування. Це забезпечує максимальну фінансову стійкість підприємству, проте обмежує її темпи розвитку.

Компромісна модель передбачає формування капіталу за рахунок власних, а також позичкових коштів. При виборі даної моделі підприємство в окремі моменти часу може мати зайві поточні активи, що негативно позначається на розмірі прибутку. Однак такий стан може розглядатися як плата за підтримку ризику втрати ліквідності на належному рівні.

Ідеальна модель а реальному житті майже ніколи не реалізується. В таблиці 1 представлено аналіз переваг та недоліків моделей фінансування інноваційного бізнесу.

Таблиця 1

**Аналіз переваг та недоліків моделей фінансування інноваційного бізнесу**

	<b>Опис</b>	<b>Недоліки</b>	<b>Переваги</b>
<b>ідеальна</b>	За рахунок коротко строкових зобов'язань фінансуються повністю всі поточні активи, Короткострокові зобов'язання; = Оборотні Активи.	Найбільший ризик, особливо якщо є ймовірність, що потрібно одночасно погасити всі зобов'язання перед кредиторами; немає вільних грошових коштів; ризик невиконання зобов'язань і втрати прибутку.	Характеризується постійними обсягами запасів, грошових коштів та інших видів оборотних активів.
<b>консервативна</b>	Короткострокові зобов'язання дорівнюють нулю; Короткострокові зобов'язання = 0.	Можуть виникнути надлишки, і збільшаться витрати на їх зберігання; низька рентабельність активів;	Відсутні кредиторська заборгованість і ризик втрати ліквідності; немає потреби в додаткових оборотних активах.
<b>агресивна</b>	За рахунок короткострокових зобов'язань покривається повністю змінна частина оборотних активів; Короткострокові зобов'язання = Змінна Частина Оборотних активів.	Оскільки використовується тільки постійний оборотний капітал, то в реальній практиці його може виявитися недостатньо для здійснення діяльності фірми; немає вільних грошових коштів на форс-мажорні обставини і капітало вкладення.	Забезпечує високу економічну рентабельність активів.
<b>компрмісна</b>	За рахунок коротко строкових зобов'язань змінна частина оборотних активів покривається на 50% Короткострокові зобов'язання = 0,5 Змінна Частина Оборотних активів.	Надлишок активів, можливе зниження прибутку; надлишок кредиторської заборгованості; можливе зниження ліквідності.	Ризик втрати ліквідності зберігається на потрібному рівні.

Ми поділяємо точку зору більшості фінансистів в тому, що в сучасних умовах для управління оборотним капіталом підприємства, що здійснює інноваційну діяльність прийнятна агресивна модель. Ефективність даної моделі полягає в можливості мати залучені необхідні кошти на розвиток бізнесу (деякі

фірми зовсім не мають власних коштів на старті). Дана модель спрямована на досягнення найвищих результатів у фінансовій діяльності незалежно від рівня ризиків, які її супроводжують [2]. Якщо поточні зобов'язання знаходяться на середньому рівні у загальній сумі пасивів підприємства, політика фінансування активів трансформується в більш помірну, оптимальну.

При розгляді ймовірності інноваційної активності спостерігаються різкі відмінності між фірмами, що залучують фінансові кошти, та такими, що віддають перевагу лише власним коштам. За останні три роки [3] 11,0%, 11,2% і 8,8% із загальної кількості фірм з нереалізованою потребою в кредитах займалися відповідно оновленням продукції, оновленням технологій та НДДКР. При порівнянні з фірмами, які отримали кредити, ці частки істотно вище – 15,3%, 16,6% і 14,2%. Таким чином, в фірмах, забезпечених залученими та позиковими коштами (кредитами), ймовірність інновацій приблизно на 40% вище, ніж в фірмах, які не мають доступу до кредитів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Ковалев В.В. Финансовый менеджмент: теория и практика, М.: Проспект, 1104 с.
2. Миничева Е. П. Модели финансирования инноваций и особенности финансирования космической деятельности. *Молодой ученый*. 2016. № 12 (116). С. 1362–1366.
3. Фінансування інновацій. URL: <https://www.ebrd.com/downloads/res.pdf>.

## **ФОРМУВАННЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ КРЕДИТНОЇ ПОЛІТИКИ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ**

**Шкробтак М. В., студент**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Гвоздєй Н. І.,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Виникнення та існування кредиту зумовлені розвитком товарногрошових відносин. Його об'єктивна реальність пов'язана з наявністю тимчасово вільних коштів у одних суб'єктів економічних відносин та потребою у фінансових ресурсах для забезпечення своєї життєдіяльності у інших. Цей процес є

безперервним, але підвладним впливу різних чинників, пов'язаних із внутрішнім та зовнішнім економічним середовищем.

Діяльність будь-якого банку неможлива без фінансових ризиків, тому ефективність кредитної політики банку заснована на пошуку оптимального балансу ризику і прибутковості його активів. В основі кредитної політики повинна лежати диверсифікація кредитного портфеля, особливо якщо розміри портфеля значні.

Слід зазначити, що не існує єдиної (однакової) кредитної політики для всіх банків. Кожен конкретний банк визначає свою власну політику, враховуючи економічну, політичну, соціальну ситуацію в регіоні його функціонування, беручи до уваги всю сукупність зовнішніх і внутрішніх ризиків, що впливають на роботу конкретного банку (рис. 1).

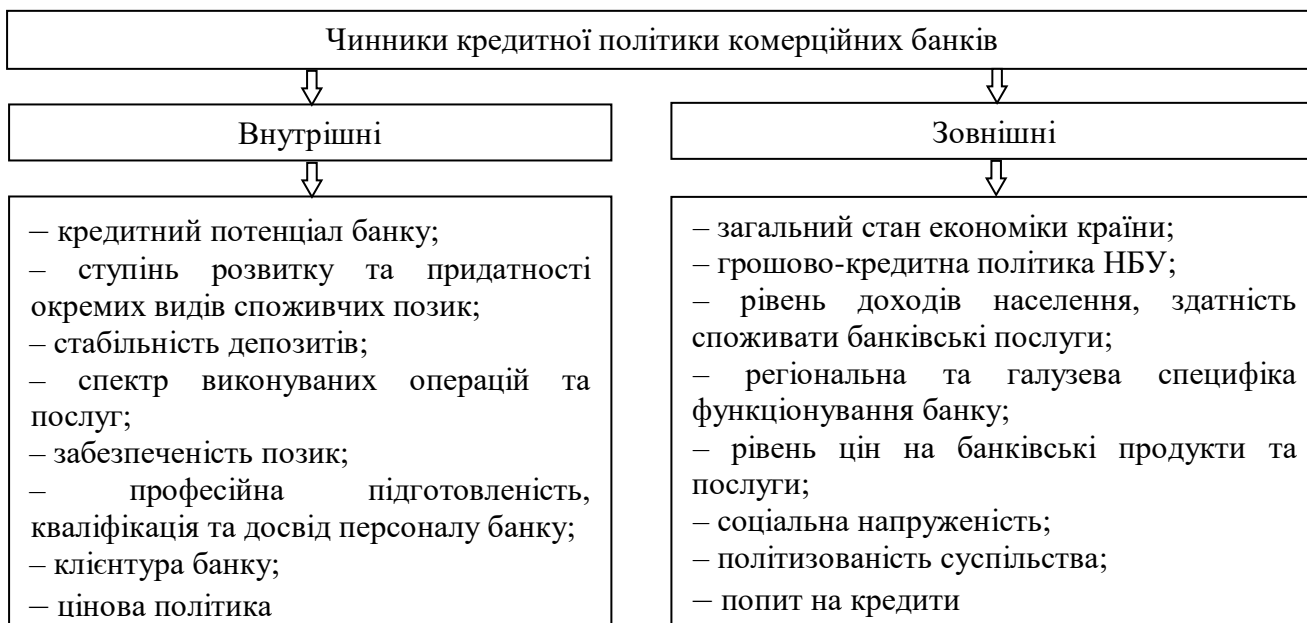


Рис. 1. Складові кредитної політики комерційних банків

\* Узагальнено автором

Варто відзначити, що механізм формування кредитної політики – це сукупність дій та організаційно-економічних прийомів, інструментів впливу, за допомогою яких вводиться в дію процес кредитування [1].

Його основними елементами можуть бути: ціль кредитної діяльності банку, тобто формування тактики і стратегії кредитування; формування кредитної політики та принципи організації кредитної діяльності; чинники, які

визначають кредитну політику банку; встановлені законодавством характеристики кредитної діяльності.

Саме кредитна політика визначає процедури, параметри, стандарти, якими керуються працівники банку з надання, оформлення та супроводження кредитами. Відповідальність за розроблення кредитної політики та розробку механізмів її діяльності покладається на кредитний комітет банку, який затверджується правлінням банку та формується в спеціальному документі – Положенні про кредитну політику банку. На практиці кредитну політику в банках в основному проводить кредитний департамент банку, адже саме від його ефективної роботи залежить успішність кредитної діяльності. Банківська кредитна політика визначає умови, за якими банк може проводити видачу кредитів, викладення повноважень відповідальних працівників банку, критерії пріоритетності розгляду заявок на оформлення кредитів, встановлені межі процентних ставок та механізми їх формування, опис формування кредитної справи.

Сукупний ризик банку підвищується, якщо він не має власної кредитної політики, або має кредитну політику невисокої якості або не може довести її основні положення до відома конкретних виконавців, що ставить під сумнів можливості її реалізації [2].

Особливу увагу важливо приділяти ступеню агресивності кредитної політики, який визначається за допомогою спеціального показника, що характеризує відношення позичкової заборгованості до обсягу залучених ресурсів банку. Норма цього показника повинна встановлюватися банком самостійно, але в межах значення, що враховує рівень активності роботи комерційних банків з реальним сектором економіки, з урахуванням можливих втрат.

Робота банку повинна бути заснована на серйозних маркетингових дослідженнях, спрямованих на обмеження кредитування певних секторів галузей економіки, з орієнтацією на стратегічно привабливі сегменти ринку. Причому така робота повинна носити не епізодичний, а постійний характер.

Важливо також виділяти перспективні напрями та сектори і відсікати непривабливі галузі господарювання.

Особливу увагу необхідно приділяти максимально відкритим компаніям, активно працювати з бюро кредитних історій, в тому числі створювати власну базу привілейованих категорій позичальників, які мають певний позитивний стаж співпраці з банком.

Отримання максимального довгострокового прибутку буде можливим тільки за умови формування міцних кредитних відносин з привілейованими, які добре зарекомендували себе клієнтами і відмови від роботи з неблагонадійними і сумнівними клієнтами.

Іншим важливим напрямком оптимізації кредитної політики є формування системи лімітів від потенційних втрат і відмова від високоризикованих операцій. Банк може ризикувати наявними ресурсами, але тільки в межах обсягу резервування коштів. Важливо відмовлятися від угод з високим ступенем ризику або, коли ризик вище прийняттого для конкретного банку, навіть за умови отримання можливого високого доходу.

Досить часто банки проводять достатньо ризиковану кредитну політику, через що окремі з них зазнають фінансового краху, недостатня увага приділяється оцінці платоспроможності позичальників на стадії надання кредитів. В основному, причиною банкрутства банків є неповернення виданих кредитів, неповне або несвоєчасне їх повернення. Це підтверджує необхідність підвищення ефективності розробки кредитної політики за рахунок запобігання кредитних ризиків.

Шляхами удосконалення кредитної діяльності банків можуть бути покращення здійснення кредитної оцінки потенційного позичальника; запровадження нових видів банківських продуктів для юридичних осіб, таких як револьверне та контокорентне кредитування; запровадження кредитування на створення власної справи (кредитування стартового капіталу); стимулювання потенційних клієнтів для отримання кредитів шляхом впровадження диференціації рівня процентної ставки відносно кожного клієнта

окремо; вдосконалення роботи щодо оцінки ділової репутації клієнта; страхування відповідальності позичальника з непогашення кредиту; отримання банком міжнародного кредитного рейтингу [3].

Отже, кредитна політика є найважливішим інструментом досягнення стратегічних цілей комерційного банку. Від її успішної реалізації залежить фінансовий результат банківської установи. Проте всі зусилля вітчизняних банків щодо створення ефективної кредитної політики не принесуть реальних результатів, якщо буде відсутня державна підтримка, спрямована на формування і становлення української моделі банківської системи.

#### **Список використаних джерел:**

1. Карбівничий І. В. Теоретичні аспекти формування кредитної політики банку. *Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України*. Суми: УАБС НБУ. 2006. Т. 17. С. 264–270.

2. Мельник К. М. Роль кредитної політики при визначенні пріоритетних напрямів розвитку банківської діяльності. *Вісник Київського інституту бізнесу та технологій*. 2017. №1 (32). С. 65–69.

3. Рогожнікова Н. В. Основні тенденції та особливості кредитної політики комерційних банків. *Вісник університету банківської справи Національного банку України*. 2013. №2(17). С. 45–49.

## СЕКЦІЯ 3

### ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗА БЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

#### ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ОСОБЛИВОСТЕЙ СКЛАДАННЯ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ В УКРАЇНІ ТА НІМЕЧЧИНІ

*Андрієнко В. О., студент*

*Науковий керівник: д. е. н., професор Мошковська О. А.,  
Київський національний торговельно-економічний університет*

Невід'ємною частиною функціонування підприємства у сучасних умовах господарювання є складання фінансової звітності. На сьогодні майже кожна країна має свої, чітко сформовані вимоги до складання фінансової звітності, затверджені у відповідних нормативно-правових актах. Одним із шляхів вдосконалення процедури складання фінансової звітності в Україні є дослідження відповідного досвіду розвинутих країн, наприклад, Німеччини.

У Німеччині використовуються три варіанти стандартів бухгалтерського обліку:

1. Німецькі національні стандарти бухгалтерського обліку (German GAAP); (Handelsgesetzbuch (HGB) – комерційний кодекс Німеччини) [1].
2. Міжнародні стандарти фінансової звітності (IFRS).
3. Загальноприйняті стандарти бухгалтерського обліку інших країн, що використовуються компаніями, які здійснюють свою діяльність на їх ринках [2].

Компанії, які не орієнтуються на ринок капіталу, наразі не можуть використовувати МСФЗ або ОПБО інших країн. Також вищезазначені стандарти бухгалтерського обліку не можуть застосовуватись до фінансової звітності окремого підприємства [3]. Найчастіше підприємства використовують національні стандарти, адже фінансова звітність за цими стандартами є основою для розрахунку податків, зокрема, податку на прибуток. Проте частина податків мають свої принципи розрахунку і не ґрунтуються на



показниках фінансової звітності [4]. Так, наприклад, оклад земельного податку визначають один раз у три роки, при змінах вартості нерухомого майна здійснюється перерахунок; а податок на власність (майно) є сталим – 1% від вартості майна фізичних осіб та 0,6% – майна промислових компаній і підприємств [5].

Звітним періодом для складання фінансової звітності у Німеччині вважається календарний рік. Великі та середні підприємства повинні підготувати річну фінансову звітність і звіт керівництва протягом трьох місяців з кінця фінансового року. Для малих підприємств термін збільшується до шести місяців, а звіт керівництва не є обов'язковим [6].

Згідно з Німецькими національними стандартами бухгалтерського обліку, складовими фінансової звітності є: Баланс, Звіт про прибутки та збитки, Примітки. Середні та великі суб'єкти господарювання повинні додатково подавати Звіт про управління [7].

Ситуація в Україні виглядає дещо інакшою. Згідно з НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до складання фінансової звітності», фінансовою звітністю вважається звітність, що містить інформацію про фінансовий стан та результати діяльності підприємства. Фінансова звітність складається з метою надання користувачам для прийняття рішень повної, правдивої та неупередженої інформації про фінансовий стан та результати діяльності підприємства [8].

Фінансова звітність в Україні складається відповідно Закону «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні». Відповідно до НП(С)БО, складовими фінансової звітності є: Форма № 1. «Баланс (Звіт про фінансовий стан)», Форма №2. «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)», Форма №3. «Звіт про рух грошових коштів», Форма № 4. «Звіт про власний капітал», Форма №5. «Примітки до річної фінансової звітності». Основною формою фінансової звітності є Баланс [8].

Згідно з ст. 13 Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність», звітним періодом для складання фінансової звітності є календарний рік. Проміжна фінансова звітність складається за результатами першого

кварталу, першого півріччя, перших дев'яти місяців. Крім того, відповідно до облікової політики підприємства, фінансова звітність може складатись за інші періоди [9].

Залежно від балансової вартості активів, чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) та середньої кількості працівників, підприємства можуть відноситись до мікро-, малих, середніх або великих підприємств. Для того, щоб віднести підприємство до певної категорії, його показники на дату складання річної фінансової звітності за рік, що передує звітному, повинні відповідати щонайменше двом із визначених критеріїв:

*Таблиця 1*

### **Класифікація підприємств**

Категорія підприємства	Балансова вартість активів	Чистий дохід від реалізації продуктів (товарів, робіт, послуг)	Середня кількість працівників
Мікропідприємства	До 350 тисяч євро	До 700 тисяч євро	До 10 осіб
Малі підприємства	До 4 мільйонів євро	До 8 мільйонів євро	До 50 осіб
Середні підприємства	До 20 мільйонів євро	До 40 мільйонів євро	До 250 осіб
Великі підприємства	Понад 20 мільйонів євро	Понад 40 мільйонів євро	Понад 250 осіб

*Джерело: складено автором на основі [9]*

І в Україні, і в Німеччині застосовуються Міжнародні стандарти фінансової звітності. Вищезазначені стандарти є обов'язковими для використання підприємствами, що становлять суспільний інтерес, публічними акціонерними товариствами, підприємствами, що здійснюють діяльність з видобутку корисних копалин загальнодержавного значення, а також підприємствами, що проводять діяльність за видами, перелік яких визначається Кабінетом Міністрів України (пункт 2 порядку подання фінансової звітності, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 28.02.2000 № 419). Добровільним є використання підприємствами (суб'єкти господарювання, крім бюджетних установ), які самостійно визначають доцільність застосування МСФЗ. Перша фінансова звітність суб'єкта господарювання за МСФЗ має містити принаймні три звіти про фінансовий стан, два звіти про сукупні доходи, два окремі звіти про прибутки та збитки (якщо їх подають), два звіти про рух

грошових коштів та два звіти про зміни у власному капіталі та відповідні примітки, що включають порівняльну інформацію [10]. Повний комплект фінансової звітності включає: Звіт про фінансовий стан (Баланс) на кінець періоду, Звіт про прибутки та збитки та інший сукупний дохід за період, Звіт про зміни у власному капіталі за період, Звіт про рух грошових коштів за період, Примітки, що містять виклад суттєвих облікових політик та інші пояснення, порівняльну інформацію стосовно попереднього періоду, Звіт про фінансовий стан на початок найбільш давнього порівняльного періоду, коли суб'єкт господарювання застосовує облікову політику ретроспективно або здійснює ретроспективний перерахунок статей своєї фінансової звітності, або коли він перекласифікує статті своєї фінансової звітності.

Окремою формою, яка містить узагальнену інформацію про діяльність суб'єктів господарювання, які здійснюють діяльність у видобувних галузях, а також про підприємства, що здійснюють заготівлю деревини і водночас становлять суспільний інтерес, є Звіт про платежі на користь держави, у якому підприємства розкривають інформацію про такі платежі: податок на прибуток підприємств, частину чистого прибутку, що вилучається до бюджету, дивіденди, рентну плату, зокрема за спеціальне використання лісових ресурсів, спеціальне використання води, користування надрами, в цілях, не пов'язаних з видобуванням корисних копалин, користування радіочастотним ресурсом України, екологічний податок, збори за інші платежі, зокрема податок на майно (земельний податок) тощо. Звітним періодом для складання Звіту є календарний рік, який починається з 01 січня кожного року і закінчується 31 грудня того самого року. Звіт складається з таких розділів: розділ I «Інформація про нараховані та сплачені платежі на користь держави»; розділ II «Інформація про сплачені платежі органам місцевого самоврядування» [11]. Великі та середні підприємства, а також підприємства, що становлять суспільний інтерес, разом з фінансовою та консолідованою звітністю зобов'язані подавати звіт про управління. Звіт про управління містить фінансову та нефінансову інформацію, яка характеризує стан і перспективи розвитку підприємства та розкриває

основні ризики та невизначеності його діяльності. Середні підприємства мають право не відображати у Звіті про управління нефінансову інформацію. Звітним періодом для складання Звіту про управління є календарний рік [12].

Отже, розглянуті особливості складання фінансової звітності в Україні та Німеччині дозволили визначити, що процес та правила формування фінансових звітностей у вищеназваних країнах мають досить багато схожих рис. Крім того, схожість посилюється також і тим, що обидві країни користуються Міжнародними стандартами фінансової звітності.

#### **Список використаних джерел:**

1. Will Kenton : Handelsgesetzbuch (HGB). *Investopedia*. URL: <https://www.investopedia.com/terms/h/hgb.asp> (date of access: 16.10.2021).

2. Jason Fernando, David Kindness, Suzanne Kvilhaug : Generally Accepted Accounting Principles (GAAP). *Investopedia*. URL: <https://www.investopedia.com/terms/g/gaap.asp> (date of access: 16.10.2021).

3. Accounting services – Financial statements. *Accountants Germany*. URL: <https://www.accountantsgermany.com/accounting/financial-accounting-services> (date of access: 16.10.2021).

4. Особливості ведення бухгалтерського обліку у Німеччині. *Freepapers*. URL: <https://www.freepapers.ru/81/osoblivost-vedennya-buhgalterskogo-oblku-u/257194.1707951.list2.html> (дата звернення: 16.10.2021).

5. Світовий досвід оподаткування: Федеративна Республіка Німеччина. *Державна податкова служба*. URL: <https://tax.gov.ua/arhiv/modernizatsiya-dps-ukraini/arkchiv/mijnarodniy-dosvid-rozvitk/dosvid-modernizachii-svity/nimetchina/> (дата звернення: 16.10.2021).

6. Accounting and accounting rules in Germany. *Export Enterprises SA*. URL: <https://www.nordeatrade.com/en/explore-new-market/germany/accounting> (date of access: 16.10.2021).

7. IFRS versus German GAAP (revised). Summary of similarities and differences. *PricewaterhouseCoopers*. URL: <https://www.pwc.com/gx/en/ifrs->

reporting/pdf/ifrs-vs-german-gaap-similarities-and-differences\_final2.pdf (date of access: 16.10.2021).

8. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» : Наказ від 07.02.2013р. №73 : станом на 9 лип. 2021 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#Text> (дата звернення: 15.10.2021).

9. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 05.10.2017 р. №2164-VIII : станом на 1 січ. 2018 р. URL: [https://services.dtkk.ua/catalogues/other\\_dov/23](https://services.dtkk.ua/catalogues/other_dov/23) (дата звернення: 15.10.2021).

10. Про правила обов'язкового та добровільного застосування міжнародних стандартів фінансової звітності : Лист від 29.12.2017 р. № 35210-06-5/37175. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v3521201-17#Text> (дата звернення: 15.10.2021).

11. Про затвердження форми та Порядку складання звіту про платежі на користь держави підприємств, що здійснюють заготівлю деревини : Наказ від 13.08.2020 №499. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0993-20#Text> (дата звернення: 30.10.2021).

12. Про затвердження Методичних рекомендацій зі складання звіту про управління : Наказ від 07.12.2018. №982 : станом на 18. січ. 2019 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0982201-18#Text> (дата звернення: 31.10.2021).

## **ІСТОРИЧНІ АСПЕКТИ ЕВОЛЮЦІЇ БАЛАНСУ ПІДПРИЄМСТВА**

**Артюшенко О. В.**, студентка  
*Науковий керівник: д. е. н. Мошковська О. А.,  
Київський національний торговельно-економічний університет*

Звіт про фінансовий баланс або ж бухгалтерський баланс, відображає звіт про фінансовий стан підприємства на певну дату, показуючи його господарські засоби (активи) та джерела їх утворення (зобов'язання і власний капітал) у грошовому еквіваленті.

За мету складання балансу ставлять отримання повної, правдивої, неупередженої інформації про фінансовий стан підприємства на звітну дату. За допомогою балансу можна визначити ліквідність та оборотні засоби, склад та структуру майна підприємства, наявність власного та запозиченого капіталу, коливання дебіторської та кредиторської заборгованості та багато інших показників. Ця інформація надає можливість правильно побудувати управлінські рішення та ефективно оцінити вкладення капіталу, враховуючи фінансові ризики [1].

Дуже багато вітчизняних учених-економістів присвятили свої праці дослідженню питання складання та подання бухгалтерського балансу, серед них: В. Г. Швець, М. Т. Білуха, М. С. Пушкар, Ф. Ф. Бутинець, Г. Г. Кірейцев, Ю. А. Верига, В. С. Кулик, Н. М. Малюга, Н. М. Литвин та інші [2].

Зародження балансу, а саме деяких його складових, почалося ще в історії давнього світу. Термін «баланс» походить від латинського *bis* – двічі та *lanx* – шалька терезів, тобто дві шальки терезів, які характеризують рівновагу. Поняття «баланс» ввів Лука Пачолі (1445–1517 рр.). У його «Трактаті про рахунки і записи» описано спосіб «подвійного запису» для обліку торгових операцій і сформовано основні принципи обліку [3].

За допомогою пропозиції Ж. Саварі, 1636 р. було визначено два види балансу - пробний і підсумковий. Підсумкові баланси розподілились на інвентарні та конкурсні.

У французькому трактуванні, всі активи вважають боргом перед власником, а пасиви – боргом самого власника (Пурра та С. Рікар), і на сьогоднішній день майже нічого не змінилось [2].

ІХ–ХХ ст. виникає новий напрям в обліку – балансоведення. Він поділився на 3 напрямки: економічний аналіз балансу, юридичний аналіз балансу та популяризація знань про баланс серед користувачів. В Україні, як в складі СРСР, 1925 р. було сформовано склад основних розділів балансу підприємства, які частково зберігаються і сьогодні. До активів належали: майно, матеріали, товари та готові вироби, підзвітні суми, зобов'язання і

документи до отримання, збиток. Пасиви включали в себе: капітал, позики і кредити, кредитори, прибуток. Кожний розділ на той час підкріплювався переліком додаткових статей. Суттєвою відмінністю від сучасної структури балансу є розташування: «Збиток» в активі, а «Прибуток» – у пасиві балансу.

В Україні, як в незалежній державі, порядок складання, подання і затвердження бухгалтерських звітів регламентувало Положення про бухгалтерські звіти і баланси від 1936 р., і діяло до вересня 1951 р. Форма балансу передбачала розподіл активу й пасиву на групи, розділи та статті. Групи позначалися буквами, розділи – римськими цифрами, а статті – номерами [2].

У 50-х роках знову були спроби удосконалити діючу форму балансу, але майже нічого не змінилося і так залишалось протягом 20 років. Наприкінці 1970-х років, було видано Положення про бухгалтерські звіти і баланси, затверджене з 29.06.1979 р. Нормативний документ надавав точний порядок складання бухгалтерських звітів та балансів усіма підприємствами, об'єднаннями, організаціями (крім організацій і установ, які перебувають на бюджеті). Пізніше починається перебудова соціальної економіки. В 1985 р. з'являється значна кількість спільних підприємств, за участю іноземного капіталу.

Через проблеми з уніфікацією бухгалтерської звітності для підприємств з різними сферами діяльності та форм власності, до початку 1990-х років Міністерство фінансів СРСР зробило єдину звітність для всіх, збільшуючи кількість об'єктів бухгалтерського обліку (нематеріальні активи, валютні рахунки, цінні папери тощо). Наступним етапом стало формування листа Міністерства фінансів СРСР від 17.06.1991 р. «Про обсяг і форми річного бухгалтерського звіту підприємств, об'єднань та організацій за 1991 рік» [2].

Під час розбудови України як незалежної держави 1992 р., згідно з «Положенням про організацію бухгалтерського обліку і звітності в Україні», суб'єкти господарювання повинні були складати і подавати три форми

бухгалтерської фінансової звітності (Баланс, Звіт про фінансові результати та Звіт про зміни у фінансово-майновому стані підприємства).

Після 2000 р. були висунуті загальні вимоги до формування «Балансу», який складався за формою 1, затвердженою Наказом Міністерства фінансів України від 31.03.1999 р. [3].

На сьогоднішній день, складання та подання фінансової звітності регулюється Національним стандартом бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». Згідно із законодавством, норми вище зазначеного положення застосовуються до фінансової звітності юридичних осіб усіх форм власності, які зобов'язані подавати фінансову звітність. Згідно з НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». Баланс (звіт про фінансовий стан) – це звіт про фінансовий стан підприємства, який відображає на певну дату його активи, зобов'язання і власний капітал [4].

### **Зміни, які відбувалися в структурі балансу України за весь період його становлення [2]**

До 2000 р.	П(С)БО 2	НП(С)БО 1
<b>Актив</b>		
1.Основні засоби та інші позаоборотні активи	1.Необоротні активи	1.Необоротні активи
2.Запаси і затрати	2.Оборотні активи	2.Оборотні активи
3.Грошові кошти, розрахунки та інші оборотні активи	3.Витрати майбутніх періодів	3.Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття
<b>Пасив</b>		
1.Капітал, фонди і резерви	1.Власний капітал	1.Власний капітал
2.Довгострокові зобов'язання	2.Забезпечення таких витрат і платежів	2.Довгострокові зобов'язання та забезпечення
3.Розрахунки та інші короткострокові зобов'язання	3.Довгострокові зобов'язання	3.Поточні зобов'язання та забезпечення
	4.Поточні зобов'язання	4.Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу та групами вибуття
	5.Доходи майбутніх періодів	



За результатами проведеного дослідження, історичних аспектів формування звіту про фінансовий баланс, було встановлено, що бухгалтерський баланс як форма фінансової звітності пройшов низку етапів до свого поточного вигляду. На це вплинули безліч факторів, до яких відносяться: зміни в законодавчо-нормативній базі регулювання обліку, поява нових форм обліку та бухгалтерських шкіл та поширення подвійного запису в обліковій практиці.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бухгалтерський баланс. 2020. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Бухгалтерський\\_баланс](https://uk.wikipedia.org/wiki/Бухгалтерський_баланс) (дата звернення: 8.10.2021).
2. Вороніна В., Ангелова К. Баланс підприємства: історичні аспекти. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/bitstream/123456789/2824/1/Стаття%2.pdf> (дата звернення 8.10.2021).
3. Семераз І. І. Баланс: методика формування та історичний аспект становлення. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/18138/1/.pdf> (дата звернення: 8.10.2021).
4. Приймак С. В., Костишина М. Т., Долбнєва Д. В. Фінансова звітність підприємств. URL: <https://financial.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2015/10/.pdf>. (дата звернення: 8.10.2021).
5. Баланс. Звіт про фінансовий стан. 2020. URL: <https://report.ligazakon.net/balans/> (дата звернення 8.10.2021).
6. НП(С)БО 1. Загальні вимоги до фінансової звітності. 2020. URL: <https://oblik.press/np-s-bo-1-zahalni-vymohy-do-finansovoi-zvitnosti/> (дата звернення: 8.10.2021).

## **ОСОБЛИВОСТІ НАДАННЯ АУДИТОРСЬКИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ**

**Белінська О. В.**, здобувач

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Бержанір І. А.,*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

На сьогодні в Україні питання якості аудиторських послуг посідає одне з важливих місць. Безпосередньо вона виявляється у співвідношенні результатів

перевірки зазначених в аудиторському висновку реального стану діяльності підприємства, на якому проводився аудит.

На підготовку правдивого аудиторського висновку, впливають суперечність між власниками підприємства, його керівництвом та безпосередньо тим хто проводив аудиторську перевірку. Разом з тим неналежний контроль держави за станом інформації, що подається зовнішнім користувачам, залежність українських аудиторів від оплати їх послуг, через це виникає можливість впливу керівника підприємства, що перевіряється, на підготовку аудиторського висновку. Тому актуальними сьогодні є дослідження організації контролю за якістю аудиторських послуг.

Якість аудиторських послуг являє собою системне дотримання вимог чинного законодавства та стандартів аудиту, професійної незалежності, а також дотримання Кодексу професійної етики та професійної діяльності у сфері аудиту [1].

Також якість цих послуг залежить від:

- програми надання аудиторських послуг;
- умов договору, що обговорюються із замовником;
- аргументованість результатів, одержаних під час надання аудиторських послуг;
- відсутність у діях аудиторської фірми ознак правопорушень.

Формування основних напрямів реалізації контролю якості аудиторських послуг потребує чіткого визначення самого поняття “контролю якості”, під яким варто розуміти систему контролю зовнішніх і внутрішніх органів управління з метою недопущення аудиторами та аудиторськими фірмами порушень чинного законодавства та аудиторської етики [2].

Недавно був введений новий Закон України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність», що дозволить надавати аудиторські послуги більш високої якості в нашій країні, і відповідно він буде базуватися на вимогах до законодавства ЄС у сфері аудиту. Головним аспектом є те, що

відповідно до законодавства ЄС потрібно ввести систему суспільного нагляду, яка не залежить від аудиторської перевірки.

Контроль за аудиторськими фірмами та їх перевірками буде здійснювати орган суспільного нагляду. Також для підприємств потрібно вводити додаткові умови щодо сертифікованих аудиторів і врахуванням їх мінімальної кількості штатних співробітників і наявності міжнародних сертифікатів.

Контроль за якістю надання аудиторських послуг повинен здійснюватися не рідше ніж 1 раз на 3 роки. Також новим для України стане обов'язкова ротація аудиторських фірм, що буде запозичена з практики ЄС. Це означає, що термін надання аудиторських послуг не повинен перевищувати 20 років.

Також аудиторські фірми повинні звітувати про свою діяльність. Для цього потрібно впровадити публікації звітів про прозорість аудиторських фірм, які здійснюють аудит підприємств для суспільного інтересу.

Не зважаючи на те, що закон базується на стандартах ЄС, його потрібно адаптувати до особливостей нашої країни. Відповідно до досвіду інших країн важливо, щоб контроль здійснювали справжні кваліфіковані аудитори, зі знаннями системи контролю якості аудиторської фірми [3].

Незалежність аудитора гарантується дотриманням правил професійної етики, що ґрунтуються на Кодексі професійної етики. Відповідно до правил професійної етики аудитора, для покращення якості надання аудиторських послуг необхідно:

- дотримуватись самостійності, як під час аудиту, так і під час надання інших послуг;
- передбачати всі можливі загрози втрати самостійності та вживати необхідних заходів щодо зниження ризику її;

Для українського законодавства не встановлено чіткої класифікації послуг, що можуть надавати аудитори, крім аудиту фінансової звітності. Через це якість інших аудиторських послуг може не відповідати дійсності. Тут потрібно запозичити досвід європейської класифікації аудиторських послуг, відповідно до якої замовники послуг розділенні на тих, що мають громадський

інтерес і тих що не являють громадського інтересу. Контроль за якістю аудиторських послуг не зможе нормально функціонувати якщо хоч один з елементів буде відсутнім.

Підсумовуючи все можна зробити такий висновок, що в на сьогодні контроль за якістю аудиторських послуг в Україні не виправдовує очікувань. Для того, контроль за якістю аудиторських послуг був ефективний потрібно:

1. Регулярний контроль якості аудиторських послуг повинен здійснюватися на рівні всіх суб'єктів аудиторської діяльності.

2. Запровадження критеріїв, стандартів оцінювання аудиторських послуг, які дозволять об'єктивно оцінювати роботу суб'єктів аудиторської діяльності, як на зовнішньому рівні, так і на внутрішньому рівні.

3. Вдосконалення методик і процедур роботи суб'єктів аудиторської діяльності.

Поліпшення якості наданих аудиторських послуг можливо лише за допомогою створення незалежного від професії регулятора Незалежний орган нагляду за професією спільно з саморегульованими органами, такими, як Аудиторська палата та інші професійні організації, можуть поліпшити контроль за якістю аудиторських послуг і забезпечити таку необхідну фінансову прозорість всій економіці України.

#### **Список використаних джерел:**

1. Аудит: навч. посіб. / уклад. Бержанір І. А. Умань : ВПЦ «Візаві», 2018. 230 с.

2. Бержанір І. А. Аудит в Україні: проблеми та перспективи розвитку. *Проблеми обліку, аудиту, аналізу та оподаткування в умовах глобалізації економіки*: Матеріали II Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф., м. Кривий Ріг, 25 лютого 2019 р. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2019. С. 167–168.

# АУДИТ ЯК ЗАСІБ ДОСЯГНЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

**Бержанір І. А.**, к. е. н., доцент,  
**Барановська Л. В.**, магістрантка,  
*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

В умовах ринкових відносин збільшується відповідальність і самостійність підприємств у підготовці та прийнятті управлінських рішень, ефективність яких залежить від об'єктивності та всебічності оцінювання поточного та очікуваного рівня економічної безпеки підприємства.

Основна частина інформаційного забезпечення системи економічної безпеки підприємства формується на основі даних оперативного, бухгалтерського та фінансового обліку, які є предметом аудиту. В сучасних умовах невід'ємною складовою механізму ефективного управління економічним суб'єктом є аудит, адже саме контроль забезпечує реалізацію мети створення і функціонування підприємства, виявленню причин та умов, які викликали виникнення шахрайства, нестач, дозволяє виявляти і попереджати економічні ризики.

Метою аудиту системи економічної безпеки підприємства є висловлення незалежного судження аудитора щодо загроз економічній безпеці, існуючих ризиків здійснення фінансово-господарської діяльності, можливостей підприємства щодо утримання економічної безпеки на належному рівні, розроблення заходів щодо забезпечення економічної безпеки підприємства, а предметом аудиту – сукупність інформації про організацію системи економічної безпеки, її структуру, завдання, методика їх виконання, процес функціонування та результати, вплив цієї системи на рівень економічної безпеки підприємства.

В сучасній економічній літературі виділяють такі групи об'єктів аудиту системи економічної безпеки підприємства:

- 1) організаційне забезпечення;
- 2) порядок функціонування діяльності підприємства;

3) звіти, рекомендації та пропозиції щодо підвищення рівня економічної безпеки, попередження та подолання негативного впливу загроз;

4) рівень економічної безпеки підприємства [1].

Основними завданнями аудиторської перевірки економічної безпеки є:

– виявлення змін показників, що характеризують економічну безпеку підприємства;

– перевірка збалансованості фінансових інтересів підприємства, окремих його підрозділів і персоналу;

– діагностика фінансового стану підприємства;

– перевірка кваліфікації та досвіду працівників підрозділу економічної безпеки підприємства, незалежність та об'єктивність їх суджень;

– перевірка адекватності плану заходів підтримання та зростання рівня безпеки.

Ефективне здійснення аудиту в системі економічної безпеки суб'єкта господарювання повинно ґрунтуватись на наведених принципах (табл. 1).

Таблиця 1

### Принципи проведення аудиту економічної безпеки

№ з/п	Принцип	Сутність
1.	Комплексність	Забезпечення безпеки у всіх сферах, у якому можуть бути наявні чинники небезпек та загроз.
2.	Незалежність	Забезпечення незалежності та критеріїв того, що аудитор не є залежним, регламентується нормативними документами з аудиторської діяльності, а також етичними кодексами.
3.	Систематичність	Здійснення аудиту у певній послідовності з метою його ефективного проведення).
4.	Чітке визначення критеріїв оцінки	Кількість та якість роботи, знання роботи, особисті якостями, ініціативність та ін.
5.	Періодичність	Передбачає необхідність систематичного проведення аудиту та планування даної ланки роботи).
6.	Структурована процедура проведення аудиту	Аудиторська перевірка повинна бути структурована таким чином, щоб охопити весь обсяг робіт для досягнення поставлених завдань.

Забезпечення ефективної нейтралізації загроз економічним інтересам підприємства досягається шляхом відбору найефективніших механізмів, що

мінімізують рівень вірогідності реалізації окремих загроз економічним інтересам підприємства, а також обсяг можливого фінансового збитку. Це загальне завдання вимагає подальшої конкретизації в розмірі окремих пріоритетних економічних інтересів підприємства.

Аудит економічної безпеки підприємства пропонується проводити за таким етапами, а саме: аудит майнового потенціалу підприємства; аудит впливу чинників на економічну безпеку підприємства; аудит виконання «золотого правила фінансування»; аудит ліквідності та платоспроможності підприємства; аудит фінансової стійкості підприємства; аудит «надійності» підприємства; аудит результативності фінансово-господарської діяльності підприємства; аудит ймовірності банкрутства підприємства [2, 3].

Метою розробки заходів щодо усунення недоліків, виявлених під час аудиту системи економічної безпеки суб'єктів господарювання, є нейтралізація зазначених загроз та передбачає конкретні заходи, в залежності від виявлених загроз.

Отже, використання аудиту в діяльності підприємства дозволяє підвищити ефективність організації системи економічної безпеки підприємства, а також дає змогу зменшити рівень невизначеності в ринковому середовищі та загальну ризикованість бізнесу.

#### **Список використаних джерел:**

1. Аудит : навч. посіб. / уклад. І. А. Бержанір Умань : ВПЦ «Візаві», 2018. 230 с.
2. Шульга І. П. Сучасні підходи до оцінки економічної безпеки акціонерного товариства. *Інвестиції: теорія і практика*. 2010. № 22. С. 34–38.
3. Бержанір Інна Управління фінансовими ризиками підприємства. *Синергетичні драйвери розвитку обліку, податкового аудиту та бізнес-аналітики*: зб. тез за матеріалами Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. Ірпінь : Університет ДФС України, 2021. С. 441–443.

## ОСНОВНІ ЕТАПИ ЕВОЛЮЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ВЕЛИКОЇ БРИТАНІЇ

**Благодир А. В.**, студентка  
*Науковий керівник: професор Мошковська О. А.,  
Київський національний торговельно-економічний університет*

Бухгалтерський облік Великої Британії має глибоке історичне коріння та національні особливості.

В Англії перші історично відомі прояви бухгалтерського обліку з'явилися в 871–899 р.р за правління короля Альфреда. За його наказом було встановлено проведення облікових записів для інвентаризації королівського майна. Другими значними нововведеннями вважається побудова Вільгельмом-Завойовником феодальної системи громадського укладу, яка передбачає обмін обліковою інформацією фінансового характеру [1].

Перша книга, присвячена бухгалтерському обліку, з'явилась у Лондоні в 1543 р. Її творцем був учитель математики Хью Олдкастл [2]. Однак перші розділи він запозичив з праці Л. Пачолі [2]. Від себе він додав дві частини в кожному рахунку – дебітора і кредитора [2].

Слід зазначити, що суттєві внески були здійснені англійськими бухгалтерами в одну єдину справу, ними, зокрема. є праці про амортизацію, організацію обліку в сільському господарстві, удосконалення відомих форм рахівництва. До першовідкривачів такого поняття як “амортизація основних засобів” відноситься Д. Мелліс [3]. В своїй практиці він використовував два підходи: амортизація є пряма витрата не рухомого майна та амортизація є прийомом, що дозволяє постійно зберігати основний капітал на одному рівні.

Форми рахівництва вдосконалювали та розвивали Д. Веддінгтон, Р. Даффорне, Е.Т. Джонс [3]. Веддінгтон бачив сенс обліку в веденні особових рахунків та розрахунків з підзвітними особами [3].

Одними з перших англійських теоретиків в напрямку бухгалтерського обліку були Д. В. Фультон, В. Ф. Фостер, Л. Р. Діксі та інші [3].



В середині 18 ст. англійські бухгалтери намагалися запровадити подвійну бухгалтерію подвійного рахунку в промисловому обліку. Проте Ф. В. Кронхейльм [4] зазначив, що подвійна бухгалтерія з'явилася та є частиною торгового обліку та не в змозі описати всіх виробничих процесів. Тому вона не стосується виробничому обліку. Т.ч., він розподілив облік на дві частини : виробничу (три рахунки з веденням лише в натуральному вимірі) та бухгалтерську (традиційна система рахунків). Бухгалтери того часу вважали, що практика обліку для цілковитої правильності та чіткості повинна мати табличну форму стандартизованої звітності та 100% тотожні бланки вихідних документів. До того ж, високо кваліфіковані бухгалтери повинні були обмінюватися досвідом та поширювати власні знання та виховувати осіб, нижчих за рівнем досвідченості, остерігаючи їх від зловживань [4].

В 19 ст. промислова революція дала поштовх для розвитку бухгалтерського обліку в Англії. В цей час з'являється розподіл активів на оборотні та необоротні, здійснюються перші розрахунки зносу, визначення вартості основних засобів [5]. Це століття стало початком нової ери з появою визначних дат для британського обліку. Так, в 1773 р. відбулося створення на весь світ відомої Лондонської фондової біржі, 1844 р. укладання Закону про реєстрацію акціонерних компаній. Визначений закон зобов'язував акціонерів до обов'язкової аудиторської перевірки фірм-банкрутів. В 1855 р. були прийнятий Закони про компанії, який зобов'язував компанії з обмеженою відповідальність реєструватися та надавати акціонерам повний та достовірний баланс. Визначений Закон був оновлений в 1929 р. Крім того, були додані Звіти про прибутки та збитки [6]. Британські бухгалтери є основоположниками та творцями певних основ бухгалтерського обліку в Англії. Не можна сказати, що вони завершили будівництво цієї галузі, вони сформували базу, яка з кожним роком оновлюється та доповнюється новими основами та правилами. І цей процес буде діяти ще невизначений період часу. Перший ж інститут, який готував фахівців в даній справі, з'явився в 1853 р. в Единбурзі. Далі однією з величних подій було створення асоціації "Інститут бухгалтерів" Вільямом

Квілтером [7] та його колегами по професії в Лондоні 1870 р.. В цьому ж році 13 грудня відбулося перше офіційне засідання даної асоціації. Всі подальші роки вищезазначений інститут набував нових повноважень, змінювалось керівництво, яке з кожним роком розвивало його все більше та більше [7].

В 1870 р. в Англії було створено Товариства бухгалтерів, а в інших містах, таких як Лондон, Ліверпуль, Манчестер та інші регіональні товариства бухгалтерів [8].

Великобританії притаманна британсько-американська модель обліку, проявами якої є те, що держава майже не втручається в сферу обліку. Після вступу в ЄС, відповідно до Директив ЄС, включених до своїх положень про компанії 1985 та 1989 р.р щодо форм бухгалтерської звітності та методів оцінки різних статей. Однак навіть тоді Велика Британія надає набагато більші можливості для обліку, де законодавство вимагає лише загальних принципів та суворо регулює все, що пов'язане з ними і не вимагає детального опису повсякденної практики обліку [9].

Загальним правилам країни-члени ЄС, будучи в його складі, мають дотримуватися єдиної форми бухгалтерської звітності. Однак відповідальні особи Англії, традиційно дотримуючись думки, що така сфера професійної діяльності, як бухгалтерський облік, повинна регулюватися в основному професіоналами, дозволили британським компаніям використовувати форми, передбачені Директивою ЄС про уніфіковані форми бухгалтерської звітності країн Європейського Союзу. У зв'язку з вищезазначеним, фінансова звітність у Великій Британії складається з:

1. Звіту про прибутки та збитки.
2. Звіту про рухи капіталу.
3. Балансу.
4. Звіту про рух грошових коштів [10].

У 2020 р. у ніч з 31 грудня на 1 січня Велика Британія перестає бути членом ЄС. Після її виходу виникли деякі зміни в певних компонентах обліку: зміни в корпоративній звітності, підготовці річних рахунків та багато іншого.

Тобто, відтепер всі компанії країни мають використовувати прийняті керівництвом міжнародні стандарти бухгалтерського обліку (IAS) замість прийнятих ЄС Директивам, починаючи з 1 січня 2021 р. [11].

Отже, бухгалтерський облік, є наукою, що формувалась протягом багатьох століть. Британська історія бухгалтерського обліку розпочалася в далекому 871 р.. Бухгалтери вищезазначеної країни здійснили суттєвий внесок в розвиток даної науки. Їх праці є надбанням усього світу та цінуються в кожній країні. Вони стали основоположниками багатьох правил та норм, якими зараз користуються бізнес-одиниці по всьому світі. Дана наука не зупиняється та розвивається і в теперішній час.

#### **Список використаних джерел:**

1. Развитие учета в Великобритании и США / Xreferat. URL: <https://xreferat.com/14/942-1-razvitie-ucheta-v-velikobritanii-i-ssha.html>.
2. Horngren C. T, Foster G., Datar S. M. Cost Accounting: A Managerial Emphasis. - 10-th Edition, Prentice Hall, Inc., 2000.
3. История развития бухгалтерского учета за рубежом / Studwood. URL: [https://studwood.ru/1485445/buhgalterskiy\\_uchet\\_i\\_audit/istoriya\\_razvitiya\\_buhgalterskogo\\_ucheta\\_rubezhom](https://studwood.ru/1485445/buhgalterskiy_uchet_i_audit/istoriya_razvitiya_buhgalterskogo_ucheta_rubezhom).
4. История развития учета в Англии / webkursovik. URL: <https://www.webkursovik.ru/kartgotrab.asp?id=-106589>.
5. Трагера В. В. Зародження системи обліку основних засобів. *Вісник СHT ННІ бізнесу і менеджменту ХНТУСГ*. URL: Microsoft Word-Вісник СHT (2019\_2) (Типографія) (khntusg.com.ua).
6. Формування бухгалтерського обліку як науки (XIX – поч. XX ст.) / d-learn. URL: [https://d-learn.pnu.edu.ua/data/users/1884/Formuvannja\\_bukhgalters.txt](https://d-learn.pnu.edu.ua/data/users/1884/Formuvannja_bukhgalters.txt).
7. Timeline 1853-1880 / ICAEW/. URL: 1853 – 1880 | Timeline | Accounting history | Library | ICAEW.
8. The development of the accountancy profession in the UK and ICAEW`s role / ICAEW/. URL: [the-development-of-accountancy-in-the-uk.ashx](https://www.icaew.com/~/media/Files/Accounting/History/1853-1880/development-of-accountancy-in-the-uk.ashx) (icaew.com).

9. Жарикова Л. А. Бухгалтерский учет в зарубежных странах. URL: <http://eclib.net/26/16.html>.

10. Бухгалтерский учет в Великобритании / Инфопедия. URL: Бухгалтерский учет в Великобритании (infopedia.su).

11. Бухгалтерський облік для британських компаній / gov.uk. URL: Бухгалтерія для британських компаній-GOV.UK (www.gov.uk).

## **ВПЛИВ ПРОФЕСІЙНОЇ ЕТИКИ БУХГАЛТЕРА НА УКРАЇНСЬКЕ ЕКОНОМІЧНЕ СЕРЕДОВИЩЕ**

**Гнасцько О. І.**, студентка  
*Науковий керівник: д. е. н., доцент Король С. Я.,  
Київський національний торговельно-економічний університет*

Питання професійної етики на сьогоднішній день є актуальним для практикуючих бухгалтерів. Це пов'язано з тим, що для сучасного економічного середовища України характерна проблема мінливості обставин та довіри до фінансової інформації, а також ризику недобросовісного викривлення основних даних. Розглянемо, як пов'язані якість фінансової інформації, етична поведінка бухгалтерів та розвиток економіки нашої держави.

Специфіка професії бухгалтера полягає у взаємозв'язках з іншими учасниками бізнес-процесів. Ці відносини значно впливають на діяльність суб'єктів господарювання, стосовно управління та перевіркою фінансового стану яких виникають дані зв'язки [1]. Регулюючим фактором цих відносин є професійна етика бухгалтера – сукупність принципів, яка, незважаючи на переважаючий моральний характер, є інституційно врегульованою системою норм поведінки, від яких залежить якість надання бухгалтерських послуг і надійність наданої користувачам облікової інформації.

Фундаментальним нормативним документом, обов'язковим до застосування усіма 169 організаціями-членами з усього світу і партнерами в 127 країнах та юрисдикціях, зокрема в Україні, є Міжнародний кодекс етики професійних бухгалтерів [2]. Даний документ складається з чотирьох частин: перша визначає головні принципи діяльності професійних бухгалтерів, друга і

третя – приклади застережних заходів, яких мають запобігати у конфліктних ситуаціях відповідно бухгалтери у бізнесі (інакше кажучи, наймані бухгалтери) та бухгалтери-практики (публічно практикуючі професіонали), а четверта частина визначає норми професійної етики та аспект гонорарів та інших фінансових заохочень для аудиторів [3]. Значною перевагою Міжнародного кодексу етики професійних бухгалтерів є наявність чітких прикладів застосування вимог до поведінки професіоналів даної сфери діяльності на практичній основі, із зазначенням конкретних ситуацій та алгоритму прийняття відповідних рішень для усунення суперечливих питань, що виникають у ході роботи професіоналів-практиків. На нашу думку, це закріплює фундаментальний ефект поведінкових принципів, наведених у першій частині Кодексу, доповнюючи інформацію про них.

На даному етапі економічного розвитку України існує проблема головних атрибутів сучасного бізнесу, а саме психолого-соціологічних категорій відкритості та довіри. Це, в свою чергу, впливає на недостатній притік інвестицій в український бізнес, ускладнює налагодження взаємин між бізнес-партнерами і, як наслідок, перешкоди надходженню коштів до державного бюджету. Неетична поведінка бухгалтера у суперечливих ситуаціях може негативно вплинути як на його власну репутацію (що є головним критерієм професійності), так і на взаємовідносини з менеджментом суб'єкта господарювання, що користується його послугами ведення обліку та складання звітності. Подана недостовірна фінансова та управлінська інформація, нехтування конфіденційністю даних облікової політики та результатів діяльності підприємства, наявність конфліктів та неправомірних епізодів в його операційній, фінансовій чи інвестиційній діяльності, корупція – все це в подальшому відштовхує потенційних клієнтів і контрагентів даної компанії, і в результаті здатне спричинити невиправну шкоду її іміджові. А суб'єкти господарювання, які мають погану репутацію в економічному середовищі не будуть приваблювати можливості отримання прибутку, особливо якщо внаслідок недостатнього професіоналізму бухгалтера підприємство заробить

імідж боржника або недобросовісного платника податків. Дотримуватись професійної етики потрібно також задля того, щоб не повторити сумний досвід скандального банкрутства корпорації «Enron» та судових розслідувань діяльності аудиторської компанії «Arthur Andersen», яка займалась фальсифікацією звітності «Enron», приймала участь у застосуванні фінансових і офшорних схем, викривляючи дані для інвесторів, що в результаті знищило репутацію як «Enron», так і «Arthur Andersen».

У Міжнародному кодексі етики професійних бухгалтерів зазначено про те, що професійні бухгалтери зобов'язані діяти не тільки в інтересах клієнта або організації, якій вони надають свої послуги, а й в інтересах суспільства в цілому [2].

Із зазначеного можна зробити такий висновок: професійна етика бухгалтера і аудитора має суттєвий вплив на економічне середовище і суспільство в цілому. Іншими словами, бухгалтер, який діє згідно норм професійної етики, повинен забезпечити обережність та об'єктивність при оцінці діяльності бізнесу, застосовувати професійний скептицизм, не допускати викривлення інформації у фінансовій звітності та дотримуватись принципу нерозголошення конфіденційної інформації про діяльність підприємства.

Що необхідно робити бухгалтерові задля того, щоб підвищити рівень власної професійної етики? Удосконалити загальний рівень професійного етикету українських бухгалтерів допоможе навчання та професійна підготовка майбутніх спеціалістів, а також поширення знань про розв'язання складних етичних конфліктів у роботі бухгалтера [3; 4]. Крім того, донесення до кожного бухгалтера інформації про такі аспекти, як цивільно-правова і кримінальна відповідальність за неправомірні дії при здійсненні облікової діяльності, зможе позитивно вплинути на українських професіоналів у даній галузі. Адже це забезпечить підвищення власної соціальної відповідальності за свої вчинки у кожного окремо взятого бухгалтера. Індивідуальний професійний розвиток та високий рівень професійної етики в свою чергу вплине на покращення загального стану українського економічного середовища.

Підсумовуючи усе вищесказане, можемо зробити висновок, що питання формування належного рівня професійної етики бухгалтерів і аудиторів є нагальним, і має значний вплив на українську економіку в цілому. Основоположним нормативним документом, який містить не лише концептуальні принципи професійної етики, але й конкретні приклади та рекомендації до їх практичного застосування є Кодекс етики професійних бухгалтерів. Одним з факторів розвитку української економіки є підвищення рівня обізнаності бухгалтерів щодо важливості дотримання принципів, норм та правил професійної етики, і поширення інформації про відповідальність за розголошення конфіденційної фінансової інформації підприємств та вчинення дій, що суперечать законодавству.

#### **Список використаних джерел:**

1. Ромашко О. М. Професійна етика працівників економічної сфери діяльності. *Сучасний менеджмент: проблеми та перспективи розвитку*: матеріали Всеукр. наук.-практ. Інтер.-конф., 29 травня 2020 р. Херсон : ХДАУ, 2020. С. 326 – 329.
2. Міжнародний кодекс етики професійних бухгалтерів. URL: [https://mof.gov.ua/storage/files/kodex\\_et.pdf](https://mof.gov.ua/storage/files/kodex_et.pdf).
3. Лугова О. І., Єременко А. В., Кириченко І. О., Косовська Ю. С. Професійна етика в роботі бухгалтера. *Modern economics*. 2019. № 13. С. 154 – 160.
4. Король С. Я., Фоміна О. В. Новітні вимоги до професійної підготовки бухгалтерів та аудиторів. *Облік, оподаткування і контроль: теорія та методологія*: матеріали міжнар. наук.-практ. Інтер.-конф., 26 червня 2018 р. Тернопіль, 2018. С. 102 – 105.

## ВІДОБРАЖЕННЯ ВАЛЮТНИХ ОПЕРАЦІЙ У ФІНАНСОВІЙ ЗВІТНОСТІ ЗГІДНО З МІЖНАРОДНИМИ СТАНДАРТАМИ

**Гриб А. А.**, магістрантка  
*Науковий керівник: к. е. н., доцент Семенова С. М.,  
Київський національний торговельно-економічний університет*

Розвиток глобалізації в світі утворює економічні передумови для розробки та впровадження певних загальноприйнятих вимог до ведення й підготовки фінансової звітності згідно міжнародних стандартів. Так, один із основних міжнародних процесів, що відбуваються наразі в світі, – узгодження національних систем обліку й фінансової звітності різних держав.

Міжнародні стандарти фінансової звітності (IFRS) виступають інструментом реалізації економічної політики, головна мета використання якого полягає в забезпеченні як прозорості так і зрозумілості інформації стосовно діяльності суб'єктів господарювання.

Операції у іноземній валюті виникають, в тому випадку коли певне підприємство:

- купує чи реалізовує деякі товари (продукцію, роботу, послугу), ціну на яку зазначено у іноземній валюті;
- надає чи отримує позику, за якою сума, належна відповідно отримувачу або ж сплаті, зазначено у іноземній валюті;
- другим шляхом купує чи реалізовує активи, приймає чи погашає зобов'язання, виражені у іноземній валюті [3, с. 164].

Облік операцій у іноземній валюті проходить таких чотири складових: початкове відображення операції (тобто процес виникнення заборгованості); відображення статей у іноземній валюті в балансі на певну звітну дату; визнання курсових різниць; відображення розрахунків у іноземній валюті на дату погашення заборгованості, яка виникла.

В тому випадку, коли певне підприємство здійснює операцію у іноземній валюті, воно спочатку відображає її у обліку у функціональній валюті методом



перерахунку деякої суми в іноземній валюті із допомогою спот-курсу на момент операції [1].

Водночас монетарна стаття – це утримувана одиниця валюти, актив та зобов'язання, що повинні бути отримані чи сплачені в фіксованій чисельності одиниць цієї валюти. Важливою рисою монетарних статей є право в отриманні (чи зобов'язанні) сплатити фіксоване або визначене число одиниць валюти. До прикладу можна навести зобов'язання за виплатами робітникам та забезпеченні, що підлягають погашенню грошовими коштами, й зокрема дивіденди такими коштами, визнані зобов'язанням.

Відповідно характерна особливість немонетарних статей (NonMonetary Items) – це насамперед відсутність права отримати (чи зобов'язання передати) фіксоване або ж визначене число одиниць певної валюти. До прикладу є авансовий платіж за товар або послугу, а також нематеріальний актив, запас, головний засіб, забезпечення, що буде погашено немонетарними активами [1].

Процес відображення валютних операцій у фінансовій звітності згідно з міжнародними стандартами розглянемо на певному прикладі. Приміром, українське підприємство «Омега» придбало у січні 2014 р. тканину у Республіці Польща на суму 40 000 дол., в той час коли валютний курс становив ще 10 грн. за 1 дол. США. І більша половина даної тканини була приготовлена для реалізації в Україні, а інша частина повинна була продатись в Угорщині за валюту (долари). Вже після здійснення операції придбання товару, ціна на тканину зменшилась на 5% їхньої собівартості, що призвело до уцінки товару. Крім того курс валют на ту дату складав 11 грн. за долар. А на момент оформлення балансу курс валют був 11,5 грн. за долар. Тому згідно із МСБО 21, вартість тканини буде відображена у балансі наступним чином:

$$(20000 \text{ дол.} - (20000 \times 0,05)) \times 10 \text{ грн.} = 190\ 000 \text{ грн.};$$

$$(20000 \text{ дол.} - (20000 \times 0,05)) \times 11 \text{ грн.} = 209\ 000 \text{ грн.}$$

Разом балансова вартість товарів складає 399 000 грн.

З даного прикладу помітно, що так звана курсова різниця з'являється, тоді коли оцінка монетарних статей на певну дату здійснюється із

використанням курсу валют, відмінного від курсу, що використовувався на час попередньої оцінки.

Таким чином, курсова різниця – це така різниця, що виникає у результаті переведення певного числа одиниць однієї валюти у другу валюту за різними курсами валют. І виходячи із цього, курсову різницю можна розрахувати за формулою:

$$P_k = C_m (K_t - K_{t-1}),$$

де  $P_k$  – курсова різниця;

$C_m$  – сума монетарної статті у іноземній валюті;

$K_t$  – курс валют на момент оцінки монетарної статті;

$K_{t-1}$  – курс валют на момент попередньої оцінки монетарної статті.

Фінансові звіти певного підприємства, функціональна валюта якого не являється валютою так званої гіперінфляційної економіки, варто переводити у другу валюту подання із використанням наступних процедур:

– переведення активів та зобов'язань здійснюється за курсом закриття на певне звітне число;

– доходи та витрати слід перевести згідно валютного курсу на час здійснення операцій. І при тому через практичність в переведенні статей доходів й витрат дуже часто використовують курс, що наближений до валютних курсів на дату операцій, тобто середній курс. Проте за умов значного коливання валютних курсів використання середнього курсу за окремий період не є прийнятним;

– усі курсові різниці, що виникають в результаті переведення, варто визнавати у складі другого сукупного прибутку [1].

Подібна курсова різниця є результатом: застосування різних курсів задля перерахунку статей доходів та витрат (тобто містить історичний курс) і статей активів й зобов'язань (йдеться про курс закриття); різниць у оцінці чистої інвестиції на початку звітного періоду, яка перерахована по курсу на кінець попереднього звітного періоду та поточного звітного періоду.

Статті фінансового звіту, складеного у валюті гіперінфляційної економіки, варто спочатку скоригувати згідно МСБО 29 «Фінансова звітність у умовах гіперінфляції», і після того перевести у другу валюту подання із використанням до усіх сум (активу, зобов'язання, власного капіталу, доходу і витрати) курсу закриття на останню звітну дату [2].

В той момент коли економіка вже не є гіперінфляційною та певне підприємство припиняє застосування МСБО 29 «Фінансова звітність в умовах гіперінфляції» для перерахунку фінансової звітності, тоді суми, що визначені у одиниці виміру на момент припинення використання МСБО 29, варто розглядати як історичну собівартість задля переведення у валюту подання [2].

Підприємство має розкривати інформацію щодо впливу зміни курсу валют у фінансовій звітності наступним чином:

- суму курсової різниці, що визнано в складі прибутків чи збитків, за винятку курсової різниці, що виникла у результаті оцінок фінансового інструменту по справедливій вартості відповідно до МСФЗ 9;

- чиста курсова різниця, що відображена у складі окремого компонента власного капіталу, й погоджені суми цієї курсової різниці на початок й кінець звітного періоду [4, с. 48].

У випадку коли підприємства подають фінансову звітність у певній валюті, яка різниться від функціональної валюти, то вона вказує на відповідність фінансових звітів МСФЗ, лише якщо вони відповідають усім вимогам кожного стандарту та кожної інтерпретації застосовуваних стандартів, а саме методу переведення саме функціональної валюти у валюту подання, установленого МСБО 21 [2].

Якщо підприємство подало фінансову звітність чи другу фінансову інформацію у іноземній валюті, яка різниться від функціональної валюти або валюти представлення й не дотримується усіх вимог відповідності МСБО 21, то воно має: досить чітко визначати саму інформацію як додаткова задля відмежування її від інформації, що погоджена із МСФЗ; розкривати валюту, в якій подається певна додаткова інформація; розкривати функціональну валюту

окремого підприємства й методи його переведення, що використовується для виокремлення цієї додаткової інформації.

Отже, МСБО 21 слід використовувати для обліку операції та залишку у іноземній валюті, із-за винятку тих операцій й залишків, що є сферою застосування МСФЗ 9 «Фінансові інструменти»; переведення результатів діяльності й фінансового стану підприємств інших країн, що включаються у фінансову звітність підприємства методом консолідації чи методом участі у капіталі; переведення результатів діяльності та фінансового стану підприємства у валюту подання.

Таким чином, фінансова звітність визнає курсову різницю від переоцінки самого резерву (тобто зменшення корисності активу) як певної складової балансової вартості вже монетарного фінансового активу у іноземній валюті. І особливого значення наразі набувають питання відображення обліку операцій у іноземній валюті відповідно до міжнародного стандарту фінансової звітності.

#### **Список використаних джерел:**

1. Іноземна валюта й курсові різниці: загальні правила обліку. Газета № 239. 2019. URL: <https://interbuh.com.ua/ua/documents/oneanalytics/93676>.

2. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 21. Вплив змін валютних курсів. URL: <https://ips.ligakon.net/document/MU17040>.

3. Лучко М. Р., Бенько І. Д. Облік і фінансова звітність за міжнародними стандартами. Тернопіль : Економічна думка ТНЕУ, 2016. 360 с.

4. Бержанір І. А., Скиба А. І. Проблеми адаптації вітчизняного бухгалтерського обліку до міжнародних стандартів. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі бухгалтерського обліку: II Міжнародна науково-практичної конференції*, 20 квітня 2017 р., м. Полтава. С. 322–326.

5. Чуніхіна Т. С. Операції в іноземній валюті: національний та міжнародний підхід. *Науковий вісник Ужгородського Національного університету: Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство»*. Вип 19. Т.ІІ. Ужгород: УНУ, 2018. С. 47–50.

б. Семенова С. М., Шпирко О. М. Облікове забезпечення управління валютними операціями транспортних підприємств у зовнішньоекономічній діяльності. Інструментарій менеджменту зовнішньоекономічної діяльності: монографія / під заг. кер. д.е.н., проф. Карпенко О.О. Київ : ДУІТ, 2021. 236 с. С. 195–211, 231–233.

## **ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ФІНАНСОВИХ ІНВЕСТИЦІЙ ЯК МОДЕЛЬ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

*Дерев'янюк О. О., магістрант  
Науковий керівник: к. е. н., доцент Нестеренко І. В.,  
Державний біотехнологічний університет*

Інвестиції є невід'ємною складовою економічної системи та однією з найскладніших категорій ринкової економіки, яка виступає запорукою стабільності розвитку економіки та країни в цілому. Доведено, що фінансові інвестиції – це фінансові активи, які відбиваються у формі фінансових інструментів задля отримання певних економічних вигід інвестора [1, с. 2].

Основою організації обліку фінансових інвестицій є економічно обґрунтована класифікація, яка полягає, перш за все в можливості інвестором реалізувати свою стратегію на фінансовому ринку. Як правило, класифікація фінансових інвестицій проводиться з метою визначення терміну вкладення і методів їх обліку (рис. 1).

У сучасних умовах трансформації економічних відносин, вважаємо доцільним ввести поділ фінансових інвестицій: за характером оподаткування доходу, за видами забезпечення та за призначенням. Дана класифікація інвестицій відображає найбільш суттєві їх ознаки, за якими має формуватися інформація в обліку і звітності. За необхідністю вона може бути поглиблена залежно від підприємницької або дослідницької мети, інформаційних потреб конкретних користувачів облікових та звітних даних.



Рис. 1. Класифікація фінансових інвестицій

Пріоритетним завданням кожного підприємства в сучасних умовах є формування ефективної моделі управління інвестиційної діяльності. Основою такого управління на рівні підприємства є своєчасна та достовірна інформація щодо фінансових інвестицій, яка ґрунтується на нормативно-правових актах держави та прийнятій підприємством обліковій політиці. Формування облікової політики, в частині операцій з фінансовими інвестиціями ефективно в розрізі її складових, які наведені на рис. 2.

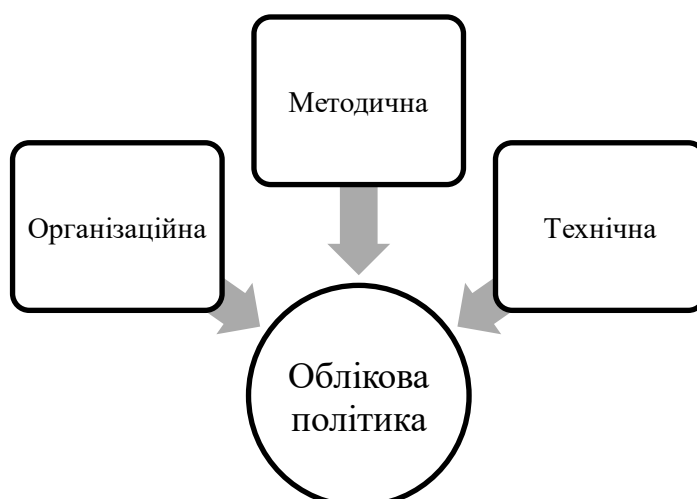


Рис. 2. Складові облікової політики в частині операцій з фінансовими інвестиціями

Слід відзначити, доцільність передбачити положення про порядок розподілу обов'язків щодо ведення обліку та здійснення контролю фінансових інвестицій в розрізі організаційної складової.

Методична складова являє собою методи списання фінансових інвестицій, детальну характеристику ситуації, за якої можливе зменшення корисності фінансових інвестицій; порядок обліку операцій у випадку стійкого зниження вартості фінансових інвестицій; методику інвентаризації фінансових інвестицій; визначення переліку рахунків синтетичного та аналітичного обліку для відображення фінансових інвестицій.

Технічна складова – це документи які розроблюються відповідно до потреб управління і затверджуються графіком документообігу й для яких не передбачено уніфікованих форм; форми внутрішньої звітності розроблюються підприємством самостійно з урахуванням особливостей його інвестиційної діяльності. Отже, застосування в обліковій політиці зазначених елементів за операціями з фінансовими інвестиціями забезпечать повноту організаційно розпорядчого документа про облікову політику підприємства, що надасть можливість своєчасно реагувати управлінському персоналу на зміни інвестиційної діяльності.

Облікове відображення фінансових інвестицій приватних підприємств передбачає послідовну реалізацію таких етапів: визнання; первісна оцінка; класифікація; відображення на рахунках бухгалтерського обліку; переоцінка на дату балансу; визнання, оцінка та відображення доходу за фінансовою інвестицією; розкриття інформації у фінансовій звітності; припинення визнання та списання. Так, оцінку фінансових інвестицій необхідно здійснювати на кожному етапі їх обліку у інвестора [2, с. 187].

Сьогодні фінансові інвестиції оцінюють: за справедливою вартістю, за амортизованою собівартістю, за методом участі у капіталі [3, с. 165]. В методиці обліку операцій з фінансовими інвестиціями необхідно орієнтуватися на вже визначену класифікацію та відповідність нормативному регулюванню. Існуючої методики відображення фінансових інвестицій в обліку згідно

Інструкції до діючого Плану рахунків, на наш погляд, недостатньо. З огляду на це, актуально внести зміни щодо відображення фінансових інвестицій на рахунках бухгалтерського обліку (табл. 1).

Таблиця 1

**Деталізація інформації про фінансові інвестиції на субрахунках бухгалтерського обліку**

<b>Існуючі субрахунки</b>	<b>Запропоновані субрахунки</b>
141 «Інвестиції пов'язаним сторонам за методом обліку участі в капіталі»	141 «Інвестиції, що обліковуються за методом обліку участі в капіталі»
142 «Інші інвестиції пов'язаним сторонам»	142 «Інвестиції, що обліковуються за справедливою вартістю»
143 «Інвестиції не пов'язаним сторонам»	143 «Інвестиції, що обліковуються за собівартістю»
	144 «Інвестиції, що обліковуються за амортизаційною вартістю»
351 «Еквіваленти грошових коштів»	351 «Поточні фінансові інвестиції»
352 «Інші поточні фінансові інвестиції»	352 «Короткострокові фінансові інвестиції»

Запропонована система субрахунків сприятиме зниженню управлінських витрат за причини зменшення трудомісткості облікового процесу при підготовці фінансової звітності при збереженні якості інформації.

Аналітичний облік при цьому пропонується вести за вищенаведеними класифікаційними ознаками із обов'язковим виокремленням інвестицій в асоційовані та дочірні компанії. Завершальним етапом бухгалтерського обліку є складання звітності, в якій узагальнюється інформація у певній системі показників. У сучасних умовах різко зросла потреба в інформації про поточну діяльність підприємства, його результати для прийняття правильних інвестиційних рішень щодо напрямів подальшого розвитку. Фінансові інвестиції відображаються в балансі за одночасної відповідності таким умовам: їх оцінка може бути достовірно визначена та очікується одержання в майбутньому економічних вигід, пов'язаних з їх використанням. У звіті про сукупний дохід розкривається інформація про дохід та собівартість реалізованих фінансових інвестицій. Звіт про рух грошових коштів відображає



надходження від реалізації фінансових інвестицій, а також придбання фінансових інвестицій у частині вибуття коштів [4, с. 50].

Таким чином, своєчасне і правильне документальне оформлення операцій з фінансовими інвестиціями дозволить підприємству розширити обсяг та ступінь деталізації інформації у звіті, який одночасно буде задовольняти інтереси усіх груп користувачів облікової інформації. Для удосконалення обліку фінансових інвестицій необхідно розробити комплексну модель, яка відповідає сучасним умовам економічного стану країни. Також на нашу думку, у вітчизняній практиці доцільно встановити кілька альтернативних варіантів обліку інвестицій у пов'язані сторони: базовий підхід, коли облік інвестицій у дочірні підприємства здійснюється за методом участі в капіталі; альтернативні варіанти, коли облік інвестицій проводиться за фактичною собівартістю вкладеного капіталу або переоціненою вартістю, яка б відповідала справедливій вартості об'єктів.

Отже, організація обліку фінансових інвестицій дійсно є моделлю сталого розвитку підприємств в сучасних умовах з дотриманням таких рекомендацій як: обрання інструментів облікової політики фінансових інвестицій, виходячи зі статуту об'єкта, що інвестує та виду об'єктів інвестицій; удосконалення методики обліку фінансових інвестицій у системі рахунків (субрахунків); використання методів оцінки фінансових інвестицій згідно міжнародних стандартів; забезпечення повного висвітлення в обліку і звітності інвестиційних процесів на підприємстві. Зазначені рекомендації сприятимуть систематизації та впорядкуванню методики обліку та оцінки фінансових інвестицій, одержанню достовірної інформації про інвестиційні доходи і витрати.

#### **Список використаних джерел:**

1. Петренко Л.М. Теоретичні аспекти дослідження інвестиційної діяльності. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки*. 2012. Вип. 22. Ч. II. С. 1–5.

2. Здренник В. С., Рафальська Н. О. Облік операцій з фінансовими інвестиціями: питання облікової політики. *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу*. 2012. № 3. С. 183 – 189

3. Левченко О. П. Організація обліку фінансових інвестицій. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. 2013. № 4(24). С. 163 – 167.

4. Череп А. В. Інвестиційна діяльність в Україні: стан та шляхи її активізації. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво: науково-виробничий журнал*. 2011. № 3. С. 48–52.

## **ОПТИМІЗАЦІЯ ВПЛИВУ ОПЕРАЦІЙ ІЗ ВИРОБНИЧИМИ ЗАПАСАМИ НА ПОДАТКОВЕ НАВАНТАЖЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА**

**Довбня В. О.**, магістрантка  
*Науковий керівник: к. е. н., доцент Амбарчян М. С.,  
ДВНЗ «Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана»*

Проблема податкового навантаження є одним із найактуальніших питань у процесі оперативного та стратегічного планування діяльності підприємств в Україні. Адже показник податкового навантаження підприємства є одним із критеріїв ефективності системи оподаткування на державному та місцевому рівнях. Надмірне оподаткування разом із загальною економічною кризою сприятиме «тінізації» економіки, відтоку національних капіталів за кордон, зниженню ділової активності суб'єктів господарювання. Здійснення операцій із виробничими запасами може призводити до збільшення або зменшення обсягу фінансового результату підприємства до оподаткування і, як наслідок, надає можливість здійснювати коригування величини податку на прибуток до сплати. У цьому сенсі саме оптимізація операцій з виробничими запасами стає одним із важливих інструментів фінансового управління підприємством.

Значна кількість вітчизняних науковців, зокрема Андрущенко В. П., Вишневський В. П., Єфименко Т. І., Луніна І. О., Соколовська А. М., Федосов В. М, Шаблиста Л. М. та інші, висвітлювали у своїх працях окремі

аспекти податкового навантаження та його розподілу між платниками податку. Однак, незважаючи на чималу кількість наукових розробок, питання оптимізації впливу операцій з виробничими запасами на податкове навантаження підприємства ще мало досліджене.

Поняття податкового навантаження виникло одночасно з появою такого соціального та економічного явища як податки. Можна узагальнити, що податкове навантаження – це питома вага всіх податкових платежів платника податків за певний час (фінансовий рік) у загальній величині його доходу. Кушнірчук Ю. М. зазначає, що податкове навантаження є важливим фіскальним показником, що характеризує сукупний вплив податків на економіку країни загалом чи на окремих суб'єктів господарювання, тобто, фактично, є показником ефективності бюджетно-податкової політики [1].

Вплив операцій з виробничими запасами на податкове навантаження відіграє важливе значення для підтримання фінансової стійкості підприємства. Чинні законні способи зниження податкового тягаря ґрунтуються на: виборі господарської тактики й стратегії, стимульованих державою через зниження податків і відрахувань; виконанні правил бухгалтерського обліку, що дозволяють скоротити обсяг бази оподаткування [2].

Якщо підприємство пов'язане з виробництвом, купівлею або продажем товару, то одним з головних питань управління виробничими запасами є їх оптимізація. На підприємстві оптимізація характеризується встановленням такого розміру виробничих запасів, який забезпечував би безперервність процесу виробництва з мінімальними витратами ресурсів. Особливо це важливо для галузей, у яких виробничі запаси переважають в структурі оборотних коштів.

Підтримка гарантованого запасу виробничих ресурсів може обумовлювати появу факторів, що сприяють збільшенню витрат підприємства. Ці фактори полягають у збільшенні вартості зберігання при зростанні обсягу страхового запасу матеріальних ресурсів і можливих економічних втратах підприємства при малих величинах обсягу страхового запасу через зупинку

виробництва або при тимчасовій затримці надходження чергової партії поставки матеріальних виробничих ресурсів. Очевидно, що чим більший страховий запас, тим меншими будуть втрати від зупинки виробництва при затримці чергової партії поставок [3].

Найбільш поширеним способом оптимізації впливу обсягу виробничих запасів на податкове навантаження підприємства є їхня уцінка. Адже, якщо є запаси, які на дату балансу впали в ціні, зіпсувалися, застаріли або іншим чином утратили первісно очікувану вигоду, то підприємство просто зобов'язане уцінити їх до чистої вартості реалізації. Відповідно на суму уцінки збільшуємо витрати вже в періоді їх проведення, таким чином зменшуємо фінансовий результат до оподаткування.

Окрім оптимізації розміру основних груп поточних запасів, потрібно забезпечити накопичення сезонних запасів, додаткову охорону складських приміщень, їх модернізацію і необхідні темпи автоматизації процесів складування і зберігання. Також, у процесі фінансово-господарської діяльності слід дотримуватися одного з головних правил податкової оптимізації: дії платника податків, які мають оптимізувати той чи інший аспект оподаткування, одночасно повинні бути направлені на досягнення певного господарського результату, який би сприяв стійкому розвитку підприємства [4].

Отже, підсумовуючи вищевикладене, зазначимо, що одним із завдань підприємства, яке має у розпорядженні значні обсяги виробничих запасів, є оптимізація впливу операцій з такими запасами на податкове навантаження підприємства. Адже за сприятливого співвідношення між обсягом податків до сплати та обсягом ліквідних активів платники податків будуть мати більше можливостей вчасно та у повній мірі перераховувати податкові платежі до державного або місцевого бюджетів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Кушнірчук Ю. М. Оптимізація рівня фіскального навантаження з метою економічного забезпечення держави. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2010. № 20/11. С. 161–169.

2. Новосельська Л. І. Методи оцінювання рівня податкового навантаження на підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2013. № 23/10. С. 239–244.

3. Динаміка податкового навантаження в Україні в контексті реалізації податкової реформи / за заг. ред. Т. І. Єфименко, А. М. Соколовської. Київ : ДННУ «Академія фінансового управління», 2013. 494 с. URL: [https://afu.kiev.ua/getfile.php?page\\_id=450&num=5](https://afu.kiev.ua/getfile.php?page_id=450&num=5) (дата звернення: 22.10.2021).

4. Новіков М. А. Порівняльний аналіз методик визначення податкового навантаження та шляхи їх удосконалення. *Сталий розвиток економіки*. 2011. № 2. С. 284–288.

## **ВПРОВАДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В СИСТЕМУ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ**

**Захарчук Є. В.**, студент

*Науковий керівник: д. е. н., доцент Король С. Я.,*

*Київський національний торговельно-економічний університет*

На сьогодні в світі спостерігається тенденція стрімкого розвитку технологій та впровадження їх в повсякденне життя людини. Однією з таких технологій є технологія штучного інтелекту, яка з кожним роком стає все більш доступною та впроваджується в різноманітних сферах діяльності: медицині, науці, виробничій, фінансовій та інформаційних сферах. Одним з перспективних напрямків впровадження технології штучного інтелекту є система бухгалтерського обліку, в якій все активніше використовують сучасні інформаційні технології. Спираючись на дослідження, О. В. Адамик, що значного поширення здобули управлінські інформаційні системи в господарській діяльності, а саме в її обліково-аналітичному забезпеченні. Сьогодні більшість підприємств здійснюють облікову діяльність в умовах автоматизованої обробки даних, тому на практиці система бухгалтерського обліку, за мовчазної згоди сторін, сприймається як автоматизована [1]. Автоматизація ведення бухгалтерського обліку на підприємстві є першим

кроком до запровадження системи штучного інтелекту. Все вищезазначене підкреслює актуальність та значущість теми дослідження.

Перш за все, варто почати з самого визначення поняття штучний інтелект. Штучний інтелект – це унікальний продукт науково-технічного прогресу, який дозволяє машинам вчитися, використовуючи людський і власний досвід, пристосовуватися до нових умов у межах свого застосування, виконувати різнопланові завдання, які раніше були під силу тільки людині, прогнозувати події та оптимізувати ресурси різного плану [2]. Основною перевагою штучного інтелекту як технології є можливість «вчитися на своїх помилках» та самовдосконалюватись.

На нашу думку, однією з головних переваг впровадження штучного інтелекту є повна автоматизація ведення бухгалтерського обліку без залучення людини. Це може проявлятися в збільшенні об'єму проведення аналізу та його якості, підвищенні потужності спостереження та виявлення необхідної інформації, посиленні узгодженості роботи системи, полегшенні проведення повторюваних завдань, збільшенні пізнавальних можливостей, зменшенні помилок та в прискоренні аналізу бухгалтерських операцій, а також в проведенні аудиту в режимі реального часу для забезпечення відповідності бухгалтерських проведення.

Звісно деякі з цих функцій вже реалізовані в таких спеціалізованих програмах як BAS Бухгалтерія, MASTER:Бухгалтерія, Парус-Бухгалтерія, SAP ERP та інших. Оскільки дані комп'ютерні програми використовують алгоритми, які прописані в їх коді, то вони здатні виконувати названі функції, але лише в межах зазначених в їх коді рамок. Ключовою відмінністю застосування системи штучного інтелекту є її повна автономія та використання даної системи в межах бухгалтерської системи без прив'язки до запрограмованого алгоритму дій. Введення штучного інтелекту, як автономної системи, в систему бухгалтерського обліку дасть змогу сучасним бухгалтерам звільнитись від рутинної роботи та зосередитись на аналізі облікової інформації та роботі з клієнтами компанії.

Ще однією можливістю штучного інтелекту є застосування, так званого, «творчого підходу», що полягає в аналізі ведення бухгалтерського обліку на підприємстві та пошуку шляхів оптимізації діяльності під час проведення господарських операцій. Зокрема, це може стосуватись відкриття додаткових синтетичних та аналітичних рахунків, визначення та використання кращого методу нарахування амортизації.

Також одним з ключових переваг штучного інтелекту є відсутність можливості для шахрайства, завдяки виключенню «людського фактора» в даній автономній системі, яка є закритою від зовнішніх користувачів. Так, за словами фахівців журналу «Бухгалтер 911»: «системи з підтримкою штучного інтелекту допомагають підтримувати аудит та забезпечувати його відповідність, оскільки вони можуть відстежувати документи відповідно до правил й законів та відзначати ті, які мають проблеми. Штучний інтелект може швидко просіяти величезні обсяги даних, щоб виявити потенційні проблеми з шахрайством або підозрілою діяльністю, які в іншому випадку могли б бути пропущені людьми, та відзначити їх для подальшого розгляду» [3]. Тобто навіть за наявності певних недоліків ведення бухгалтерського обліку, штучний інтелект має змогу проаналізувати великі обсяги даних та самостійно виправити помилку, виконуючі функції, що традиційно були покладені на бухгалтерів та аудиторів.

Поряд з неймовірними перевагами застосування штучного інтелекту постають не менш значимі проблеми, які пов'язані із застосуванням даної автономної системи. Зокрема, опитування фінансових директорів компаній в країнах Центральної Європи, яке провела компанія Deloitte у 2019 р., виявило такі факти: 64% респондентів зазначило, що їхні компанії неготові або у незначній мірі готові до впровадження рішень на базі штучного інтелекту; 30% респондентів вважають бухгалтерський облік ключовою сферою впровадження технологій штучного інтелекту; 80% опитуваних лише частково застосовують або не застосовують взагалі технології штучного інтелекту для підтримки управлінських процесів. Разом з тим, зростання швидкості (48%), підвищення ефективності (40%) та скорочення витрат (46%) розглядаються як основні

переваги застосування робототехніки та рішень на базі штучного інтелекту. У підсумку, 32% фінансових директорів вважає, що до 2030 року технології штучного інтелекту замінять працівників на робочих місцях фінансових підрозділів [4].

Проаналізувавши результати даного опитування, можна дійти таких висновків: хоч менеджери і розуміють значущість переваг використання технології штучного інтелекту, більшість з них у найближчій перспективі не бачать реальних шляхів запровадження даної технології. Важливою проблемою є відсутність технічного забезпечення системи штучного інтелекту, оскільки дана технологія лише знаходиться на етапі розробки і є не готовою до окремого самостійного використання. Проте, як зазначалось вище, сучасні програмні продукти, зокрема бухгалтерські, все активніше вмонтовують конструкцію штучного інтелекту і тим самим частково реалізують концепцію штучного інтелекту. Існуюча тенденція позитивно впливає на розвиток даної технології та прискорює її технічну розробку.

Таким чином, можна підсумувати, що хоч практичне застосування систем штучного інтелекту має колосальні переваги, проте на даному етапі розвитку їх впровадження є фактично неможливим через відсутність відповідного технічного забезпечення та неготовність керівництва компаній до впровадження новітніх технологій. Отже, розробка повноцінної системи штучного інтелекту та її комерційне застосування в бухгалтерських підрозділах підприємств є завданням недалекого майбутнього. В будь-якому разі, оскільки автоматизація сфери бухгалтерського обліку розвивається дуже швидко, бухгалтерам і аудиторам необхідно буде адаптуватися до цих змін і своєчасно зрозуміти, як ефективно на них реагувати. При цьому слід пам'ятати: «хоча штучний інтелект є блискучою технологією, і ми часто уявляємо, що комп'ютери замінять людей, ми можемо недооцінювати важливість чисто людських навичок, таких як ентузіазм, творчість або співпереживання: всі основні аспекти бухгалтерської професії» [5].



### Список використаних джерел:

1. Адамик О. В. Розмежування понять «автоматизовані», «комп'ютерні» та «інформаційні» системи бухгалтерського обліку. *Економічний аналіз: зб. наук. праць Тернопільського національного економічного університету*. 2016. № 26 (1). С. 163–169.
2. AI трансформує бухгалтерський облік і фінанси. Baker Tilly Ukraine. URL: <https://bakertilly.ua/news/id46419> (дата звернення: 01.10.2021).
3. Штучний інтелект в бухгалтерському обліку та фінансах. Бухгалтер 911. URL: <https://buhgalter911.com/uk/news/news-1049080.html> (дата звернення: 01.10.2021).
4. Фармага Н. Застосування технологій штучного інтелекту. URL: <https://www2.deloitte.com/ua/uk/pages/about-deloitte/articles/ce-cfo-survey.html> (дата звернення: 01.10.2021).
5. Роль штучного інтелекту в бухгалтерському обліку. Бухгалтер 911. URL: <https://buhgalter911.com/uk/news/news-1044623.html> (дата звернення: 01.10.2021).

## СУТНІСТЬ ПОДАТКОВОГО ОБЛІКУ ТА ШЛЯХИ ЙОГО ОПТИМІЗАЦІЇ

**Іванко В. І.**, здобувач

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Дем'янишина О. А.,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Податки є основним джерелом надходжень для фінансування державних витрат на освіту, охорону здоров'я, інфраструктуру та соціальні програми. Ефективна система оподаткування повинна гарантувати, що податки є пропорційними та визначеними, а спосіб сплати податків зручним для їх платників [1].

Правильно розроблені ефективні системи оподаткування мають вирішальне значення для добре функціонуючого суспільства.

Для бізнесу податковий облік є досить складним, з більшим контролем щодо того, як витрачаються кошти та, що оподатковується чи не

оподатковується.

Податковий облік – це засіб обліку для цілей оподаткування. Це стосується всіх – фізичних осіб, підприємств, корпорацій та інших організацій. У податковому обліку повинні брати участь всі. Податковий облік дає можливість відстежувати кошти, пов'язані з фізичними та юридичними особами [2].

Кодекс внутрішніх доходів регулює податковий облік та диктує особливі правила, яких фізичні особи та компанії повинні дотримуватися при складанні податкової звітності.

Навіть тоді, коли організація звільняється від податків, податковий облік є необхідним. Це пов'язано з тим, що більшість організацій повинні подавати щорічні звіти, надавати інформацію щодо будь-яких своїх надходжень коштів, таких як гранти чи пожертви, а також про те, як кошти використовуються під час діяльності організації. Це дає можливість гарантувати, що організація дотримується всіх законів та нормативних актів, що регулюють належну діяльність суб'єкта, звільненого від оподаткування [3].

Для ефективного управління податковим обліком та забезпечення серйозного сприйняття податків в організації потрібне сильне керівництво. Тому основна увага зосереджена на керівнику податкової служби, ключові навички якого можна визначити як демонстрацію керівництва податковою функцією шляхом розробки та вбудовування податкової стратегії.

Для оптимізації податків потрібна грамотна організація бухгалтерського та податкового обліку на підприємстві. Оптимізація податків полягає в мінімізації переважно податку на прибуток з метою максимізації результату після сплати податків [4].

Штатні співробітники бухгалтерії часто добре розбираються в бухгалтерському обліку, але податковий облік на підприємстві зводиться до визначення податкової бази для подальшого складання звітності. Тобто документується поточна ситуація, але не робляться спроби змінити її, зменшити податкову навантаження. Оптимізація податків швидше відноситься

до сфери компетенції фінансистів і юристів, які є далеко не на кожному підприємстві. Тому підприємці та керівники підприємств, що зацікавлені в зменшенні податкового навантаження, зазвичай замовляють послуги оптимізації податків в аутсорсинговій компанії, де є експерти з оподаткування [5].

Слід зазначити, що в Україні здійснюється пошук шляхів оптимізації та реформування системи оподаткування. Для органів державної влади у сфері податкової політики важливою проблемою залишається оптимальне поєднання прямих та непрямих податків.

Недоліком непрямих податків є те, що їх сплата є тягарем для кінцевого споживача. Тому є необхідним оптимальне збалансування кількості прямих та непрямих податків. Податкові новації є частиною Концепції реформування податкової системи України, яка почала втілюватись ще з 2014 року.

Отже, на нашу думку, основними напрямками оптимізації та реформування системи оподаткування в Україні повинно бути наступне:

- зниження податкового навантаження на заробітні плати та бізнес в цілому;
- покращення електронного адміністрування податкових платежів; спрощення податкового законодавства та процедур, пов'язаних з адмініструванням податків;
- боротьба з корупцією у податкових органах;
- запровадження інвестиційних податкових кредитів; модернізація спрощеної системи оподаткування.

#### **Список використаних джерел:**

1. Податковий кодекс України № 1667-VIII від 06.10.2016 року із змінами та доповненнями: Верховна Рада України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua>.
2. Панасик В. М., Ковальчук Є. К., Бобрівець С. В. Податковий облік: навч. посіб. Тернопіль : Карт-Бланш, 2015. 263 с.
3. Малкіна Я. Д. Економічний зміст податків, їх роль та сучасний стан податкової системи України. URL: <http://global-national.in.ua>.

4. Щодо реформування спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності: аналітична записка. URL: <http://www.niss.gov.ua>.

5. Оптимізація податків. URL: <https://synergyc.com.ua>.

## **ОПТИМІЗАЦІЯ ВИТРАТ НА ВИПЛАТИ ПРАЦІВНИКАМ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ**

**Каленчук Ю. В., магістрант**

*Науковий керівник: д. е. н., професор Кулик В. А.,  
Полтавський державний аграрний університет*

Трансформаційні процеси, пов'язані з розбудовою ринкової економіки здійснюються для забезпечення гармонійного розвитку особистості та підвищення стандартів життя. Серед таких важливих соціально-економічних явищ як зайнятість, охорона праці, розвиток персоналу, є не менш значиме соціально-економічне явище – виплати працівникам.

Виплати працівникам – одна із найактуальніших проблем, що постають перед топ-менеджментом підприємства. Система виплат працівникам, що використовується на підприємстві повинна відображати різні сторони суспільно-трудова відносин, зокрема, між працівниками та підприємством (заробітна плата), між підприємством та державою (податки та збори із заробітної плати); між працівником та державою (лікарняні, допомога по безробіттю). Виплати працівникам – це основний економічний важіль, який дозволяє підприємству впливати на продуктивність праці працівників, мотивувати їх на більш якісного виконання їх посадових обов'язків [1, 2].

Виплати працівникам – це і загальноекономічна категорія, що ілюструє загальний добробут у країні. Держава регулює розмір мінімальної заробітної плати, мінімальної пенсії, прожиткового мінімуму. Також на державному рівні регламентуються соціальні стандарти. Які підприємство повинно забезпечувати працівникам (щорічні відпустки, лікарняні).

Очевидно, що і для ефективного управління державою, і для дієвих управлінських рішень у межах підприємства, необхідна повна, своєчасна та достовірна інформація про виплати працівникам. Збір, обробку та

представлення інформації керівництву підприємства забезпечує система бухгалтерського обліку. Вибір певного варіанта оптимізації витрат також залежить від оцінки ефективності витрат на персонал. Основними проблемами у вирішенні питання оптимізації витрат є недосконалість системи обліку витрат на персонал (відсутність обліку витрат, що пов'язані з різними етапами процесу управління персоналом), відсутність методів визначення розміру й оцінки витрат на персонал, визначення взаємозв'язку між розміром витрат на персонал і підвищенням економічних результатів діяльності підприємства, забезпечення необхідних способів планування, контролю та регулювання витрат, належна інформаційна підтримка прийняття управлінських рішень.

Для вирішення вищезазначених проблем доцільно використовувати контролінг персоналу, одним із завдань якого є формування ефективної системи управління витратами на персонал, що передбачає:

- єдність використання методів управління витратами на різних рівнях; визначення та впровадження методів оптимізації витрат;
- удосконалення інформаційного забезпечення щодо управління витратами на персонал;
- розробку та моніторинг бюджетів витрат на персонал [3, 4].

Стимулювання праці працівників має здійснюватись з дотриманням таких основних принципів:

- підвищення рівня заробітної плати як основного матеріального стимулу та джерела доходів;
- посилення диференціації в оплаті праці;
- застосування різних форм і систем оплати праці на підприємстві.

Класифікація основних матеріальних стимулів праці має такий вигляд:

- стимули, пов'язані з виконанням посадових обов'язків на мінімальному рівні (посадовий оклад та доплати);
- стимули високопродуктивної творчої праці, наприклад за нові ідеї у сфері виробництва, збуту, менеджменту, удосконалення документообігу тощо (надбавки, доплати, поточне преміювання);

- стимули, що сприяють закріпленню в організації висококваліфікованих працівників (посадовий оклад, доплати, надбавки);
- принагідні стимули (гонорар, гранти, індивідуальні контракти);
- систематичні стимули (посадовий оклад, надбавки, доплати, поточне преміювання) [5].

Зазначені стимули доцільно прописувати у колективному договорі підприємства та положенні про оплату праці та матеріальне заохочення працівників підприємства. Крім того, на кожному підприємстві ці стимули мають враховувати специфіку його діяльності. Доцільно було б розробити прогресивну шкалу визначення розміру авторського гонорару, надбавку за стаж роботи, ввести поняття «ветеран підприємства», тобто особа, яка вклала значний внесок у його розвиток, престиж, економічну стабільність тощо.

#### **Список використаних джерел:**

1. Єрмолаєва М. В., Кулик В. А., Левченко З. М. Таксономія фінансової звітності за міжнародними стандартами. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2021. № 41. С. 81–84.

2. Бержанір І. А. Проблеми та перспективи застосування міжнародних стандартів фінансової звітності в Україні. *Сучасні проблеми обліку, аналізу, аудиту й оподаткування суб'єктів господарської діяльності: теоретичні, практичні та освітнянські аспекти*: Збірник наукових праць за матеріалами III Всеукраїнської науково-практичної конференції (28–29 березня 2019 р.). Ч. 1. Дніпро: НМетАУ, 2019. С. 49–53.

2. Карпенко Є. А., Кулик В. А. Аудит бізнес-ризиків: переваги, недоліки та можливості застосування в Україні. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2019. № 33. С. 156–160.

3. Кулик В. А. Інформаційне забезпечення прийняття управлінських рішень на підприємствах електронного бізнесу. Випереджаючий інноваційний розвиток: теорія, методика, практика: монографія. Суми: Триторія, 2018. 484 с. С. 255–267.

4. Сердюков К. Г., Кулик В. А., Піддубна Л. В. Інтегрована звітність як інструмент корпоративної соціальної відповідальності: складання та оприлюднення в електронному середовищі. Тестування та оцінювання комерційних перспектив товарних інновацій: монографія. Суми : Триторія, 2019. С. 253–259.

## **ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ І ТЕХНОЛОГІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ**

**Килимник Ю. Р., здобувач**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Дем'янишина О. А.,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Сучасні бухгалтерські інформаційні технології поступово змінили звичну структуру управління підприємством. Обчислювальне обладнання значно покращує якість обробки обліково-аналітичної інформації. Інформаційні технології за визначенням ЮНЕСКО – це група взаємопов'язаних наукових, технологічних та інженерних дисциплін, що вивчають ефективну організацію праці, комп'ютерні технології та методи виробництва для людей, зайнятих обробкою та зберіганням інформації, практичне застосування та відповідні соціальні, економічні та культурні питання. Інформаційна система – це сукупність засобів збору, зберігання, передачі, оброблення інформації для досягнення поставленої мети у процесі управління.

Інформаційні технології тісно пов'язані з інформаційними системами, тобто є основним середовищем інформаційних систем. Якщо немає розуміння відповідних інформаційних технологій, використовувати інформаційну систему неможливо.

За сучасних умов функціонування підприємства для реалізації різноманітних систем у більшості випадків використовуються інформаційні технології на основі прийняття комп'ютерних рішень. З появою персональних комп'ютерів інформаційні технології набули нових обертів для розвитку. Вони дозволяють встановлювати швидкі та надійні з'єднання між елементами

системи та допомагають системі працювати швидше та ефективніше. Диверсифікація господарської діяльності привела до появи великої кількості економічних інформаційних систем, які на основі інформаційних систем бухгалтерського обліку обробляють певну частину інформаційного потоку та вирішують актуальні завдання стратегічного та тактичного планування бухгалтерського обліку та управління бізнесу.

За допомогою повторної обробки облікових та управлінських даних, податкового планування та оперативного контролю можна вирішити багато завдань бухгалтерського обліку без додаткових витрат. Тому інформаційні технології стали невід'ємною частиною інформаційних систем в бухгалтерському обліку.

Сьогодні існує велика кількість різноманітних програмних засобів автоматизації: від автоматизації завдань локального обліку до повнофункціональної комп'ютерної системи обліку, що входить до складу корпоративної інформаційної системи. Ринок програмних продуктів комп'ютерних систем бухгалтерського обліку пов'язаний із такими провідними фірмами-розробниками як: «BAS», «ІНТЕЛЛЕКТ-СЕРВІС», «ПАРУС», «ГАЛАКТИКА», «ДІАСОФТ», «COGNITIVE TECHNOLOGIES LTD» та інші.

Найрозповсюдженішим програмним продуктом автоматизації бухгалтерського обліку на українських підприємствах залишається «1С: Бухгалтерія». Успішне використання великою кількістю підприємств систем «1С: Бухгалтерія» свідчить про здатність цих систем забезпечити своєчасність і достовірність облікової інформації для прийняття управлінських рішень підприємствами та установами. Саме ці характеристики систем обліку є найважливішими для отримання непрямого економічного ефекту.

Світова економіка стає економікою, заснованою на інформаційних технологіях. Керівники бізнесу розуміють, що застосування хороших інформаційних систем і технологій дійсно може підвищити ефективність управління бізнесом, і знаходять для цього всі ресурси.

На сучасному етапі суспільного розвитку ринкова економіка є переважно



інформаційною. Поширення автоматизованих інформаційних систем в електронній комерції, оподаткуванні та електронних магазинах вимагає широкого використання засобів ідентифікації особи для користувачів цих систем.

Глобальне поширення розподілених обчислювальних середовищ зробило підприємства вразливими. Через можливість відключення електроенергії та телефонної мережі, віруси, атаки Алеппо, недоліки операційної системи та програмного забезпечення, безпеку інтернет-ресурсів, ризику електронної пошти та веб-сервера, інформаційні технології вважаються найбільш ризиковими з цієї точки зору, тому на підприємстві ведуть паперову документацію. Тому ці ризики необхідно враховувати при плануванні та проектуванні інформаційних систем і технологій компаніями.

Отже, робота сучасних підприємств невіддільна від надійного та ефективного інформаційного забезпечення їх діяльності. Конкурентоспроможність сучасних підприємств безпосередньо залежить від швидкості отримання інформації, якості обробки та аналізу інформації, і на цьому ґрунтується прийняття управлінських рішень. Зв'язок інформаційних технологій з бізнесом стає все тіснішим. Створення сучасної бухгалтерської програми як ключового елемента єдиної інформаційної системи підприємства є необхідною умовою для кожного суб'єкта господарювання.

#### **Список використаних джерел:**

1. Глушаченко А. А. Сучасні інформаційні технології в організації бухгалтерського обліку. URL: [http://sophus.at.ua/publ/2016\\_12\\_14\\_kampodilsk/](http://sophus.at.ua/publ/2016_12_14_kampodilsk/).
2. Писаревська Т. А. Інформаційні системи обліку та аудиту : навч. посіб. Київ, 2005. 369 с.
3. Іхваненков С. В. Інформаційні технології аудиту та внутрішньогосподарського контролю в контексті світової інтеграції. Житомир : ПП «Рута». 2010. URL: [https://www.ivakhnenkovaudit.info/IT\\_in\\_control.pdf](https://www.ivakhnenkovaudit.info/IT_in_control.pdf).

## ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ УПРАВЛІНСЬКОЇ ЗВІТНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

**Ковтун К. О.**, студентка

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Августова О. О.,  
Київський національний торговельно-економічний університет*

У даний час для більшості підприємств проблема вдосконалення внутрішньої (управлінської) звітної інформації набуває все більшого значення. Особливості організації управлінської звітності визначаються особливостями діяльності господарюючого суб'єкта та його організаційної структури. У зв'язку з цим при формуванні системи управлінської звітності важливим аспектом є чітка організація послідовності її формування на підприємстві.

Проблемами вдосконалення системи управлінського обліку, розробкою його теоретичних і методологічних основ займаються вітчизняні вчені – С. Ф. Голов, Л. В. Нападовська, М. С. Пушкар, О. В. Фоміна та інші. Але проблеми пов'язані із розробкою та функціонуванням дієвої системи управлінської звітності на підприємстві є недостатньо вирішеними.

Що ж являє собою управлінська звітність? Управлінська звітність є одним із найбільш складних і важливих елементів системи управлінського обліку, бюджетування в підприємствах, оскільки, з одного боку, дозволяє керівництву підприємства визначити межі своїх можливостей в отриманні необхідних відомостей від центрів відповідальності середньої та нижчої ланок, а також можливостей інформаційної та аналітико-прогностичної служб, а з іншого боку, отримувати конкретні відомості, систематизовані належним чином, у зручній для користувача формі [1].

Професор Л. В. Нападовська зазначає, що важливою умовою створення на підприємстві ефективної системи внутрішньої звітності є детальне вивчення завдань, які вирішують менеджери на різних рівнях управління, та виявлення інформаційних потреб, які залежать від повноважень щодо прийняття конкретних управлінських рішень [2].

Чижевська Л. В. та Куликова Н. Т. наголошують, що для успішної організації адаптивної системи управлінської звітності на підприємстві необхідно передбачити організаційні, методичні та технологічні аспекти на трьох стадіях функціонування такої системи, що передбачатиме процедуру постійного удосконалення системи управлінської звітності. Завданням на організаційній стадії є забезпечення максимальної гнучкості процесу складання управлінської звітності шляхом передбачення максимальної кількості можливих варіантів і способів поєднання показників, побудови форм та способів їх представлення. На цьому етапі обра на облікова політика одержує відповідне оформлення, щоб задовольнити формальні вимоги, які зазначаються в наказі про систему управлінської звітності підприємства. На етапі складання управлінської звітності відбувається функціонування системи управлінської звітності у звичному режимі «запит – відповідь (результат)». На етапі адаптаційних змін забезпечуються постійний розвиток та методологічна рефлексія системи управлінської звітності до мінливих умов внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства, що покликана забезпечити швидку реакцію на їх зміни з наступною перебудовою такої системи [3].

Перелік внутрішніх документів, які слід включити до складу політики управлінського обліку і які представляють систему внутрішньої звітності в управлінському обліку можна розподілити на три групи:

- регламентовані;
- методологічні;
- нормативно-довідкові.

Перша група включає в себе документи, що визначають порядок і правила ведення управлінського обліку, формування та подання звітності зацікавленим користувачам.

До другої групи, методологічних документів, слід включити документи, деталізують порядок ведення управлінського обліку і забезпечення його достовірності.

До третьої групи слід віднести документи, що фіксують довідники і аналітичну інформацію управлінського обліку, структуру і форму управлінської звітності, а також нормативні вимоги до термінів внесення управлінських даних в інформаційну систему.

Представимо короткий зміст найбільш важливих, на нашу думку, внутрішніх документів, впровадження яких дозволить удосконалити систему управлінської звітності, а також дасть можливість удосконалювати організацію управлінського обліку і всю систему бухгалтерського обліку на підприємстві.

Одним з основних документів, що регламентують створення та всю роботу управлінського обліку на підприємстві є «Положення про управлінський облік», яке містить загальний опис роботи системи управлінського обліку. У ньому потрібно вказати: цілі і основні завдання управлінського обліку; принципи і вимоги управлінського обліку; регламент ведення обліку та порядок відображення його даних в обліковій базі і управлінській звітності.

Важливим документом також є «Графік документообігу управлінського обліку», він необхідний для оперативного відображення господарських операцій та своєчасного формування управлінської звітності. В даний документ вносять відомості про документи, вказують відповідальних за їх обробку і формування осіб та терміни виконання цих дій.

Облікова політика управлінського обліку повинна дозволяти підприємству самостійно формувати первинні і звітні форми управлінського обліку, які дозволять приймати оперативні управлінські рішення і сприяти оперативному формуванню підсумкової управлінської та фінансової звітності. Для цього передбачається «Перелік форм управлінського обліку». Даний регламент включає в себе список звітності, затвердженої по підприємству і зразки управлінських звітів, які повинні використовуватися в цілях управління його бізнес-процесів.

Для конкретизації обов'язків працівників на яких покладено завдання ведення управлінського обліку, в рамках затвердженої облікової політики, рекомендується створити окремий внутрішній документ - «Методичні

рекомендації про порядок формування показників управлінської звітності». У цьому документі необхідно відобразити наступні аспекти управлінського обліку: визначення рівнів об'єктів управлінського обліку; опис видів управлінської звітності; принципи формування управлінської звітності; методика формування показників управлінської звітності та взаємоузгодження звітів між окремими структурними підрозділами підприємства.

Важливим розділом Методичних рекомендацій можна назвати розділ, в якому представлена методика формування показників управлінської звітності. Тут деталізуються дані управлінського обліку, які повинні знайти відображення в звітних показниках. Дотримання вимог цього розділу гарантує максимальну коректність і достовірність даних управлінської звітності.

Таким чином, важливо зазначити, що одним із найважливіших елементів узагальнення інформації, необхідної для користувачів, є система управлінської звітності підприємства. При цьому джерелом цієї інформації для складання управлінської звітності є різні складові, що знаходяться за межами системи бухгалтерського обліку, що спричиняє використання розширеної інформаційної бази підприємства та інших додаткових джерел.

#### **Список використаних джерел:**

1. Ужва А. М. Управлінський облік як складова система контролінгу на підприємстві. *Бізнес навігатор*. 2011. № 2. С. 155–158.
2. Нападовська Л. В. Управлінський облік : підручник. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. 648 с.
3. Чижевська Л. В., Куликова Н. Т. Організаційні засади системи управлінської звітності промислового підприємства. *Вісник ОНУ імені І. І. Мечникова*. 2014. Т. 19. Вип. 2/6. С. 125–129.

# ПОДАТКОВИЙ РИЗИК ЗАВИЩЕННЯ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА З МЕТОЮ ЗМЕНШЕННЯ ОБ'ЄКТА ОПОДАТКУВАННЯ ПОДАТКОМ НА ПРИБУТОК

**Колеснікова А. Г.**, *магістрант*  
*Науковий керівник: к. е. н., доцент Амбарчян М. С.,*  
*ДВНЗ «Київський національний економічний*  
*університет імені Вадима Гетьмана»*

Ризики вважаються невід'ємним атрибутом ринкової економіки в кожній сфері діяльності. Особливе місце серед фінансових ризиків відводиться податковим ризикам, поява яких обумовлюється невизначеністю податкової політики підприємства чи ухиленням від сплати податків. Як наслідок, податкові ризики можуть загрожувати як подальшому розвитку бізнесу, так і фінансовій безпеці держави [5, с. 646].

Під ризиком розуміється ймовірність недекларування (неповного декларування) платником податків податкових зобов'язань, невиконання платником податків іншого законодавства, контроль за яким покладено на контролюючі органи [1].

Державна податкова служба України (ДПСУ) податковий ризик розглядає як вірогідну можливість порушення податкового законодавства [5, с. 647].

Для того, щоб надати платникам податків можливість самостійно оцінювати податкові ризики, Міністерство фінансів України затвердило Порядок формування плану-графіка проведення документальних планових перевірок платників податків. У цьому документі визначено критерії ризиків, на підставі яких платник податків потрапляє у план-графік податкової планової перевірки. До плану-графіка включаються платники податків, які за результатами господарської діяльності мають найбільші ризики несплати до бюджету податків та зборів, платежів.

Нормативний акт розподіляє платників податків за ступенем ризиковості на платників з високим, середнім та незначним ризиком [2].

Розглянемо деякі критерії відбору платників податків-юридичних осіб, які впливають на визначення розміру податку на прибуток до сплати:

1) платники податків високого ступеня ризику:

- рівень зростання податку на прибуток нижчий на 50 та більше відсотків за рівень зростання доходів платника податків, що враховуються при визначенні об'єкта оподаткування;
- рівень сплати податку на прибуток нижчий на 50 та більше відсотків за рівень сплати податку за відповідною галуззю;
- інші витрати перевищують 30 % загальних витрат операційної діяльності;
- декларування від'ємного значення фінансового результату від операційної діяльності;
- здійснення операцій з реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) нижче собівартості;
- сума інших операційних витрат, витрат на збут та адміністративних витрат перевищує собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг);
- рівень сплати податку на прибуток знизився на 50 та більше відсотків порівняно з календарним роком, що передував останній документальній плановій перевірці платника податків;

2) платники податків середнього ступеня ризику:

- декларування від'ємного значення об'єкта оподаткування податком на прибуток протягом двох звітних періодів за умови, якщо звітним періодом є календарний квартал, або протягом одного звітного періоду за умови, якщо звітним періодом є календарний рік;

3) платники податків незначного ступеня ризику:

- проведення протягом місяця більше трьох ремонтів одного реєстратора розрахункових операцій, не пов'язаних із плановим технічним обслуговуванням;
- здійснення платником податків коригування звітності шляхом зменшення фінансового результату до оподаткування, визначеного у фінансовій звітності підприємства відповідно до національних положень

(стандартів) бухгалтерського обліку (НП(С)БО) або міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ), на різниці від 10 до 20 % [2, 4].

Практичне значення податкового ризику полягає у тому, що саме його наявність та ступінь є критерієм для включення платника податків до плану-графіка документальних перевірок та визначення періодичності проведення таких перевірок.

Формування витрат при визначенні фінансового результату до оподаткування за звітний податковий період, починаючи з 1 січня 2015 року, здійснюється виходячи з НП(С)БО або МСФЗ.

З 2015 року ані НП(С)БО, ані МСФЗ не містять прив'язки витрат, що враховуються при визначенні фінансового результату, до результатів господарської діяльності.

Справжньою методологічною проблемою для службовців ДПСУ стало визнання витрат, відображених за операціями, що фактично не відбувалися (так званими «нереальними операціями») для цілей податкового обліку з податку на прибуток.

Перерахування коштів з поточного рахунку набуває форми окремої господарської операції, яка створює наслідки у вигляді зменшення активів для цілей бухгалтерського обліку. Тобто, сума грошей, що списана з рахунку, може розглядатися як витрати, не пов'язані з придбанням товарів чи послуг.

Принципом бухгалтерського обліку є превалювання сутності над формою, тобто операції обліковуються відповідно до їх сутності, а не лише виходячи з юридичної форми [3]. Отже, в бухгалтерському обліку має відображатися не лише сам собою факт зменшення активів, а й економічне підґрунтя для цього. Тобто, зменшення активів для цілей бухгалтерського обліку має враховуватися лише в тому разі, коли таке зменшення є наслідком певних фактів, відображених згідно з їх економічною сутністю. Відтак, до витрат мають зараховуватися лише суми, що понесені в межах господарської операції, яка має певний господарський зміст.



Також існує другий підхід до виявлення маніпуляцій з витратами підприємства: якщо факт надходження активу документально не підтвердився під час податкової перевірки, у контролюючого органу виникає підстава розцінити ситуацію як незакритий аванс. В подальшому аванс у разі ненадходження активу, за який його було сплачено, може бути списаний як безнадійна заборгованість.

Другий підхід видається більш обґрунтованим як з позицій бухгалтерського обліку, так і з позицій податкового законодавства. Однак, на практиці, він не використовується контролюючими органами.

Крім того, співробітники ДПСУ можуть виявити наступні ризики в оподаткуванні прибутку:

- неправильне відображення амортизаційних відрахувань і відповідних податкових різниць;
- виправлення показників фінансової звітності без відповідного коригування даних декларації та додатків до неї;
- неправильне перенесення податкових збитків минулих періодів і т. п.

При аналізі фінансової звітності ризиками визнають:

- реалізацію продукції нижче від собівартості;
- завищення адміністративних витрат;
- завищення витрат на збут.

Більшість податкових ризиків безпосередньо впливають на фінансові результати діяльності господарюючого суб'єкта. Так, під час визначення фінансових результатів підприємства спочатку з виручки від реалізації його продукції (робіт, послуг) виключаються непрямі податки (ПДВ, акцизний податок), а пізніше й податок на прибуток, тобто всі згадані податки безпосередньо впливають на кінцевий фінансовий результат (чистий прибуток або збиток). До того ж на фінансові результати діяльності фірми можуть впливати запровадження нових податків, зміна податкових ставок, скасування фіскальних пільг, донарахування податкових платежів разом із накладеними фінансовими санкціями за несвоєчасність і неповноту їх сплати тощо. Саме

тому ефективне управління податковими ризиками дає змогу підприємницькій організації мінімізувати можливі негативні фінансові наслідки [5, с. 647].

Отже, актуальним для України є розвиток системи мінімізації ризиків недотримання платниками податків норм податкового законодавства з метою зменшення об'єкта оподаткування податком на прибуток.

#### **Список використаних джерел:**

1. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. Дата оновлення 01.08.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 15.10.2021).

2. Порядок формування плану-графіка проведення документальних планових перевірок платників податків : Наказ Міністерства фінансів України від 02.06.2015 р. № 524. Дата оновлення 13.11.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 15.10.2021).

3. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV. Дата оновлення 01.07.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 17.10.2021).

4. Про внесення змін до Порядку формування плану-графіка проведення документальних планових перевірок платників податків : Наказ Міністерства фінансів України від 07.09.2020 р. №548. URL: <https://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 15.10.2021).

5. Чудак Л. А. Податкові ризики як загроза економічній безпеці підприємства. *Східна Європа: Економіка, бізнес та управління*. 2019. Вип. 6 (23). С. 645–652.

#### **«Е-ЛІКАРНЯНІ» – НОВИЙ ПРОГРЕСИВНИЙ KEYС ДЛЯ УКРАЇНИ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ**

**Копитько В. А., студентка**

*Наукові керівники: головний бухгалтер ПОГ «Харківське учбово-виробниче підприємство №4 УТОС» Якименко О. Є.,*

*к. е. н., доцент Янковська В. А.,*

*Харківський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»*

31 березня 2021 року Уряд розглянув та схвалив на своєму засіданні постанову Кабінету Міністрів України № 323, в якій було запропоновано

оновити алгоритм видачі листків непрацездатності задля цифровізації послуги «е-лікарняний».

Новий порядок видачі електронних листків непрацездатності регламентується:

– постановою Кабміну від 17.04.2019 р. № 328 «Деякі питання організації ведення Електронного реєстру листків непрацездатності та надання інформації з нього»;

– постановою ВРУ від 03.02.2021 р. № 1192-ІХ «Про заходи щодо запровадження Електронного реєстру листків непрацездатності»;

– наказом МОЗ України від 01.06.2021 р. № 1066 «Деякі питання формування медичних висновків про тимчасову непрацездатність та проведення їхньої перевірки».

Проект реалізується Мінцифрою спільно з МОЗ України, НСЗУ, Мінсоцполітики, Фондом соцстрахування, ПФУ та за підтримки Програми EGAP, що виконується Фондом Східна Європа та фінансується Швейцарією [1].

Початково з червня до кінця серпня 2021 року було встановлено перехідний період запровадження «е-лікарняних». Протягом цього часу громадяни мали можливість отримати як електронний, так і паперовий листок непрацездатності. Проте, враховуючи неготовність медичних закладів до роботи в системі формування та реєстрації «е-лікарняних», перехідний період було подовжено до 1 жовтня 2021 року.

Відповідно до норм чинного законодавства основними етапами оформлення «е-лікарняного» відтепер є:

1) звернення пацієнта до сімейного лікаря, який активує лікарняний та заповнює медичний висновок;

2) медичний висновок підтягується до реєстру електронних листів непрацездатності, там вже автоматично створюється листок непрацездатності;

3) роботодавець бачить листок непрацездатності у власному кабінеті зі статусом «закритий», який з часом змінюється на «готовий до сплати»;

4) роботодавець (відділ кадрів) визначає, скільки днів фактично особа хворіла, та направляє до комісії із соціального страхування на підприємстві «е-лікарняний» – саме цей орган або призначає або відмовляє в наданні матеріального забезпечення;

5) комісія приймає рішення протягом 10 днів та складає протокол про призначення або про відмову в призначенні. Якщо допомога призначена, бухгалтерія має 5 робочих днів для того, щоб надати розрахунок до фонду соціального страхування;

6) застрахована особа може звернутися до свого страхувальника аби дізнатися дату подачі заявки;

7) знаючи дату, можна відстежувати свій листок непрацездатності в телеграм-каналі фонду соціального страхування, де щодня оновлюється інформація [2].

Основними позитивними моментами впровадження електронних лікарняних наразі є: депаперизація; побудова системи ефективного електронного документообігу; економія бюджетних коштів шляхом мінімізації корупційних ризиків видачі необґрунтованих лікарняних; розподіл зон відповідальності медичної та соціальної сторін; спрощення процесу отримання страхових виплат.

Перехід України на «е-лікарняні» – важливий етап депаперизації та доступності надання медичних послуг населенню, а також отриманню страхових виплат [3].

В уряді підраховали, що запуск електронних лікарняних дозволить державі зекономити до 4 мільярдів гривень на рік [4].

Але не дивлячись на явні переваги електронних лікарняних роботодавці стикаються з певними проблемами при роботі з «е-лікарняними», а саме:

– необізнаністю медичного персоналу з порядком роботи у медичній інформаційній системі, що призводить до неможливості формування та реєстрації документа в системі;

– з кожним зверненням пацієнта, у тому числі коли він остаточно не одужав, лікар формує новий медичний висновок про тимчасову непрацездатність із закритою датою. Так, на підприємстві з середньою чисельністю працівників 48 осіб за перші 15 календарних днів жовтня 2021 року вже було сформовано 16 листків непрацездатності (на 7 осіб, що хворіють). А отже, бухгалтерові замість 7 заявок доведеться оформити 16! заявок до ФСС щодо отримання допомоги;

– обов'язковими реквізитами листка непрацездатності як електронного документа є єдиний реєстраційний номер листка непрацездатності, спеціально призначений для таких цілей кваліфікований електронний підпис (електронна печатка), яку побачити не має можливості;

– неможливість завантажити або видрукувати бланк електронного лікарняного з порталу ПФУ, хоча цей документ необхідно використовувати в роботі відділу кадрів, комісії з соцстраху, бухгалтерії для визначення причини відсутності працівника, обчислення суми допомоги по тимчасовій непрацездатності, є підставою до звернення до ФСС;

– як роботодавці мають стежити за закінченням «е-лікарняного» та зрозуміти що він закритий, якщо в ЕРЛН є запис про «е-лікарняний» та наступного дня після закінчення його дії не з'являється новий запис;

– відсутність коду причини непрацездатності в формі «е-лікарняного» (лише словесне описання), натомість такий реквізит є обов'язковим при оформленні заявки-розрахунку до ФСС;

– неузгодженість роботи НСЗУ, МОЗ, ПФУ і Фонду соціального страхування;

– порядок оплати «е-лікарняних» для зовнішніх сумісників законодавчо не врегульований, а саме: оплата «е-лікарняних» таким працівникам ускладнена через відсутність їх в реєстрі роботодавця, де він працює за сумісництвом, що може призвести до штрафних санкцій для страхувальника в майбутньому;

– ускладнюється аналітичний облік виплат допомоги по тимчасовій непрацездатності через затримки таких виплат з боку ФСС (наразі цей період

становить щонайменше 2 місяці з дати подачі заявки), оскільки на кожного працівника припадає 2-6 і більше «е-лікарняних».

На жаль, заручником обставин, як завжди залишається роботодавець-страхувальник.

Отже, роботодавцям, наразі слід чекати відповідних чергових змін від законотворців і роз'яснень від Фонду соцстраху з приводу неврегульованих питань.

### **Список використаних джерел:**

1. Україна повністю перейшла на електронний лікарняний з 1 жовтня: як це працює. URL: <https://moz.gov.ua/article/news/ukraina-povnistju-perejshla-na-elektronnij-likarnjanij-z-1-zhovtnja-jak-se-pracjuje> (дата звернення: 24.10.2021).

2. У лікарнях Запоріжжя, що приймають хворих на COVID-19, розгорнули 420 додаткових ліжок. URL: <https://suspilne.media/170967-u-likarnah-zaporizza-so-prijmaut-hvorih-na-covid-19-rozgornuli-420-dodatkovih-lizok/> (дата звернення: 24.10.2021).

3. МОЗ: Україна переходить на «е-лікарняні». URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/moz-ukrayina-perehodit-na-e-likarnyani> (дата звернення 25.10.2021).

4. МОЗ переносить повний запуск електронних лікарняних на місяць – до 1 жовтня. URL: <https://hromadske.ua/posts/moz-perenosit-povnij-zapusk-elektronnih-likarnyanih-na-misyac-do-1-zhovtnya> (дата звернення: 25.10.2021).

## **ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКОВОЇ СИСТЕМИ НІМЕЧЧИНИ**

**Корабліна А. С., студентка**  
*Науковий керівник: професор Мошковська О. А.,  
Київський національний торговельно-економічний університет*

Невід'ємним елементом облікової політики в будь-якій країні є облікова система. Облік являє собою кількісний вимірник господарських явищ, що становить цілісну систему відображення інформації про господарську діяльність.

Вчені Ф. Ф. Бутинець та Л. Л. Горецька вважають, що в загальному розумінні система бухгалтерського обліку – це «аккумуляція та трансформація множини даних про факти господарського життя, які формують всебічну інформацію про господарсько-фінансову діяльність господарюючого суб'єкта, необхідну для прийняття ефективних економічних рішень певними колами користувачів» [1].

Питаннями вивчення особливостей німецького бухгалтерського обліку займалися такі вчені як Герман Симон, Фрідріх Ляйтнер, Йоганн Шер та інші.

Вчений Йоганн Шер розглядав облік як галузь прикладної математики, а також був одним з основоположників економічного аналізу. Він вважав, що в основі бухгалтерського обліку лежить бухгалтерський баланс [2].

В Німеччині є давні традиції бухгалтерської справи, які є сталими. З одного боку, бухгалтерський облік знаходиться під впливом законодавчої влади, з іншого, в країні є висококваліфіковані спеціалісти, які також мають вплив на облікову систему.

Перед німецьким бухгалтерським обліком ставиться ряд наступних завдань:

- відображення всіх змін вартості майна і заборгованості та встановлення поточного стану цієї вартості;
- точне визначення прибутків і збитків підприємства за результатами господарської діяльності;
- забезпечення калькуляції собівартості виробів шляхом обґрунтування необхідних даних;
- надання відомостей для контролю за господарськими процесами на підприємстві та з метою виявлення наявних резервів;
- створення основи для точного обчислення податкових платежів;
- формування надійної основи для інших розділів виробничого рахівництва (розрахунку витрат, планування, статистики) [3].

Handelsgesetzbuch (HGB) – закон, який регулює основний комерційний кодекс компаній у Німеччині, закон, який містить нормативні акти, що

стосуються складання фінансової звітності, та встановлює керівні принципи бухгалтерського обліку та найкращі практики, був вперше створений 10 травня 1897 р. HGB схожий на загальноновизнані принципи бухгалтерського обліку (GAAP, USA), яких дотримуються в США [4].

Закон про комерційний кодекс Німеччини має певні відмінності з Міжнародними стандартами фінансової звітності. Наприклад, МСФЗ дозволяє переоцінювати справедливу вартість майна, нематеріальних активів, інвестиційної нерухомості, устаткування та винаходів у межах певних галузей промисловості. Німецьке законодавство, як правило, не допускає переоцінок.

У Звіті про прибутки та збитки відсутній Звіт про сукупний дохід відповідно практики німецьких рахунків. Звіт про прибутки та збитки можна оформити за допомогою методів собівартості продажів або методів загальної вартості. Крім того, дохід, отриманий від резервів з дисконтування, повинен бути включений до складу інших відсотків та подібних доходів.

За МСФЗ компанія може прийняти рішення про відображення своїх доходів або витрат як єдиного Звіту про сукупний прибуток або у двох звітах. Окремі звіти можуть відображати складові прибутку або збитку, а також існує інший звіт про інші доходи.

Кількість складових звітності компаній залежать від їх правової форми:

– товариства з обмеженою відповідальністю, за винятком невеликих компаній, повинні оприлюднювати річні звіти та перевіряти їх стороннім аудитором.

– товариства з необмеженою відповідальністю (крім KGaA – це корпорація, яка є гібридом між товариством з обмеженою відповідальністю та акціонерною корпорацією [5]) не зобов'язані оприлюднювати свої рахунки або проводити їх аудит.

– великі та середні підприємства (корпорації та певні товариства) повинні підготувати свою річну фінансову звітність разом із звітом керівництва протягом трьох місяців з кінця фінансового року.



– компанії, які випустили цінні папери як вітчизняні емітенти, також повинні підготувати піврічний фінансовий звіт, що охоплює перші шість місяців фінансового року.

Стандарти, розроблені Німецьким комітетом по стандартам фінансової звітності, регулюють всі питання консолідованої звітності. Як правило, ці стандарти доповнюють і деталізують вимоги HGB.

Комітет розробив наступні нормативні документи щодо консолідованої звітності:

1. Звіт про рух грошових коштів.
2. Сегментна звітність.
3. Придбання дочірніх компаній.
4. Проміжна звітність.
5. Чисті активи і результат діяльності в консолідованій звітності.
6. Розкриття ризиків в звітності.
7. Відображення залежних компаній в консолідованій звітності.
8. Відображення спільних підприємств в консолідованій звітності.
9. Відстрочені податки.
10. Пов'язані сторони.
11. Нематеріальні активи.
12. Перерахунок валюти [6].

Баланс, Звіт про прибуток та збиток, а також пояснювальні записки – це обов'язкові складові фінансової звітності в Німеччині для усіх компаній. Звіт про рух грошових коштів обов'язковий лише для компаній, акції яких котируються на біржі.

Взагалі система бухгалтерського обліку Німеччини орієнтована на дотримання норм законодавства. Усі господарюючі суб'єкти повинні суворо дотримуватися певних загальноприйнятих умов господарювання, які створює держава. Бізнес має тісні зв'язки з банками, які є основними користувачами бухгалтерської звітності і задовольняють фінансові запити компанії.

### Список використаних джерел:

1. Бутинець Ф. Ф., Горецька Л. Л. Бухгалтерський облік у зарубіжних країнах: навч. посіб. Житомир: ПП "Рута", 2003. 544 с.
2. Из истории бухгалтерского дела (Материалы подготовлены в рамках проведения Недели Экономических дисциплин предметно-цикловой комиссии Социально-гуманитарных и экономических дисциплин гаоу спо Бугульминского машиностроительного техникума). URL: <http://psihdocs.ru/iz-istorii-buhgalterskogo-dela-materiali-podgotovleni-v-ramkah.html?page=17>.
3. Фінансова бібліотека. URL: <https://ua.nesrakonk.ru/hgb/>.
4. Федотова Г. А., Цыпленкова И. Г. Бухгалтерский учет в зарубежных странах. 1996. 351 с.
5. Томас Хаусбек Німецька KGaA. Чи є ця правова форма недооцінена? URL: <https://buse.de/en/insights/is-this-legal-form-undervalued-the-german-kgaa/>.
6. Марио Мацидовски Система регулювання учета и отчетности Германии: [Институт проблем предпринимательства]. URL: <https://www.ippnou.ru/print/002512/>.

## АНАЛІЗ СКЛАДУ ТА СТРУКТУРИ НЕОБОРОТНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ АТ «КРИВОРІЖГАЗ»

**Кунак Є. В.**, *магістрантка*  
*Науковий керівник: к. е. н., доцент Неізнана О. В.,*  
*Донецький національний університет економіки і торгівлі*  
*імені Михайла Туган-Барановського*

У сучасних ринкових умовах необхідною умовою реалізації основної мети діяльності підприємства – отримання прибутку на інвестований капітал – є планування відтворення капіталу, яке охоплює стадії інвестування, виробництва, реалізації (обміну) і споживання. Тому формування і використання різних грошових фондів для відшкодування витрат капіталу, його накопичення є проблемами сучасного управління.

Актуальність обраного дослідження зумовлена тим, що основні засоби і довгострокові інвестиції в основні засоби надають багатоплановий і

різнобічний вплив на фінансовий стан та результати діяльності підприємства. Рішення про капіталовкладення життєво важливі, так як вони викликають витрати великих сум грошей і впливають на ведення справи протягом багатьох років.

Значний внесок в розвиток теорії, організації та методики аналізу необоротних активів зробили такі вчені-економісти: М. І. Бондар [1], О. В. Єгорова [2], З. В. Задорожний [3], В. П. Карєв [4], А. М. Кузьмінський [5], Є. В. Мних [6], О. Ю. Омельченко [7] та ін.

Метою дослідження є обґрунтування необхідності системного аналізу необоротних активів підприємств в сучасних умовах господарювання.

Аналіз складу і структури необоротних активів передбачає вивчення співвідношення їх складових, дослідження тенденцій зміни часток цих складових у загальні сумі необоротних активів підприємства. За результатами аналізу доходять висновку щодо орієнтації підприємства на певний напрям розвитку (створення умов для розширення операційної діяльності; інноваційний розвиток; інвестиційно-фінансову стратегію розвитку) чи поєднай окремих напрямів розвитку.

Під час аналізу необоротних активів за даними фінансової звітності необхідно дати оцінку змінам в їх обсязі і структурі, вивчити стан та ефективність використання. При цьому значну увагу приділяють основним засобам, які становлять основу матеріально-технічної бази будь-якого підприємства. У фінансовому аналізі і менеджменті основні засоби розглядають як об'єкт вкладання капіталу, а тому їх називають основним капіталом [6]. Отже, можемо виділити два основні напрями аналізу необоротних активів: аналіз складу і динаміки необоротних активів; аналіз структури необоротних активів.

АТ «Криворіжгаз» – акціонерне товариство, яке займається розподіленням, транспортуванням та постачанням газу у місті Кривий Ріг. Діяльність АТ «Криворіжгаз» спрямована на забезпечення безаварійного та безперебійного розподілу природного газу.

Характеристику про якісні зміни необоротних активів в структурі активів

підприємства АТ «Криворіжгаз» можна отримати за допомогою горизонтального та вертикального аналізу балансу. Горизонтальний аналіз дає змоги порівняти показники необоротних активів за різні періоди.

Джерелом аналізу необоротних активів є Баланс (Звіт про фінансовий стан). При цьому в процесі аналізу Балансу також аналізуються дані аналітичного обліку, в яких інформація є більш розширеною.

На прикладі АТ «Криворіжгаз» проведемо структурно-динамічний аналіз оборотних активів за 2018–2020 роки (табл. 1) [8]. Досліджуючи необоротні активи підприємства, значну увагу варто приділити основним засобам, оскільки їх частка у структурі необоротних активів складає 70–75%, тому прогресивність та технічний стан основних засобів визначають потенційні можливості виробництва, його потужність.

*Таблиця 1*

**Динаміка та структура необоротних активів АТ «Криворіжгаз» за 2018–2020 роки, тис. грн.**

Показники	2018 рік		2019 рік		2020 рік		Відхилення (+;-)	
	сума	%	сума	%	сума	%	2019-2018	2020-2019
Нематеріальні активи	372	0,2	221	0,1	225	0,1	-151	+4
Незавершені капітальні інвестиції	15176	8,9	14209	8,1	10060	5,4	-967	-4149
Основні засоби	154230	90,9	161011	91,8	175822	94,5	+6781	+14811
Довгострокові фінансові інвестиції	1	0,0	1	0,0	1	0,0	-	-
Відстрочені податкові активи	0	0,0	0	0,0	0	0,0	-	-
Всього	169779	100,0	175442	100,0	186108	100,0	+5663	+10666

*Джерело: розроблено автором на основі [8]*

Як уже зазначалося, протягом усього досліджуваного періоду спостерігається постійність обсягів необоротних активів АТ «Криворіжгаз». Так, обсяг основних засобів підприємства у 2017 році збільшився на 11,2%, у 2019 році – на 0,9% і становив 161011 тис. грн. проте нематеріальні активи

підприємства зменшилися у 2018 році на 0,1 в.п., та у 2019 році – на 0,1 в.п., в результаті їх вартість за підсумками періоду становила усього 221 тис. грн.

Станом на 31.12.2019 року первісна вартість основних засобів становила 285040 тис. грн., знос 124029 тис. грн., залишкова вартість 161011 тис. грн. Знос основних засобів складає 43,5%. Станом на 31.12.2020 року первісна вартість основних засобів становила 314717 тис. грн., знос 138895 тис. грн., залишкова вартість 175822 тис. грн.

Таким чином, аналіз необоротних активів – важливий напрям підвищення фінансового стану підприємств. Встановлення оптимального співвідношення необоротних коштів у сфері виробництва та обігу має важливе значення для забезпечення грошовими коштами, виконання виробничої програми, а також є одним з основних чинників підвищення ефективності використання необоротних коштів.

В цілому, аналіз необоротних активів АТ «Криворіжгаз» показав, що менеджменту підприємства для підвищення обсягу виробництва належить зіткнутися з проблемою старіння і вибуття основних засобів. Тому вже зараз необхідно готуватися до модернізації та введення в дію нових об'єктів основних засобів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бондар, М. І. Облік і аудит основних засобів (на матеріалах аграрних підприємств Київської області) [Текст]: автореф. на здобуття ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.04 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит». Київ, 2001. 23 с.
2. Єгорова О. В., Дорогань-Писаренко Л. О., Тютюнник Ю. М. Економічний аналіз : навч. посіб. Полтава : РВВД ПДАА, 2018. 290 с.
3. Задорожний, З. Проблемні питання обліку руху матеріальних необоротних активів. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2009. № 10. С. 12–16.
4. Карев, В. П. Облік, контроль і аналіз основних засобів [Текст]: автореф. на здобуття ступеню канд. економ. наук: спец. 08.06.04 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит». Київ, 2006. 18 с.

5. Кузьмінський, А.М. Облік і контроль основних і оборотних фондів у промисловості. Київ : Техніка, 1972. 96 с.

6. Мних, Є.В. Економічний аналіз діяльності підприємства: підручник. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. 514 с.

7. Омельченко, О.Ю. Облік основних засобів і операцій по їх оподаткуванню [Текст]: автореф. на здобуття наук. ступеню канд. економ. наук: спец. 08.06.04 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит. Київ, 2006. 23 с.

8. ПАТ «Криворіжгаз»: Офіційний сайт. URL: <https://kr.104.ua/ua/informacija-pro-kompaniju>.

## **ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ ПОДАТКОВОГО ТА БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ПОДАТКУ НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ**

**Кучеренко О. С., здобувач**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Дем'янишина О. А.,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

В Україні стабільним джерелом формування доходів державного бюджету є непрямі податки. У нашій країні використовують три види непрямих податків, таких як: акцизний збір, мито та податок на додану вартість. Основним з них є податок на додану вартість, тому що він сплачується на всіх етапах руху товарів, робіт чи послуг.

З цим податком постійно виникають нові проблеми. Наприклад. Декілька років тому, Державна Фіскальна Служба запропонувала звільнити сільськогосподарських виробників від сплати ПДВ. Але ця пропозиція викликала лише критику та незадоволення у сільськогосподарських виробників, тому що це призвело б до того, що виробники втратили можливість відшкодування негативного ПДВ (при ставці 0%).

Потрібну інформацію для нарахування та сплати ПДВ надає бухгалтерський облік. Питання бухгалтерського обліку висвітлили у своїх працях такі вітчизняні вчені: Ф. Бутинець, Т. Пасько, Н. Ткаченко, П. Хомик та

ін, а податкового обліку висвітлили такі науковці: М. Кучерявенко, Г. Беха, Ю. Іванов, О. Бандурко, Ф. Бутинець.

Методика бухгалтерського обліку ПДВ та відображення інформації про нього у фінансовій та податковій звітності регулюється Податковим кодексом України [1], різними наказами, постановами МФУ та наказами Державної податкової адміністрації.

Організація обліку передбачає точне, повне та своєчасне відображення даних на рахунках бухгалтерського обліку. Для відображення інформації в бухгалтерському облікує дані беруть з первинного обліку. А відображенням податкового кредиту чи податкового зобов'язання з ПДВ є правильно і точно оформлена податкова накладна, яка є розрахунковим та звітним податковим документом.

Різниця сутності, мети та ведення бухгалтерського та податкового обліку полягає в [2, 3, 4]:

1. Завдання бухгалтерського обліку полягає в наданні інформації про підприємство зовнішнім та внутрішнім користувачам. Бухгалтерський облік відображає процес діяльності так, що не реалізується фіскальна функція держави. Тому було запроваджено ведення податкового обліку та визначення розміру зобов'язань по податках до бюджету. Мета ведення податкового обліку полягає у формуванні даних, які будуть відповідати потребам податкових органів при перевірці підприємств.

2. Основними функціями бухгалтерського обліку є: контрольна, аналітична, інформаційна та ін. Щодо податкового обліку, то він передбачає лише правила ведення і відповідно функція захисту інтересів держави при здійсненні комерційної діяльності суб'єктами господарювання.

3. При обчисленні бухгалтерського прибутку формується реальна картина фінансового стану підприємства. А при визначені прибутку за податковим законодавством платник не отримує точну інформацію про результати господарської діяльності (доходів, витрат, результатів).

Головною відмінністю бухгалтерського та податкового обліку ПДВ є дата визначення податкового кредиту чи податкового зобов'язання.

ПДВ за бухгалтерським обліком розраховується шляхом зменшення доходів на таку ж суму понесених витрат протягом податкового періоду. Метою ведення бухгалтерського обліку є отримання інформації про фінансовий стан установи та її результатів. А правила ведення податкового обліку викривляють реальні дані про діяльність установи відповідно до вимог системи оподаткування, внаслідок зміни отриманого прибутку на суму тимчасових та постійних різниць. Тому результат буде з різними значеннями у бухгалтерському та податковому обліку.

Аналізуючи ПКУ можна побачити, те що момент відображення даних показників цілей податкового обліку не збігається з моментом підтвердження доходів і витрат в бухгалтерському обліку, також він має ряд недоліків у організації обліку податкових зобов'язань та податкового кредиту ПДВ. [4, 5]

Схема податкового обліку задається у договорі з контрагентом.

Відповідно до чинного законодавства можна використовувати дві методики відстеження моментів нарахування податкових зобов'язань та кредиту [6]:

- розрахунок в момент проведення господарської операції.
- складний податковий облік.

Методика обліку моменту нарахування податкових зобов'язань та кредиту зазначається для кожного договору з контрагентом. Якщо у формі договору прапорець Складний облік ПДВ не встановлено – використовується розрахунок в момент проведення господарської операції.

За методикою складного податкового обліку, незалежно від вибраного в договорі взаєморозрахунків моменту визначення податкової бази протягом податкового періоду облік ПДВ відповідає способу по відвантаженню. Такий підхід дозволяє вести облік ПДВ незалежно від послідовності поточних взаєморозрахунків з контрагентами. Проте у випадках, коли у договорах взаєморозрахунків вказано інші способи визначення бази оподаткування,



користувачеві надається сервіс з оформлення податкових документів на підставі оплат [6].

У кінці облікового періоду регламентним документом є Реєстрація авансів у податковому обліку і в облік ПДВ вносяться коригування, що дозволяють привести облік у відповідність з вибраним у договорі методом нарахування ПДВ.

Отже, ведення обліку ПДВ, як у бухгалтерському, так і податковому обліку є дуже складним процесом, який має велику кількість проблем та потребують затвердження єдиного підходу.

Також, із проведеного дослідження можна зробити висновок, що бухгалтерський облік дає повну, достовірну інформацію про діяльність установи, а податковий базується лише на потребах фіскальної функції, та потребах податкових органів при перевірці діяльності суб'єкта господарювання.

#### **Список використаних джерел:**

1. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua>.

2. Гармонізація податкового та бухгалтерського обліку в контексті оподаткування прибутку підприємств в Україні: монографія / [Огороднікова І. І., Серебрянський Д. М., Смірнова О. М., Стадник М. В. Турянський Ю. І.; за заг. ред. Д. М. Серебрянського. К.: Алерта, 2013. 366 с.

3. Бухгалтерський облік ПДВ. URL : <https://uteka.ua/ua/publication/news-14-ezhednevnyj-buxgalterskij-obzor-39-buxgalterskij-uchet-nds-na-chto-obratit-vnimanie>.

4. Дем'яненко М. Я. Щодо уніфікації бухгалтерського і податкового обліку. *Реформування обліку, звітності та аудиту в системі АПК України: стан та перспективи*. Частина I. / За ред. П.Т. Саблука, М.Я. Дем'яненка, В.М. Жука. К.: Інститут аграрної економіки, 2003. С. 9 – 10.

5. Дем'янишина О. А. Податкове регулювання діяльності суб'єктів малого підприємництва. *Фінансово-кредитний механізм розвитку економіки та*

*соціальної сфери*: матеріали II міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (24-25 жовт. 2019 р.), м. Кропивницький / М-во освіти і науки України, Центральноукраїн. нац. техн. ун-т, ф-т обліку та фінансів; [редкол.: О.М. Левченко, Н.С. Шалімова, А.В. Базилюк та ін.]. Кропивницький : Ексклюзив-Систем, 2019. С. 50 – 52.

б. Принципи обліку податку на додану вартість.  
URL:<https://its.1c.ua/db/basaccua#content:48:hdoc>.

## **ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА**

**Кушнір О. С., студент**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Савків У. С.,*

*Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника*

Ключовим завданням бухгалтерського обліку й фінансової звітності виступає забезпечення користувачів достовірною, правдивою й своєчасною інформацією, яка стосується фінансового стану та результатів діяльності суб'єкта господарювання. Важливим компонентом раціональної організації бухгалтерського обліку на підприємствах виступає облікова політика, при розробці якої необхідно враховувати зовнішні і внутрішні чинники, а також специфіку господарської діяльності підприємства. Тому можна розглядати облікову політику як віддзеркалення фінансово-господарської діяльності підприємств.

Питання сутності облікової політики розглядаються багатьма видатними українськими вченими. Т. В. Барановська розглядає облікову політику як методологію, обрану підприємством з урахуванням встановлених норм та особливостей [1]. Н. А. Бортнік тлумачить облікову політику як спосіб ведення облікового процесу [2]. Т. Дроздова визначає облікову політику не просто як сукупність способів ведення обліку, обраних відповідно до умов господарювання, а й як вибір методики обліку, яка дає змогу використовувати ряд варіантів для відображення фактів господарської діяльності [3]. Н. О. Лоханова під обліковою політикою підприємства розуміє сукупність специфічних методів, способів організації та форм ведення бухгалтерського

обліку, які прийняті на підприємстві, виходячи із особливостей його роботи та загальних правил [4]. І. М. Сисоєва вважає, що обліковою політикою суб'єктів господарювання слід розуміти сукупність правил, методів та процедур, що використовуються підприємством для здійснення поточного бухгалтерського обліку та формування фінансової звітності [5].

Облікова політика суб'єкта господарювання є ключовим кроком у побудові систем обліку на підприємствах та інструментом впливу на певні параметри бухгалтерського обліку, оптимізації об'єктів бухгалтерського обліку та, у разі необхідності, відстоювання інтересів підприємства в суді [6, с. 275].

Наказ (положення) про облікову політику є визначальним документом, який розкриває моделі обліку, що використовуються при представленні господарських операцій (первинне спостереження, оцінка вартості, поточне групування та остаточне узагальнення прикладів підприємницької діяльності). Він є частиною порядку нормативного регулювання бухгалтерського обліку та створений відповідно до чинних нормативних актів у сфері фінансової звітності та бухгалтерського обліку. Облікова політика висвітлює не тільки організацію та методологію ведення бухгалтерського обліку, а й затверджує заходи, пов'язані з оптимізацією господарської діяльності [1, с. 90].

Облікова політика надає змогу користувачам в інформуванні:

- встановити порядок та способи отримання звітної інформації;
- розглянути показники звітності у динаміці;
- своєчасно отримувати дані про суттєві зміни у діяльності підприємства.

У ході формування облікової політики однією із задач виступає виокремлення чинників, які діють на порядок управління підприємством. Систематизація виділених чинників дозволить сформулювати методику формування облікової політики [4, с. 13].

Формування облікової політики формується виходячи з інтересів різних користувачів облікової інформації та під впливом факторів внутрішнього та зовнішнього середовища.

Основні фактори, які здійснюють вплив на формування облікової політики:

- галузева приналежність;
- форма власності;
- організаційна структура управління;
- виробнича структура;
- технологічні особливості процесу виробництва;
- масштаби діяльності підприємства;
- система інформаційного забезпечення підприємства;
- стратегія фінансово-господарського розвитку;
- рівень економічної ініціативності та підприємливості керівників тощо

[2, с. 259].

Постійна зміна економічного середовища, в якому функціонує підприємство, призводить до переходу внутрішніх факторів до категорії зовнішніх, і навпаки. При формуванні облікової політики потрібно врахувати усі фактори, що можуть вплинути на неї. Найефективніше це застосувати системний підхід до вивчення зовнішніх та внутрішніх факторів. Фактори, що впливають на облікову політику, не є сталими. В динамічній економічній системі одні фактори виникають, а інші зникають. Основні положення облікової політики змінюються під впливом зовнішнього середовища, розвитку науки, техніки, практики та законодавчої бази.

Наведений перелік та класифікація факторів, які чинять вплив на формуванні облікової політики, не є повним переліком, але забезпечує можливість розгадати системність їхнього впливу.

Таким чином, системний підхід до вивчення факторів, що впливають на формування облікової політики дає змогу сформуванню облікової політики, що відповідатиме цілям управління господарськими процесами та стратегії розвитку виробничої системи підприємства. Найважливішою особливістю облікової політики відзначаємо її здатність пристосовуватись до змін зовнішнього та внутрішнього середовища.

### Список використаних джерел:

1. Барановська Т. В. Використання облікової політики при здійсненні внутрішнього контролю. *Вісник технологічного університету Поділля. Економічні науки*. Ч II, Т.1. 2018. № 5. С. 89–94.
2. Бортнік Н. А. Основні засоби: сутність, визнання, оцінка та облікова політика. *Економіка та підприємництво*. 2017. №4. С. 258–261.
3. Дроздова Т. Облікова політика підприємства: структура, формування, зміни. *Все про бухгалтерський облік*. 2014. № 11(922). С. 41–43.
4. Лоханова Н. О. Облікова політика як інструмент управління економічною безпекою компанії. *Інвестиції: практика та досвід*. 2014. № 11. С. 12–16.
5. Сисоєва І. М. Прогнозування прибутку підприємства в залежності від методів облікової політики. *Економіка та держава. Серія Економічна наука*. 2010. № 10. С. 93–94.
6. Ткаченко Н. М. Бухгалтерський фінансовий облік, оподаткування і звітність : підруч. Київ : Алерта, 2016. 1080 с.

### ОБЛІКОВА ІНФОРМАЦІЯ В УПРАВЛІННІ ПОДАТКОВИМИ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВА

**Лега О. В.**, к. е. н., доцент,  
**Яловега Л. В.**, к. е. н., доцент,  
**Прийдак Т. Б.**, к. е. н., доцент,  
*Полтавський державний аграрний університет*

Управління податковими ризиками – це діяльність в рамках управління підприємством, спрямована на їх мінімізацію, а також усунення податкових помилок всередині підприємства, що сприяє оптимізації податкового навантаження та за рахунок зниження загальних витрат, зміцненню конкурентоспроможних позицій та підвищенню ефективності діяльності підприємства. Процес управління податковими ризиками може бути реалізований в наступній послідовності (рис. 1).

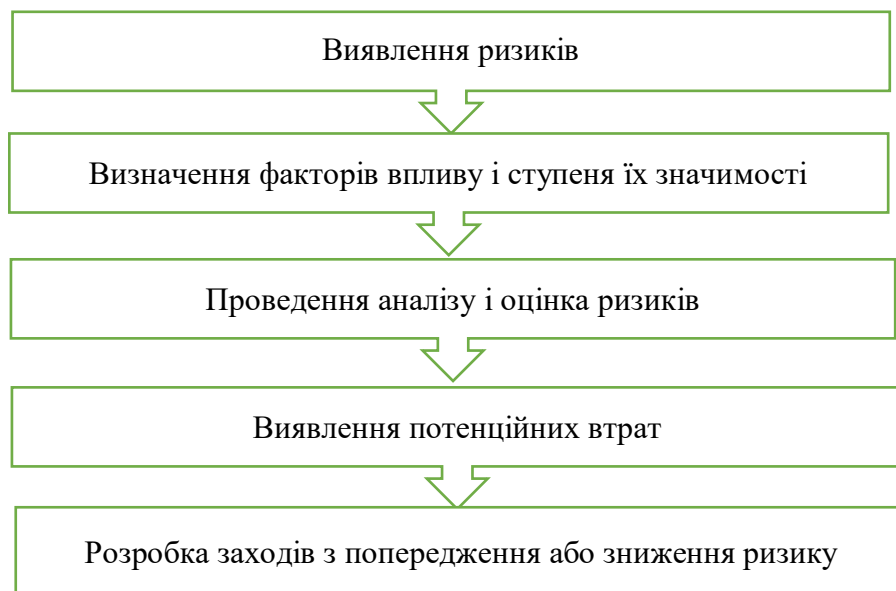


Рис. 1. Процес управління податковими ризиками\*

\* узагальнено авторами на підставі [1]

Зміни у трендах в оподаткуванні, поведінка платників податків, підвищення податкової культури та стрімке впровадження плану BEPS зумовило впровадження нових та сучасних методів ідентифікації податкових ризиків. Наприклад,

1. Податковий Due Diligence - аналіз фінансово-господарської діяльності підприємства за три останні роки з метою визначення реального фінансового стану фірми на поточний момент та встановлення потенційних податкових ризиків. Метою процедури є отримання найбільш повної об'єктивної інформації про податкове навантаження, податкові ризики, які можуть чинити істотний вплив на оцінку стану і привабливості об'єкта [2].

2. Податковий комплаєнс – один із основних елементів системи корпоративного податкового контролю. Мета процедури – ідентифікація та оцінка податкових ризиків з метою їх мінімізації [3].

3. Податковий ризик-менеджмент - вибір оптимальної форми ведення бізнесу і системи оподаткування, попередню оцінку податкових наслідків кожного управлінського рішення і оформлення господарської операції, визначення допустимого рівня ризику, а також вибір найбільш підходящої стратегії мінімізації встановленого ризику [4].

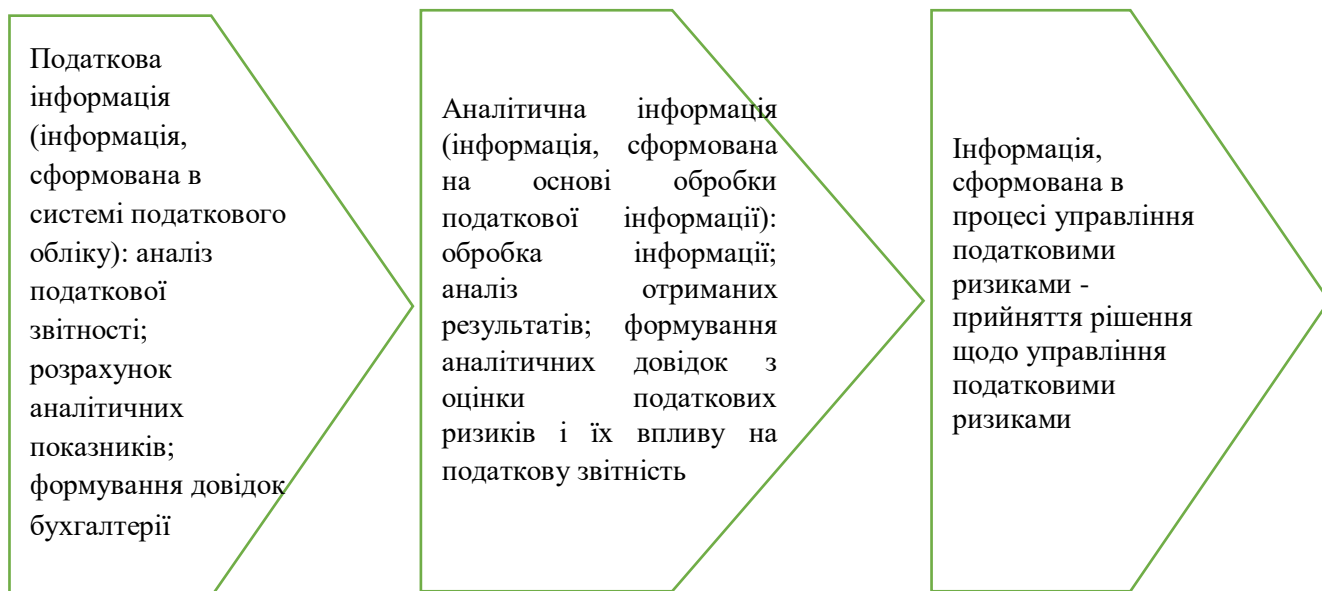


Рис. 2. Рух інформації між системою податкового обліку і системою управління податковими ризиками

*\* сформовано авторами на підставі [1]*

Ідентифікація або виявлення ризику відбувається за допомогою інформації, що формується в системі бухгалтерського обліку та економічного аналізу. Якість обліково-аналітичної інформації про ризики залежить від джерела її отримання (внутрішнього або зовнішнього), а також від форми її подання (візуальна, документальна, усна): 1) інформація, отримана із зовнішніх джерел (від третіх осіб); 2) інформація, отримана з внутрішніх джерел; 3) інформація є більш переконливою, якщо вона отримана з різних джерел, які при цьому не суперечать одне одному; 4) податкова інформація, сформована безпосередньо бухгалтером з обліку податкових розрахунків; 5) аналітична інформація, сформована безпосередньо ризик-менеджером, є більш релевантною, ніж отримана від бухгалтера інформація; 6) задокументована інформація (у вигляді документів, реєстрів, звітів) є більш зручною у використанні, ніж візуальна або усна інформація [1].

Отже, охарактеризуємо інформаційні джерела при проведенні та аналізі податкових ризиків в розрізі основних складових:

1. Діагностика організації податкового обліку на підприємстві. Інформаційна база податкового обліку має трьохрівневу структуру: первинні

документи, які фіксують господарські операції, реєстри обліку – накопичують та узагальнюють інформацію первинних документів; податкова звітність, яка формується на підставі реєстрів обліку, а іноді і первинних документів.

2. Аналіз облікової податкової політики. Інформаційною базою є Наказ про облікову політику підприємства, що повинен містити інформацію про організація податкового обліку на підприємстві, систему оподаткування, рахунки обліку, перелік документів, які використовуються для ведення бухгалтерського та податкового обліку, графік документообороту, методику ведення аналітичного податкового облік, механізм визначення нарахування зобов'язань до бюджету. Використання зазначеної інформації дозволить перевіряючому визначити, наскільки проводиться облік відповідає чинним нормам податкового законодавства. Якщо облік проводився за нормами, що втратив силу, то ці операції автоматично визнаються ризикованими.

3. Оцінка взаємодії з контролюючими органами: листування платників податків та контролюючих органів в електронному кабінеті; організація електронного документообігу між платником податків та контролюючим органом; звірки про відсутність заборгованості по податках.

4. Аналіз первинної та договірної документації компанії на відповідність її вимогам податкового законодавства. Зокрема, правова і податкова експертиза існуючої системи господарських взаємовідносин; аналіз первинної та договірної документації підприємства.

5. Аналіз податкових аспектів у діяльності компанії з резидентами і нерезидентами. Наприклад, аналіз договорів та складання первинної документації (акти здачі-приймання виконаних робіт, надання послуг, видаткові накладні, банківські виписки по розрахунковому рахунку, платіжні доручення і т.д.).

6. Аналіз правильності нарахування податків і зборів, правильності податкових розрахунків та їх відповідність нормам чинного податкового законодавства.

7. Перевірка правильності складання та подання податкової звітності.



Останні п. 4–7 здійснюють на підставі трьох видів податкової інформації: довідкова – документи, що містять довідкові відомості, які деталізують дані для обчислення податків, що розшифровують або обґрунтовують податкові розрахунки; облікова – документи, що є зведеними формами обліку. Первинні документи бухгалтерського обліку, накопичуючись і систематизуючись у податковому обліку, підлягають узагальненню за певний період. Після цього в згрупованому вигляді документи визначають суму нарахованих податків, що підлягають внесенню в бюджети; звітно-декларативна – документи, у яких фіксуються податкові розрахунки й суми податків. За кожним податком існує єдиний розрахунковий документ, що подається платником податків у орган фінансової служби у встановлений законодавством строк [5].

Крім того, при аналізі податкових ризиків, практики пропонують розробку та складання спеціальних документів. Зокрема: «Карта ризику», «Матриця ризику», «Ранжування ризиків за ймовірністю», «Ранжування ризиків за наслідками» тощо.

Впровадження аналітичної служби, яка оцінюватиме податкові ризики, доцільно лише тоді, коли результат її діяльності перевищуватиме витрати на його створення та функціонування. На нашу думку, для малих та середніх підприємств основні напрямки роботи з управління податковими ризиками можуть бути пов'язані з: самостійною оцінкою ризиків фахівцями з обліку та оподаткування з складанням розроблених документів, наприклад «Карта податкових ризиків»; організацією внутрішньогосподарського контролю за розрахунками з бюджетом за податковими платежами; реєстрацією та використанням переваг електронного кабінету платника податків, який надає суб'єктам господарювання можливість працювати з органами податкової служби дистанційно у режимі реального часу.

#### **Список використаних джерел:**

1. Лаговська О.А., Легенчук С.Ф., Кузь В.І., Кучер С.В. Бухгалтерський облік в управлінні підприємством: навч. посіб. Житомир : ЖДТУ, 2017. 416 с.
2. Податковий, фінансовий та юридичний Due Diligence.

<https://finexpertiza.ru/service/consulting/due-diligence/> (дата звернення: 14.10.2021).

3. Жукова О. What is COMPLIANCE, або Як оцінювати податковий ризик? URL: <http://www.visnuk.com.ua/ru/publication/100013546-what-is-compliance-abo-yak-otsinyuvati-podatkoviy-rizik%20> (дата звернення: 14.10.2021).

4. Соловйова Т. Як бізнесу ефективно управляти податковими ризиками. URL: <https://juscutum.com/ru-tatyana-soloveva-kak-biznesu-yeffek/> (дата звернення: 14.10.2021).

5. Лега О. В., Яловега Л. В., Прийдак Т. Б. Сучасні методи зниження податкових ризиків платників податків. *Модернізація економіки: сучасні реалії, прогнози сценарії та перспективи розвитку*: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. Херсон, 2021. С. 136–140. URL: [http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/bitstream/123456789/10896/1/Збірник\\_тез\\_ХНТУ\\_2021%20%281%29.pdf](http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/bitstream/123456789/10896/1/Збірник_тез_ХНТУ_2021%20%281%29.pdf) (дата звернення: 14.10.2021).

## **ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ТА АНАЛІЗУ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНИХ ОПЕРАЦІЙ**

**Лиса Д. В.**, здобувач

**Повх Є. С.**, здобувач

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Дем'янишина О. А.,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Становлення та розвиток системи управління ринком України потребує принципово запровадження нових методів організації управління зовнішньоекономічною діяльністю організацій усіх рівнів. Зовнішньоекономічна діяльність є однією з основних форм економічних зв'язків України з зарубіжними країнами. Країни задовольняють зростаючі потреби окремих осіб і галузей шляхом взаємного обміну та співпраці з виробництва, досліджень, навколишнього середовища та інших глобальних проблем, які вимагають об'єднання коштів, технологій, досвіду та інших ресурсів. Конституція, Декларація про державний суверенітет України визначають, що однією з основ реалізації Україною свого національного

суверенітету є незалежність її зовнішньоекономічних зв'язків [1].

Сьогодні одним із найважливіших завдань сприяння реформуванню економічного ринку України є створення ефективної системи бухгалтерського обліку. Особливо це стосується обліку зовнішньоекономічних операцій, які реалізуються в середовищі, що є загально визнаним і зазвичай єдиним у міжнародних правилах і звичаях. Нестабільна політико-економічна ситуація, несприятливі умови на світовому ринку, втрачені традиційні імпортно-експортні можливості, нестача кредитних ресурсів, системна проблема зовнішньоекономічної діяльності, скорочення внутрішнього експорту, втрата деяких ринків. Як невід'ємна частина зовнішньої торгівлі імпортно-експортний бізнес є найважливішим джерелом національного прибутку. Експортні товари, роботи, послуги та результати інтелектуальної діяльності, у тому числі виключні права на них, вивозяться з іноземних митних територій без обов'язку реімпорту [4].

Експортна операція – це діяльність, спрямована на продаж і вивезення товарів за кордон з метою переходу у власність іноземних контрагентів. Для продавця не має значення, як покупець розпорядиться продуктом – нехай його переробляють, продають на внутрішньому ринку чи перепродають в країну. Для продавця та його країни це все одно буде експортною операцією. Імпорт (імпорт товарів) – українські суб'єкти закупають (у тому числі з оплатою в негрошовій формі) товари у іноземних суб'єктів господарської діяльності, незалежно від того, чи ввозяться вони в Україну, у тому числі закупають для власного споживання українські установи та організації, що знаходяться за їх межами. Зовнішньоекономічна діяльність визначається як діяльність українських суб'єктів господарювання та іноземних суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, виходячи з взаємозв'язку між ними, і здійснюється як в Україні, так і за її межами.

Значна частина вітчизняних компаній займається імпортною бізнес-діяльністю, пов'язаною з купівлею та імпортом іноземних акцій для подальшої реалізації на внутрішньому ринку або для виробничо-господарської діяльності.

Імпорт (імпорт товарів) - українські суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності закупають (у тому числі за негрошовими розрахунками) товари у іноземних суб'єктів господарської діяльності, незалежно від того, чи ввозяться ці товари в Україну, у тому числі закупають товари для власного споживання Україною, що знаходиться за її межами. Установи та організації [3].

Основним органом зовнішньоекономічної діяльності можуть бути фізичні та юридичні особи, які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність з метою отримання прибутку та встановлення міжнародних економічних відносин. Діяльність суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності регулюється Законом України від 16.04.1991р. «Про зовнішньоекономічну діяльність» [1]. Відповідно до цього закону, зовнішньоекономічна діяльність визначається як діяльність українських суб'єктів господарювання та іноземних суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності на основі взаємовідносин між ними та здійснюється як в Україні, так і за її межами.

Облік імпортних та експортних товарів здійснюється за таких умов: облік партій; прийнята в міжнародному розрахунку товарна номенклатура; місця зберігання товарів; основні відповідальні особи. Відображення експортних операцій у системі бухгалтерського обліку також потребує достовірної оцінки. Зазвичай складність оцінки експортних операцій полягає в тому, що ці операції номіновані в іноземних валютах, їх потрібно конвертувати у валюту звітності, а також поява курсових різниць, що дещо ускладнює життя бухгалтерів. Для визначення курсу, за яким відображається операція використовується валюта звітності відповідно до П(С)БО 21 «Вплив змін валютних курсів» або МСБО 21 «Вплив зміни валютних курсів» залежно від обраної підприємством облікової політики.

Згідно з П(С)БО 21, операції в іноземній валюті відображаються [2]:

– сума авансу (попередньої оплати) в іноземній валюті, надана іншим особам у рахунок платежів для придбання немонетарних активів (запасів, основних засобів, нематеріальних активів тощо) і отримання робіт і послуг, при включенні до вартості цих активів (робіт, послуг) перераховується у валюту

звітності із застосуванням валютного курсу на початок дня дати сплати авансу. У разі здійснення авансових платежів в іноземній валюті постачальникові частинами та одержання частинами від постачальника немонетарних активів (робіт, послуг) вартість одержаних активів (робіт, послуг) визнається за сумою авансових платежів із застосуванням валютних курсів, виходячи з послідовності здійснення авансових платежів;

– під час первісного визнання відображаються у валюті звітності шляхом перерахунку суми в іноземній валюті із застосуванням валютного курсу на початок дня, дати здійснення операції (дати визнання активів, зобов'язань, власного капіталу, доходів і витрат) [5].

Основними факторами міжнародних економічних відносин України у галузях матеріального виробництва є встановлення прямих контактів між спорідненими підприємствами, створення спільних підприємств, міжнародних господарських об'єднань, комерційних банків, центрів для підготовки спеціалістів, розвиток форм технічного сприяння при будівництві господарських об'єктів. Ці напрями забезпечать участь України в міжнародному поділі праці, зокрема у поглибленні процесів предметної, подетальної, агрегатної, технологічної, міждержавної спеціалізації та кооперування виробництва.

Питання визначення місця постачання послуг регулюється ст. 186 Податкового кодексу України. Так місцем постачання послуг, зазначених у п. 186.2 ПКУ, буде місце їх фактичного надання, крім послуг, пов'язаних із нерухомим майном, місцем надання яких вважається фактичне місцезнаходження такого майна. А місцем постачання послуг, зазначених у п. 186.3 ПКУ, буде місце, в якому отримувач послуг зареєстрований як суб'єкт господарювання, або – у разі відсутності такого місця – місце постійного чи переважного його проживання (крім надання в оренду (лізинг) транспортних засобів та банківських сейфів). У всіх інших випадках місцем постачання послуг буде місце реєстрації постачальника послуг згідно з п. 186.4 ПКУ [6].

Отже, провівши дослідження можна сказати, що облік

зовнішньоекономічних операцій завжди відрізнявся як особливостями, так і складнощами, порівняно з операціями в межах України. Тому специфіка даних операцій вплинула і на податковий облік. Однак знання бухгалтером необхідних нормативних актів та інструкцій дозволить йому без помилок відображати дані операції в бухгалтерському обліку та звітності.

#### **Список використаних джерел:**

1. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 16.04.1991р., № 960 / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12>.

2. Бухгалтерський облік 21 «Вплив змін валютних курсів» : положення (стандарт) від 10.08.2000 р., № 193 / Міністерство фінансів України. URL: <https://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z0515-00>.

3. Карпенко Н.Г. Особливості обліку експорту товарів. *Бухгалтерський облік, аналіз та аудит. Мукачівський державний університет*. 2017. № 9. С. 1134 – 1138.

4. Міжнародний маркетинг URL: <https://pidruchniki.com/1494080752342/marketing/>.

5. Жиглей І.В., Осіпчук Д.С. Експорт товарів і послуг: спільні та відмінні риси обліку й оподаткування. *Економіка, управління та адміністрування*. 2019. № 4 (90). URL: <http://eztuir.ztu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/7647/1/21.pdf>.

6. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р., № 2755-VI. URL: <http://sfs.gov.ua/nk/>.

## **ОСОБЛИВОСТІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ**

**Мазуренко Н. В., студентка**  
*Науковий керівник: к. е. н., доцент Августова О. О.,  
Київський національний торговельно-економічний університет*

В даний час більшість підприємств займається продажем виробленої продукції. Розвиток будь-якого виробництва не представляється можливим без реалізації створених ним товарів. Реалізація здійснюється в сфері обігу.

Найважливішим її видом є торгівля, яка охоплює процес руху товару від виробника до його кінцевого споживача. З позиції бухгалтерського обліку даний процес являє собою певний цикл облікових операцій господарської діяльності торгового підприємства.

Відтак, ведення бухгалтерського обліку в торгівлі має бути строго регламентовано, тобто підпорядковане певним правилам. Відступ від них тягне за собою серйозні помилки в бухгалтерській звітності при обчисленні фінансових результатів діяльності організації, а також є приводом для зловживань з боку матеріально-відповідальних осіб і т. д.

Вагомий внесок у розвиток теорії, методології та організації обліку товарних операцій в підприємствах торгівлі внесли такі вітчизняні вчені, як, зокрема, З. Л. Бандура, В. І. Бачинський, О. М. Брадул, Т. А. Бутинець, Ю. А. Верига, Н. Н. Грабова, В. Г. Горелкін, В. В. Євдокимов, а також такі представники зарубіжної наукової школи, як, зокрема, Х. Андерсон, С. І. Волков, Д. Колдуелл, Н. С. Макарова, Б. Нідлз.

Щодня в діяльності підприємств торгівлі відбувається безліч господарських процесів, пов'язаних з обігом товарів: зберігання, придбання, транспортування до місця продажу, приймання, навантаження і розвантаження, продаж, доставка покупцям, уцінка, списання та ін [1]. Основними цілями бухгалтерського обліку в торгівлі є: контроль за збереженням товарів, своєчасне подання керівництву підприємства інформації про товарообіг і валовий дохід, про стан товарних запасів та ефективності їх використання [2].

Визначальна ознака в розмежуванні понять оптової та роздрібною торгівлі – кінцева мета використання товару.

Облік товарів в оптовій торгівлі здійснюється на активному рахунку 281 «Товари на складі». Облік може здійснюватися за купівельними цінами і за продажними (+націнка). Якщо облік здійснюється за продажними цінами застосовується пасивний рахунок 285 «Торгова націнка».

Товари приймаються на облік за первісною вартістю до складу якої включають:

1. Вартість товару згідно документів постачальника без ПДВ.

2. ПДВ за умов визначеного законодавства

3. Митний збір (при імпорті).

4. Транспортно-заготівельні витрати та ін. витрати безпосередньо пов'язані із доведенням товарів до придатного для використання та реалізації виду.

Регламентований облік запасів проводиться за П(с)БО 9 «Запаси». Сума транспортно-заготівельних витрат може прямо включатись до вартості товару, в цьому випадку відображається за дебетом 281 «Товари на складі»

Якщо віднести суму ТЗВ до вартості товару в момент оприбуткування неможливо, то ця сума протягом місяця накопичується за дебетом рахунку 289 «Транспортно-заготівельні витрати». Накопичена за дебетом цього рахунку сума розподіляється в кінці місяця між товарами реалізованими і залишком товарів на кінець місяця і розподіл за середнім % ТЗВ.

При такому способі відображення в обліку ТЗВ сума не відображається на рахунку 281, а сума ТЗВ що відноситься до реалізації товарів списується в кінці місяця проводкою Дт 902 Кт 289. Сума ТЗВ що відноситься до залишків товарів буде сальдо початкове рахунку 289 на наступний місяць.

Підприємство оптової торгівлі використовують такі форми організації: складські та транзитні

Для обліку реалізації законодавством встановлено метод нарахувань. При визначенні обсягу реалізації за цим методом датою реалізації є дата відвантаження товару. Тому в бухгалтерському обліку на продажну вартість товарів відвантажених покупцям роблять запис за яким в складі доходу відображають виручку від реалізації товару [3].

При транзитній реалізації оптове торгове підприємство не отримує на свій склад товари, а фактично виконує посередницькі функції [3].

Транзитна форма є двох видів: транзитна реалізації за участю оптового торговельного підприємства в розрахунках; без участі оптового торговельного підприємства в розрахунках. При першій формі реалізації оптове торговельне



підприємство укладає з постачальником і покупцем договори на основі яких виписує наряд постачальнику на відвантаження товарів у покупцеві [4].

Постачальникам на відправлений транзитом товар виписує розрахунково-платіжні документи, один комплект - покупцеві, другий - оптовому торгівельному підприємству яке повинно одержати від покупця кошти за реалізовані йому товари і перерахувати їх на рахунок постачальника. За організацію транзитного обороту оптове торговельне підприємство робить націнку до відпускної вартості товарів, розмір якої передбачає договором [5].

Транзит без участі в розрахунках. Підставою для відображення в обліку таких операцій є копії розрахунково-платіжних документів, які постачальники надають покупцеві за відвантажені на їх адресу товари. На основі копій документів здійснюється записи в журнал (відомість). Отже, при такій формі транзиту в обліку оптового торгівельного підприємства відображається лише сума винагороди за здійснену операцію [5].

Підводячи підсумок, можна стверджувати, що товар – це майно, яке реалізується або призначене для реалізації. Придбання, зберігання, реалізація товарів у торговій фірмі повинні бути строго регламентовано супровідними документами. У бухгалтерському обліку організації товари відображаються за купівельною вартістю або продажними цінами на синтетичному рахунку 28 «Товари». Аналітичний облік по даному рахунку слід організувати в розрізі складів, груп, видів товару.

#### **Список використаних джерел:**

1. Камбур М. Х. Обліково-аналітичне забезпечення управління товарообігом торговельного підприємства. 2007. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/6851/1Камбур%Обліково-аналітичне%20забезпечення.pdf>.

2. Герасимчук О. В. Облік і контроль руху товарів в роздрібній торгівлі. 2016. URL:<http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream//1/Герасимчук%20О.В.pdf>.

3. Облік реалізації товарів: види, операції URL:<https://osvita.ua/vnz/reports/account ant/17445/>.

4. Бурак І. О. Переваги та недоліки транзитної та складської форми. *Молодий вчений*. 2014. № 4(07)(1). С. 41–43. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv\\_2014\\_4%2807%29\\_\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2014_4%2807%29__11).

## **ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКОВИХ ОПЕРАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА**

**Мартинюк Ю. А., студент**  
*Науковий керівник: к. е. н., доцент Демченко Т. А.,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Облік ведеться з метою контролю за господарською діяльністю підприємства та активного впливу на її результати. За допомогою обліку відображають і контролюють стан і рух коштів, а також господарські процеси, пов'язані, з виробництвом, розподілом, обміном і споживанням матеріальних благ. Необхідність обліку випливає передусім із потреб виробничої діяльності та є важливою функцією управління.

Облік розрахункових операцій, тобто операцій з дебіторською та кредиторською заборгованістю, на підприємствах будь-якої форми власності повинен виконувати поставлені перед ним завдання. Основними з них є своєчасне і достовірне документальне відображення проведених операцій, контроль за рухом таких операцій, дотримання розрахункової дисципліни.

Діюча організація обліку розрахункових операцій на підприємстві повинна забезпечувати виконання завдань по обліку таких операцій, проте багато часу витрачається працівниками бухгалтерії на складання допоміжних документів. Ці та інші моменти в роботі бухгалтерської служби потребують подальшого дослідження та удосконалення.

Для дослідження обліку розрахункових операцій взято підприємство АТ «ВО «КОНТИ». Стан його ліквідності та платоспроможності за період 2017–2019 роки показано в таблиці 1 і таблиці 2.

## Аналіз ліквідності АТ «ВО «КОНТИ»

Показники	Нормативне значення	2017 р.	2018 р.	2019 р.	Відхилення 2019 р. до 2017 р., (+,-)
Коефіцієнт загальної ліквідності = Поточні активи / Поточні зобов'язання	більше 2	0,805	0,438	4,441	3,635
Коефіцієнт термінової ліквідності = Високоліквідні активи / Поточні зобов'язання	більше 1	0,012	0,018	0,001	-0,011
Коефіцієнт абсолютної ліквідності = Абсолютно ліквідні активи / Поточні зобов'язання	більше 0,2-0,25	0,012	0,018	0,001	-0,011

\* Джерело: складено автором на основі фінансової звітності підприємства

Дані таблиці 1 свідчать про те, що загальна ліквідність досліджуваного підприємства є досить високою, що не можна відмітити щодо термінової та абсолютної ліквідності.

## Аналіз платоспроможності АТ «ВО «КОНТИ»

Показники	Нормативне значення	2017 р.	2018 р.	2019 р.	Відхилення 2019 р. до 2017 р., (+,-)
Коефіцієнт платоспроможності = Власний капітал / Боргові зобов'язання підприємства	більше 0,5	0,533	0,139	0,174	-0,359
Коефіцієнт заборгованості = Боргові зобов'язання / Власний капітал	менше 0,5	1,876	7,219	5,737	3,861
Коефіцієнт автономії = Власний капітал / Вартість майна	більше 0,5	0,346	0,121	0,147	-0,199
Коефіцієнт фінансової стабільності = Власний капітал / Позикові кошти	більше 1	0,587	0,152	0,185	-0,402
Коефіцієнт фінансового ливериджу = Довгострокові зобов'язання / Власний капітал	менше 1	0,275	0,882	5,175	4,900
Коефіцієнт забезпеченості власними засобами = Власний капітал - Необоротні активи / Оборотні активи	більше 0,1	-0,465	-1,625	-1,316	-0,851

\* Джерело: складено автором на основі фінансової звітності підприємства

Дані таблиці 2 показують, що хоча досліджуване підприємство і прибуткове, проте його забезпеченість основними засобами, стан боргових зобов'язань та стан платоспроможності знаходиться в досить критичному стані.

І якщо обсяг кредиторської заборгованості за товари, роботи, послуги у 2019 році трохи зменшився, то обсяг дебіторської заборгованості за товари, роботи, послуги значно зростає, що свідчить про реалізацію продукції покупцям і неотримання в повному обсязі коштів за неї (рис.1 і рис. 2).

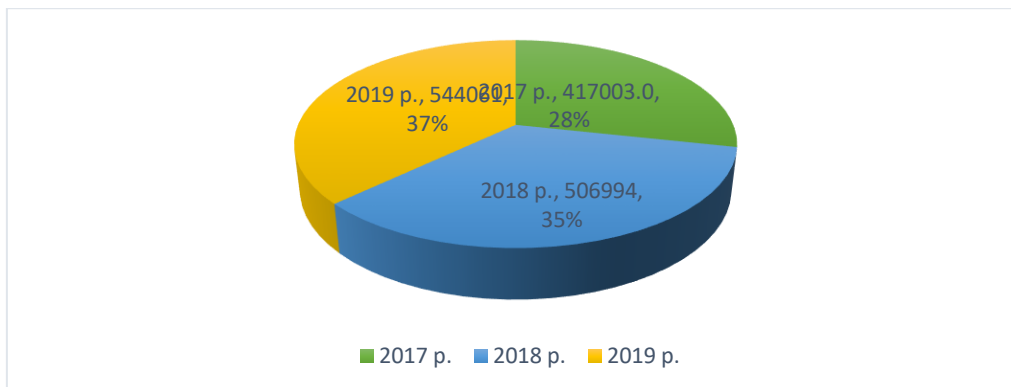


Рис.1. Стан дебіторської заборгованості за товари, роботи, послуги АТ «ВО «КОНТИ» за 2017–2019 роки

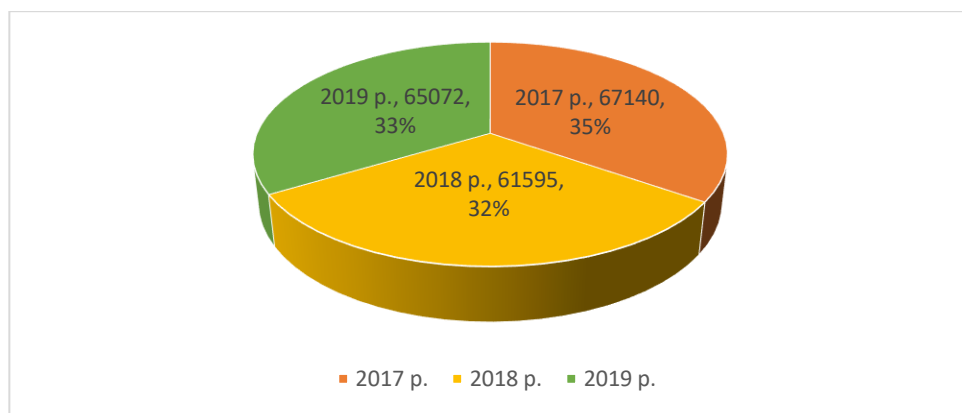


Рис.2. Стан кредиторської заборгованості за товари, роботи, послуги АТ «ВО «КОНТИ» за 2017–2019 роки

Дебіторська заборгованість знаходить відображення як у діяльність підприємства так і у звітності. Вплив дебіторської заборгованості на діяльність очевидний. Якщо будь-яке підприємство матиме значний обсяг заборгованості це буде впливати на процес виробництва або збуту. Якщо наше підприємство має величезну дебіторську заборгованість це означає, що у підприємства є кошти але вони тимчасово не доступні тобто ми не можемо розраховувати на

прибутки, тому що кошти не працюють. Таким чином бухгалтери будь-якого підприємства повинні уважно відноситися до обсягів дебіторської заборгованості і не допускати її не погашення. Для цього необхідно стежити за строками погашення заборгованості, яка виникла внаслідок діяльності підприємства.

### **Список використаних джерел:**

1. Горещька Л. Л. Питання відображення в обліку грошових коштів та дебіторської заборгованості в практиці зарубіжних країн. *Вісник ЖІТІ*. 2011. №17. С.15–21.
2. Дубенко Н. В. Облік грошових коштів і розрахунків: проблеми сьогодення. *Вісник ЖІТІ*. 2014. №4(30). С. 62–71.
3. Клочан В. П. Аналіз грошових потоків. *Економіка АПК*. 2015. № 2. С. 56 – 59.
4. Офіційний сайт АТ «ВО «КОНТИ». URL: <https://konti.ua/>.

## **ЕКСПРЕС-ДІАГНОСТИКА ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА ДЛЯ ЦІЛЕЙ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ**

**Матюха М. М.**, к. е. н., доцент,  
*Київський національний університет технологій та дизайну*

Однією з основних складових розробки системи управлінського обліку є створення інформаційної системи, призначеної для оптимізації процесу збору, обробки, модифікації та подання даних про зовнішнє середовище підприємства (споживачі, конкуренти і партнери) в розпорядження всіх зацікавлених служб: логістики, виробництва, персоналу, відділу збуту, фінансового департаменту, відділу реклами і т. д. З метою досягнення ефективної роботи та використання сучасних методів інформаційного забезпечення на початковому етапі необхідно дотримуватися визначеної організаційної структури експрес-діагностики стану підприємства. Експрес-діагностика дозволяє в стислі терміни скласти загальне уявлення про поточний економічний стан підприємства, оцінити перспективи його розвитку, визначити актуальність проблем, що призводять до

неефективного функціонування та описати можливі шляхи їх вирішення.

Попередня оцінка економічного стану підприємства обмежується оглядовим дослідженням кожної з наведених у таблиці розділів експрес оцінки з метою формування інформаційної бази для управлінського обліку.

Перш, ніж спробувати покращити діяльність підприємства, вибрати, а потім впровадити інформаційну систему, слід проаналізувати нинішній стан розвитку, для досягнення мети доцільно визначити стан взаємодії підприємства із зовнішнім середовищем (замовниками та постачальниками), ідентифікувати базу даних за кожним робочим місцем. Керівний склад підприємства має володіти достовірною інформацією про стан в якому функціонує підприємство в цілому та за підрозділами підприємства [1].

Саме основою побудови інформаційної бази управлінського обліку має стати експрес-оцінка діяльності підприємства.

*Таблиця 1*

**Елементи експрес-аналізу підприємства з метою формування інформаційної системи управлінського обліку**

<b>Розділ</b>	<b>Зміст</b>
Загальні характеристики підприємства	історія підприємства, місце розташування, майновий стан, організаційно-правова форма і структура власності, основні і допоміжні виробництва, номенклатура продукції, основні фінансово-економічні показники компанії, специфіка діяльності
Аналіз галузі діяльності підприємства (ступінь конкуренції)	історія галузі, основні економічні показники галузі, ступінь конкуренції в галузі, характеристика прибутковості галузі
Стратегія підприємства	оцінка діючої стратегії, оцінка конкурентоспроможності підприємства, виявлення стратегічних проблем, що вимагають детального вивчення
Фінансовий стан	організація ведення бухгалтерського обліку, аудиторські висновки, організація і управління фінансами, експрес-аналіз фінансової звітності, виявлення проблем, пов'язаних з управлінням фінансами, які вимагають детального вивчення
Маркетинг (форма і організація збуту продукції)	маркетингові дослідження (ретроспективи), бюджет і контроль маркетингу, робота підприємства на цільових ринках, опис маркетингових проблем, що вимагають детального опрацювання
Виробнича діяльність	організаційна структура виробництва, характеристика виробничих потужностей та технологій, управління якістю, виявлення виробничих проблем, що вимагають вивчення

Дослідження і розробки	організація і управління НДДКР, досвід впровадження інновацій
Кадрове забезпечення	організація і управління людським капіталом, система мотивації, опис кадрових проблем, що вимагають детального вивчення.
Система управління	організаційна структура управління підприємством, системи і процедури прийняття рішень (планування, облік, аналіз, контроль), система інформаційного забезпечення, виявлення управлінських проблем, які потребують детального опрацювання
Загальна ефективність діяльності	Визначення показників ефективності, розробка та запровадження програм підвищення ефективності.

Крім, того експрес-діагностика має визначати можливість застосування стандартних можливостей наявних інформаційних систем, представлених на ринку для автоматизації управління підприємством. Саме, за допомогою яких можна ефективно досліджувати діяльність підприємства і побудувати його економічну модель для планування стратегії підприємства, а також забезпечити безперервний процес отримання інформації про зовнішнє оточення, про стратегічні ринки збуту.

Дана інформаційна система надає керівництву підприємства дані про споживачів, продуктів, стану ціноутворення, конкурентів, системі оцінки (аудит), оперативне відстеження змін, виконання проектів, генерація звітів.

Отже, експрес діагностика економічного стану підприємства має забезпечувати подвійну функцію: по-перше формувати структуру інформаційної бази управлінського обліку, по-друге визначати параметри застосування інформаційних систем управління підприємством.

#### **Список використаних джерел:**

1. Детермінанти сталого розвитку підприємств в умовах турбулентності : колективна монографія / [М. М. Матюха, Н. Й. Радіонова, О. О. Григоревська, О. В. Зінченко, М. І. Скрипник, А. О. Саюн, М. О. Вергун, К. В. Фокіна-Мезенцева, О. М. Бунда, Є. Б. Хаустова, К. В. Безверхий, Т. М. Сльозко, Н. П. Борецька, О. В. Ольшанська, В. В. Подольна та ін.] ; за ред. М. І. Скрипник. Київ : КНУТД, 2017. 332 с.

## РОЛЬ ЛУКИ ПАЧОЛІ В РОЗВИТКУ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

**Миронець Я. П., студентка**

*Науковий керівник: професор Мошковська О. А.,  
Київський національний торговельно-економічний університет*

Бухгалтерський облік є однією з важливих складових сучасної економічної системи. Сам бухгалтерський облік – це динамічна система, яка постійно відображає зміни практики господарської діяльності та інформаційних потреб користувачів бухгалтерської звітності [1]. Бухгалтерський облік має своїм предметом господарські засоби за їх складом і розміщенням, джерела утворення та їх цільове призначення, господарські процеси, що відображаються в результаті виробництва продукції, витрати й результати господарської діяльності підприємства. Його мета – виявлення фінансового положення підприємства і результату господарської діяльності: прибутку або збитку.

Бухгалтерський облік виник майже шість тисяч років тому. Це пов'язано з початком реєстрації людьми фактів господарського життя. Саме тоді почала розвиватися проста бухгалтерія, що являє собою систему суцільного і систематичного спостереження за господарським процесом шляхом створення єдиної системи обліку. Така система обліку відтворювала факти господарського життя у тих одиницях вимірювання, в яких вони виникали. Проте ця система мала ряд недоліків: в обліку було відсутнє дзеркальне відображення; використовувався принцип приблизності; не розкривався юридичний та економічний сенс усіх фактів, що наводяться в ньому; облік носив реєстраційний характер; не застосовувалися облікові засоби для визначення прибутку; були відсутні підсумки, що дозволяють контролювати правильність облікових записів [2].

З розвитком і ускладненням господарства, життя людини змінювалось, а разом із цим удосконалювався й облік. Але історія сучасної бухгалтерії почалася тільки у XV ст. Великий вплив на розвиток бухгалтерії мав винахід XV ст. – книгодрукування. Саме переходом до нового етапу обліку послужило виникнення подвійного (дебетово-кредитового) запису. Систему подвійного



запису описав учений-математик, францисканський чернець Лука Пачолі, у своїй відомій праці «Трактат про рахунки і записи».

Сам Лука Пачолі народився в 1445 р. в Борго Сан-Сеполькро в Апенінах. Після переїзду в 1445 р. у Венецію почалося його знайомство із фінансовою діяльністю. Протягом перебування у Римі у 1470 р. Пачолі написав підручник комерційної арифметики. Через сім років він почав викладати в університеті Перуджі, де найяскравіше проявились наукові та викладацькі здібності італійця. Саме в цей період Пачолі написав свою основну працю «Сума арифметики, геометрії, вчення про пропорції і відносини», одинадцятим розділом якої був «Трактат про рахунки і записи». Переїхавши в 1501 р. в Болонью Пачолі працював на кафедрі математики в найстарішому університеті Європи до 1505 р. У бібліотеці цього університету і зараз зберігається його робота «Про сили і кількості», яка так і не була видана. Робота Пачолі, присвячена графу і графині Мантуанським «Трактат про шаховій грі» і зовсім була загублена. В 1504 р. у Венеції окремим виданням виходить «Трактат про рахунки і записи» під назвою «Досконала школа торгівлі». Крім того, в 1509 р. був опублікований його трактат «Божественна пропорція», де він розвинув теорію да Вінчі про побудову гармонійного шрифту – ідею золотого перетину. Книгу ілюстрував сам да Вінчі.

Лука Пачолі притримувався думки про те, що все найважливіше уже винайшли, але саме він показав, що в бухгалтерському обліку можливий науковий підхід, перетворивши його в одну із галузей точних наук. Своїми працями Пачолі вніс в методологію бухгалтерського обліку уявлення про цілісність системи і про те, що тотожність балансу є ознакою гармонії в системі.

Його знаменита праця «Трактат про рахунки і записи» визнається всіма істориками науки як перша друкована робота, що дала поштовх розвитку нової системи бухгалтерського обліку [3]. Вона містить в собі принципи, які стали основою при веденні бухгалтерського обліку. По-перше, бухгалтерський облік представлений як чітко упорядкована послідовність процедур. Це

відображається у веденні трьох книг обліку: Меморіал, Журнал, Головна книга. У них обліковий процес відбувається не тільки в хронологічному порядку як це було раніше, а в систематичному. По-друге, надання користувачам ясної, повної і зрозумілої інформації про господарську діяльність. Пачолі використовував для написання своєї книги про венеціанський спосіб ведення бухгалтерії венеціанський діалект італійської мови і, використовуючи математичну мову, зробив перший крок до створення мови бухгалтерського обліку найбільш зрозумілої для широких мас італійських фінансистів. По-третє, важливим принципом був подвійний запис рахунків. Кожен факт господарського життя повинен бути як в дебеті, так і в кредиті. Існують два постулати Луки Пачолі стосовно подвійного запису, які поширились в системах бухгалтерського обліку:

1. Сума дебетових оборотів завжди тотожна сумі кредитових оборотів.
2. Сума дебетових сальдо завжди тотожна сумі кредитових сальдо.

По-четверте, принцип адекватності, який полягав у тому, що витрати підприємств співвідносяться за часом з доходами. При цьому в якості доходів розглядалися тільки отримані гроші. Поняття про амортизацію та рентабельність тільки починали формуватися. Все це призвело до створення уявлень не тільки про грошову, а й про інші форми прибутку. Нові уявлення про прибуток дозволяють сказати, що він формується не тільки господарськими процесами, а й в результаті використання бухгалтерської методології. По-п'яте, абсолютна чесність від бухгалтера при веденні бухгалтерії, але не тільки перед наймачем, скільки перед Богом. Сподівання на Бога практично в кожному розділі трактату для Пачолі є основним принципом життя. Адже свідоме викривлення бухгалтерської інформації було не тільки фінансовим порушенням, скільки порушенням божественної гармонії, яку треба було досягнути за допомогою розрахунків.

Отже, Лука Пачолі, будучи одним з видатних діячів епохи Відродження, сформував найбільш важливі три принципи в своєму підході до бухгалтерського обліку. Це знайшло своє відображення в його «Трактаті про

рахунки і записи». Завдяки Луці Пачолі бухгалтерський облік став наукою, а основні його принципи розвивалися і удосконалювалися разом з розвитком цивілізації.

### **Список використаних джерел:**

1. Бутинець Ф.Ф. Теорія бухгалтерського обліку: Підручник для студентів вузів спеціальності 7.050106 “Облік і аудит” I Вид. 2-е, доп. і перероб. Житомир : ЖІТІ, 2000. 640 с.

2. Шайкан А. В. Виникнення подвійного запису – міфи і реальність. *Незалежний аудитор*. 2012. № 2. С. 43–49. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Na\\_2012\\_2\\_9](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Na_2012_2_9).

3. История бухгалтерского учета (Лука Пачоли – отец современного учета). URL: <http://www.pro-u4ot.info/index.php?section=browse&CatID=70&ArtID=75>.

## **ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

**Налбатов О. О., магістрант**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Демченко Т. А.,*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

В сучасних кризових умовах проблеми формування фінансових результатів в обліково-інформаційній системі підприємства набувають все більшого значення, оскільки безпосередньо впливають на отриманий прибуток суб'єктами господарювання.

Гуцаленко Л. В. розглядає обґрунтування концепції визначення фінансового результату у міжнародних облікових стандартах та можливості їх адаптації до облікової практики сільськогосподарських підприємств [2].

В сучасних умовах основним завданням бухгалтера є об'єктивне оцінювання та представлення зовнішнім і внутрішнім користувачам інформації про фінансові результати підприємства. Для досягнення такої мети, на думку Левицької О.О. важливим стає чітке виділення складових фінансових результатів як об'єктів обліку та способів їх відображення у системі

бухгалтерських рахунків [4].

Стегней М. І., Нестерова С. В., Федурця Л. вважають, що визначну роль відіграє процес формування збитків, що відображає помилки і прорахунки підприємства в напрямках використання фінансових засобів, організації виробництва та збуту продукції, досягнення заздалегідь запланованих фінансових результатів [6].

Серед вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів, які здійснили вагомий внесок у висвітлення питань відображення фінансових результатів у системі рахунків бухгалтерського обліку, слід назвати Бабицьку О. О., Гуцаленко Л. В., Зеліско І. М., Касич А. О., Ткаченко І. В., Коришко Н. Є., Кузнецова С. О., Кучеренко Т. Є., Сук Л., Циган Р. М. та ін.

На думку Левицької О. О., фінансові результати як об'єкт бухгалтерського обліку розглядаються у сукупності їхніх складових – доходів і витрат, сформованих за різними класифікаційними ознаками [4].

Однією з головних загальноекономічних проблем як у практичному, так і в науковому плані, на думку Стегней М. І. Нестерова С. В. Федурця Л., є проблема трактування фінансового результату діяльності підприємства, методологія й методика його визначення й оподаткування [6].

Бабицька О. О. вказує., що загальноекономічне визначення суті фінансових результатів пояснює їх як результат зіставлення доходів звітного періоду з витратами [1].

На підставі дослідження і узагальнення основних положень вітчизняного законодавства та норм стандартів бухгалтерського обліку Левицька О. О. [4] виокремила такі види фінансових результатів (табл. 1).

Ловінська Л. Г. вказує, що у зарубіжних системах обліку вихідним моментом і метою є визначення фінансового результату, що віддзеркалює ефективність використання вкладеного власником капіталу. При цьому прибуток трактується як складова власного капіталу, тобто його приріст протягом певного часу; виробничі ресурси розглядаються не за їх місцем у процесі розширеного відтворення, а за строком повернення вкладених у них коштів (необоротні й оборотні); сама діяльність – не як сукупність процесів

розширеного відтворення, а як витрачання вкладеного капіталу (власного й залученого) з метою його збільшення [5].

Таблиця 1

### Класифікація фінансових результатів як об'єктів обліку

Класифікаційна ознака	Основні види фінансових результатів
За однорідністю господарських операцій підприємства	1. Прибуток/збиток від операційної діяльності: 1.1. прибуток/збиток від основної діяльності; 1.2. прибуток/збиток від іншої операційної діяльності.
За видами діяльності	2. Прибуток/збиток від іншої діяльності: 2.1. прибуток/збиток від інвестиційної діяльності; 2.2. прибуток/збиток від фінансової діяльності. 3. Прибуток/збиток від надзвичайної діяльності. 4. Відстрочений податок на прибуток.
За показниками фінансової звітності	1. Валовий прибуток/збиток. 2. Фінансові результати від операційної діяльності (прибуток/збиток). 3. Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування (прибуток/збиток). 4. Фінансові результати від звичайної діяльності (прибуток/збиток). 5. Поточний податок на прибуток. 6. Відстрочені податкові активи. 7. Відстрочені податкові зобов'язання. 8. Чистий прибуток/збиток.
За звітним періодом формування показників	1. Нерозподілений прибуток (непокритий збиток) попередніх звітних періодів. 2. Чистий прибуток/збиток звітного періоду. 3. Доходи / витрати майбутніх періодів.
За розподілом прибутку у звітному періоді	1. Капіталізований прибуток. 2. Прибуток, вилучений з обороту.
За елементами, які регулюють розмір кінцевого фінансового результату	1. Доходи майбутніх періодів. 2. Витрати майбутніх періодів. 3. Забезпечення і резерви. 4. Відстрочені податкові активи. 5. Відстрочені податкові зобов'язання.
За способами розкриття додаткової інформації	1. Прибуток/збиток як результат подій після дати балансу. 2. Умовний прибуток/збиток. 3. Чистий прибуток/збиток на одну акцію.

*\*Джерело: складено автором на основі показників фінансової звітності підприємства [4]*

На думку Кузь В. І., в умовах інституційних змін значного дослідження потребують не тільки традиційні фактори впливу на формування фінансових

результатів, що мають як внутрішній, так і зовнішній характер: економічні, політичні, соціальні, психологічні, внутрішньо фірмові, але й ті, які не завжди спричиняють зміни в складі засобів підприємства, а викликані прийнятою методикою облікової ідентифікації окремих об'єктів – облікові фактори [3].

Обліковими факторами є факти господарського життя, під якими необхідно розуміти дію, подію, операцію, що мають або здійснюють вплив на формування фінансових результатів господарської діяльності, залежать від рішень органу управління щодо їх ідентифікації, визнання та оцінки в системі бухгалтерського обліку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бабицька О. О. Економічний зміст фінансових результатів підприємств. Вісник СНАУ, 2016. Вип. 5/1. С. 120–123.
2. Гуцаленко Л. В. Концепції визначення фінансового результату в міжнародній обліковій практиці. *Інноваційна економіка*. 2018. С. 105–110.
3. Левицька О. О. Система рахунків обліку фінансових результатів діяльності вітчизняних підприємств. URL: [www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Vviem/2011\\_1/10.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vviem/2011_1/10.pdf).
4. Кузь В. І. Класифікація облікових факторів впливу на формування фінансових результатів підприємства. *Вісник ЖДТУ*. 2017. №4 (58). С. 49–52.
5. Ловінська Л. Г. Концепція фінансових результатів в системі бухгалтерського обліку підприємства. *Фінанси України*, 2013. №11. С. 58–65.
6. Стегней М. І., Нестерова С. В., Федурця Л. Л. Особливості інструментарію визначення результатів господарської діяльності підприємств. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Економіка*, 2017. Спецвип. 33. Ч. 2. С.253–259.

## ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ ДЕРЖАВНОГО ФІНАНСОВОГО АУДИТУ

*Настасовська А. А., студентка*

*Науковий керівник: к. е. н. Булат Г. В.*

*Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова*

Вперше поняття державного аудиту в чинному законодавстві було вжито у Бюджетному кодексі України. Зокрема, у ст. 26 кодексу визначено, що аудит фінансової та господарської діяльності бюджетних установ здійснюється Рахунковою палатою – в частині контролю за використанням коштів державного бюджету; Головним контрольно-ревізійним управлінням – відповідно до його повноважень, визначених законом.

З метою вивчення та поширення позитивного досвіду в контрольній практиці зарубіжних країн у 1953 році було створено позаурядову організацію – Міжнародну організацію вищих контролюючих органів (INTOSAI), до якої входять більше як 130 країн світу. Членом цієї організації на сьогодні є Рахункова палата України.

У межах INTOSAI діє Міжнародний центр розвитку контролю, основним завданням якого є підготовка та перепідготовка контролерів. На IX конгресі, який відбувся у місті Лімі у 1977 р., INTOSAI прийняла так звану Лімську декларацію керівних принципів контролю. Відповідно до декларації завдання контролю визначено як обов'язковий елемент управління суспільними фінансовими засобами. Рахункова палата України стала членом INTOSAI у 1998 році, а у 1999 році її було прийнято до EUROSAI (Європейської організації вищих контролюючих органів). Тобто, з 1998 року Рахункова палата визнана міжнародною спільнотою як вищий орган державного фінансового контролю в Україні.

Рахункова палата України здійснює співробітництво з вищими контрольними органами іноземних держав та відповідними міжнародними організаціями, укладає з ними угоди про співробітництво. За останній час зроблено значний крок у відносинах з міжнародними організаціями вищих органів фінансового контролю INTOSAI та EUROSAI. Рахункова палата стала

повноправним, реально працюючим членом більшості комітетів, підкомітетів та робочих груп цих організацій. На сьогодні серед основних партнерів Рахункової палати є вищі контрольні органи таких країн, як: Республіка Польща, Російська Федерація, Республіка Болгарія, Республіка Молдова, Республіка Вірменія, Республіка Білорусь, Республіка Грузія, Литовська Республіка, Угорська Республіка, Словацька Республіка, Китайська Народна Республіка, Республіка Корея та ін.

Необхідно враховувати, що державний фінансовий аудит в Україні значно відрізняється від "класичного" (незалежного) аудиту, метою якого є висловлення думки аудитора про достовірність фінансових звітів. На практиці вітчизняні органи контролю здійснюють, як і раніше, перевірки і ревізії, а також ініціюють притягнення до відповідальності посадових осіб, що можуть бути винними у порушеннях чинного законодавства.

Система державного фінансового аудиту, що здійснює Рахункова палата, функціонує в Україні за відсутності базового закону, який встановив би суб'єкти та об'єкти державного фінансового аудиту.

Рахункова палата, як незалежний орган фінансового контролю в державі, свою діяльність від імені Верховної Ради України здійснює на засадах законності, плановості, об'єктивності, незалежності та гласності.

Пунктом 27 Міжнародного стандарту аудиту описано, які конкретні вимоги висуваються до аудитора, а саме:

1. Довіра і впевненість у аудиті ефективності. Як і у всіх перевірках, користувачі аудиторських звітів прагнуть бути впевненими у достовірності інформації, яку вони використовують для прийняття рішень. Тому вони чекають достовірних повідомлень, які викладені на основі фактичних даних позицій органу контролю з питання, яке розглядалось під час аудиту. Отже, аудитори повинні у всіх випадках забезпечити формування висновків, заснованих на достатньо релевантних і ґрунтовних доказах, і активно управляти ризиками невідповідності, які можуть виникати щодо звітів.



2. Рівень забезпечення аудиту ефективності означає, що дані повинні бути представлені у прозорий спосіб. Ступінь економічності, ефективності та результативності може бути переданий у звіті аудиту ефективності по-різному: через загальний погляд на аспекти економічності, ефективності та результативності, де мета аудиту, предмет, докази, отримані та досягнуті висновки дозволяють дійти до такого загального висновку; через надання конкретної інформації по цілій низці пунктів, включаючи цілі аудиту, питання, докази, критерії, які використовувались, досягнуті результати і конкретні висновки. Аудиторські звіти повинні включати тільки висновки, які підкріплюються досить вагомими доказами. Рішення, прийняті при складанні збалансованого звіту, покладені в основу висновкам і виробленим рекомендаціям, потребують належного забезпечення і достатньої інформації.

При проведенні аудиту ефективності потрібно не тільки виміряти ступінь досягнення поставлених цілей, але й оцінити конкретність обраних механізмів досягнення цілей, зовнішні впливи і відповідність обсягу використаних ресурсів кількості та якості наданих державних послуг установами, що перевіряються. Таким чином, аудит ефективності орієнтований на оцінювання економічних і соціальних наслідків прийняття рішень керівництвом установи, що використовує державні ресурси та майно.

В аудиті ефективності можна виділити два основних напрями, це: аудит ефективності використання державних ресурсів, об'єктом якого є вся сфера державних ресурсів, у тому числі майно і бюджет та аудит ефективності витрачання бюджетних коштів.

В умовах триваючої кризи контроль за державними фінансами залишається важливою функцією, яка повинна забезпечувати ефективне управління.

Зважаючи на досить обмежену у часі практику здійснення державного фінансового аудиту, а особливо аудиту ефективності, виникла необхідність сформулювати основні положення його здійснення. Ці положення повинні

базуватись на стандартах INTOSAI, що призначені для цієї мети, і враховувати специфіку проведення такого контролю в Україні.

Отже, подальший розвиток державного фінансового контролю, і аудиту ефективності зокрема, можливий за умови імплементації загальноприйнятих міжнародних стандартів контролю та етичних принципів.

Метою аудиту ефективності є аналіз використання бюджетних коштів установ сектору державного управління з погляду ефективності управління і розроблення механізму оцінювання надання державних послуг населенню. Таким чином, аудит ефективності орієнтований на оцінювання економічних і соціальних наслідків прийняття рішень керівництвом установи, що використовує державні ресурси та майно.

Органи державного фінансового контролю, зокрема Державна аудиторська служба, повинні сприяти створенню і ефективному функціонуванню підрозділів внутрішнього контролю і аудиту органів місцевого самоврядування, надаючи відповідну методичну допомогу. А основним пріоритетом в реалізації аудитів ефективності в сучасних умовах мають стати державні підприємства, в першу чергу з огляду розпочатої урядом масової приватизації державної власності.

Пріоритетом в діяльності органів зовнішнього і внутрішнього фінансового контролю повинні бути визначені сектори національної безпеки і оборони, діяльність державних і комунальних підприємств, а також посилення контролю за державними закупівлями, які незважаючи на функціонування публічного порталу Prozorro, містять високі ризики зловживань з бюджетними фінансовими ресурсами.

#### **Список використаних джерел:**

1. Угода про асоціацію між Україною та Європейським союзом. URL: [http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id=248387631](http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=248387631).
2. Про утворення Державної аудиторської служби України: Постанова Кабінету Міністрів України від 28.10.2015 р. №868. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/868>.

3. Про утворення територіальних органів Державної фінансової інспекції: Постанова Кабінету Міністрів України від 20.07.2011 р. №765. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/765-2011-p>.

4. Про основні засади здійснення державного фінансового контролю в Україні: Закон України від 16.10.2012 р. №5463-VI. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2939-12>.

5. INTOSAI, 2013. ISSAI 300 – Fundamental Principles of Performance Auditing. Available at: URL: <http://www.issai.org/media/69911/issai-300-english.pdf>.

## **СИСТЕМА БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В УКРАЇНІ: ОСОБЛИВОСТІ ТА РОЗВИТОК**

**Павліченко Л. Л., здобувач**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Дем'янишина О. А.,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Досить важливим напрямом реформування бухгалтерського обліку в Україні є гармонізація фінансової звітності суб'єктів господарювання з міжнародними стандартами. Практика свідчить про наявність теоретичних і практичних проблем реформування системи бухгалтерського обліку в Україні.

Науковці розглядають систему як певну сукупність взаємопов'язаних сегментів, кожен з яких складає в сукупності цілу частину. Теорія і практика характеризують механізм системи в статичній формі це представлення її структури, а в динамічній технологічні процеси.

Системи мають такі основні властивості: збереження певної структури; є потреба в управлінні; певним чином формується взаємозалежність характеристик сегментів та підсистем, які є складовими.

У зв'язку з переходом до постіндустріального суспільства вивчення бухгалтерського обліку в освіті, науці та практиці потребує приділення уваги на сучасні вимоги професії бухгалтера. Сьогодні бухгалтер уже не реєстратором подій, а активний учасник системи управління підприємством, беручи на себе додаткові функції, такі як аналітик, прогнозист, контролер. За цієї умови

бухгалтери стають не тільки фінансовими консультантами, а й беруть участь у формуванні управлінської політики, витрачають багато часу на прогнозування, планування, прийняття рішень і контроль для забезпечення необхідної системи управління інформацією [1].

Програмою реформування системи бухгалтерського обліку із застосуванням міжнародних стандартів, затвердженою постановою Кабінету Міністрів України від 28 жовтня 1998 р. № 1706, передбачено впровадження та адаптація міжнародних стандартів до економічно-правового середовища України та ринкових відносин. На сьогоднішній день сформульовано та затверджено Мінфіном 34 національних положення (стандарти) бухгалтерського обліку відповідно до міжнародних стандартів [2].

За останні десятиріччя, у зв'язку зі змінами в економічній системі та інтеграцією країни до Європейського Союзу, Україна пройшла складний процес реформування системи бухгалтерського обліку. Це вимагає запровадження світових стандартів бухгалтерського обліку та фінансової звітності, усунення економічних і торговельних бар'єрів, збільшення іноземних інвестицій, виходу на світовий ринок капіталу, створення висококонкурентного ринкового середовища.

Загальні принципи бухгалтерського обліку – принципи та правила, які компанії в цій країні повинні використовувати при складанні фінансової звітності. Суть загальних принципів бухгалтерського обліку полягає в тому, що вони в основному базуються на міжнародних стандартах бухгалтерського обліку, сформульованих і вдосконалених Радою з міжнародних стандартів бухгалтерського обліку. Бухгалтерський облік можна охарактеризувати як систему, оскільки він має її характеристики – наявність зв'язків (у тому числі зворотних), поділ на частини, наявність структури (впорядкованих елементів), цілеспрямованість та збереження під впливом зовнішніх факторів певної в заданих межах стабільності та багатограності. Розглядаючи бухгалтерський облік як систему, слід виходити з того, що на конкретному підприємстві він здійснюється за допомогою засобів праці (комп'ютери та організаційного

обладнання) та бухгалтерів, які займаються обробкою конкретних предметів праці (бухгалтерських чеків) для отримання проміжної інформації та вихідної інформації.

Професія «бухгалтер» як і раніше актуальна. У той же час вимоги до бухгалтерів-практиків, бухгалтерів-науковців, бухгалтерів-викладачів також зазнали серйозних змін і продовжують удосконалюватися. Кожна професійна діяльність у сфері бухгалтерського обліку є дуже важливою, а без двох інших видів діяльності неможливо забезпечити її здійснення. Основним завданням професійного обліку в постіндустріальній економіці є призначення сучасної системи обліку, яке визначається потребами постіндустріального суспільства [3].

Як система бухгалтерський облік – це група елементів з певним змістом і формою, які пов'язані та уніфіковані шляхом безперервної взаємодії, підтверджуючи тим самим справедливість бухгалтерського обліку як специфічної системи, що надає інформацію про стан майна та зміни. А джерело його формування, щодо характеру і результатів господарської діяльності, відображає й узагальнює господарські операції та їх вплив на статус валютної одиниці в єдиному грошовому вимірнику. На мікрорівні бухгалтерський облік як система є частиною корпоративної економічної системи, а на макрорівні – країни. Метою бухгалтерського обліку та фінансової звітності є надання особам, які приймають рішення, повної, правдивої та достовірної інформації про фінансовий стан, результати діяльності та рух грошових коштів підприємства [4].

Отже, система бухгалтерського обліку має добре розвинену структуру та різні внутрішні зв'язки. Він має велику кількість елементів і функцій, які абсолютно різні, але пов'язані одна з одною. Зміни в одному елементі системи призведуть до змін в інших елементах. У зв'язку з цим і завдяки великій кількості внутрішніх зв'язків між елементами бухгалтерський облік можна визначити як складну систему, єдність якої виявляється в систематизації та створенні інформації.

### Список використаних джерел:

1. Галас Р., Белова І. Парадигма організації бухгалтерського обліку: генезис наукових підходів. *Перспективи розвитку освіти, науки і бізнесу в глобальному середовищі*: матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції (Тернопіль, 23 жовтня 2020р.). Тернопіль : ФОП Осадца Ю. В., 2020. С.188 – 191.
2. Гуцалюк О. М. Сучасний бухгалтер: його місце та роль в світі. URL: <http://intkonf.org/gutsalyuk-om-suchasniy-buhgalter-yogorol-ta-mistse-v-sviti>.
3. Зубілевич С. Я. Міжнародні стандарти освіти професійних бухгалтерів: «перезавантаження». URL: <http://uabs.edu.ua/images/stories/docs/9956/.pdf>.
4. Пушкар М. С. Наука про облік та можливість подолання її стереотипів. *Збірник наукових праць Подільського державного аграрно-технічного університету*. 2009. № 17. Т. II. С. 47 – 50.

### РОЛЬ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Полтавська В. В., магістрантка,  
Чернишова К. А., магістрантка  
Науковий керівник: к.е.н., доцент Поливана Л. А.,  
Державний біотехнологічний університет

Багато сучасних науковців вивчали важливість бухгалтерського обліку в процесі управління підприємством, такі як: Гоголь Т., Бабінська С., Булах Л., Калюга Є., Литвиненко В., Кирилюк В., Криворот О., Кондрацька Л., Космико М., Бачинський В., Онищенко О., Садовська І., Сидоренко О. та інші. В сучасних умовах менеджмент підприємства все частіше постає перед неординарними проблемами та завданнями, вирішення яких потребує здійснення оптимальних управлінських дій, які не характерні для дієвої практики господарювання. Формування й обробку соціально-економічної інформації в рамках розв'язання управлінської проблеми треба розглядати як інформаційне забезпечення з удосконаленням процесом функціонування

облікової системи підприємства. Неспростованим залишається той факт, що бухгалтерський облік – це інформаційна модель системи підприємства, яка забезпечує ідентифікацію, обробку, узагальнення та передачу інформації про об'єкти, явища та процеси, пов'язані з його діяльністю. Кучер С. В. вважає, що важливими задачами сьогодення є адаптація системи бухгалтерського обліку до потреб управління, а саме, до вирішення управлінських завдань у сферах ціноутворення, управління витратами, вартістю суб'єкта господарювання, його ризиками, соціальними та екологічними аспектами господарської діяльності [2, с. 321]. Це, звичайно, стосується і підприємств малого бізнесу. Кожна господарська операція, подія чи явище, що призводять до змін в операційному стані підприємства, в обов'язковому порядку має бути проведеною та задокументованою. На думку Білокомірової Я. М. уся правдива, вірогідна й неупереджена інформація, зібрана в процесі ведення бухгалтерського обліку, являє собою велику цінність, тобто за даними світової статистики втрата лише 20% даних веде до руйнування майже 65% господарюючих суб'єктів [1, с. 310]. Недооцінка важливості обліку в процесі менеджменту підприємства може призвести до швидкої поразки підприємця. Управління підприємством малого бізнесу неможливе без даних бухгалтерського обліку, тому що вся інформація про діяльність підприємства відображена у фінансовій звітності, яку складає кожен господарюючий суб'єкт. Для малих підприємств, згідно із чинним законодавством передбачено скорочений за показниками пакет звітності, представлений у вигляді Балансу і Звіту про фінансові результати, порядок складання яких наведений в НП(С)БО 25 «Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва» та НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [3; 4]. Такий пакет звітності – це мінімум, передбачений законодавством, що може вимагатися органами фіскальної служби та іншими зовнішніми користувачами. Наприклад, Кіндрацька Л. М. вважає, що в загальному циклі управління підприємством бухгалтерський облік виконує контрольну, оціночну, аналітичну та інформаційну функції [5, с. 32]. Відповідно до інформаційної функції, повідомлення з форм фінансової звітності виступає основним ресурсом

черпання відомостей про стан підприємства для управлінського персоналу. Використовуючи зібрані дані, управлінець отримує змогу не лише оцінити стан підприємства, а й провести необхідні дослідження та аналіз, які дозволять здійснити прогноз доцільності майбутніх заходів щодо збільшення ефективності ведення господарської діяльності. У сучасних умовах конкурентної боротьби, малим підприємствам вкрай необхідно розробляти власну стратегію функціонування підприємства на максимально ефективному рівні, при цьому задовольняючи вимоги держави, потреби власника та споживачів. Малому підприємству буде неможливо ефективно організувати свою діяльність без використання бухгалтерської інформації в цілях управління. Важливо розуміти, що нині споживач дуже вибагливий, а конкуренти вже розробили тактики та стратегії, щоб якомога довше залишатися на ринку. Саме тому, бухгалтерський облік – це родючий ґрунт, використовуючи який підприємець отримає необмежені ресурси для досліджень минулих і розробок майбутніх дій у розвитку своєї справи.

З вище викладеного матеріалу ми зробили висновки, що метою управління є підвищення ефективності господарських процесів. Бухгалтерський облік виявляє проблеми управління. Фінансова звітність є основним джерелом інформації, яка задовольняє потреби зовнішніх структур в інформації згідно з законодавчими розпорядженнями або для самопрезентації підприємства та задовольняє потреби підприємства при прийнятті та ухваленні управлінських рішень і їх реалізації. Бухгалтерський облік вважається однією з найважливіших складових у системі управління, тому ми вважаємо, що вона повинна бути зважено організованою, поєднувати в собі професійні знання, міжнародний досвід і компетенцію, оскільки від правильності дій бухгалтера залежать ефективно й законне функціонування підприємства. Отже, звітність підприємства є основним засобом його комунікації в умовах дії ринкової економіки. З іншого боку, техніка бухгалтерського обліку не повною мірою очевидна для необізнаного користувача, тому незважаючи на величезну кількість цифрового матеріалу, будь-який користувач облікових даних



зобов'язаний використовувати якісь аналітичні групування і розраховувати показники, які не передбачені системою подвійного запису, проте потрібні для формування характеристик оцінки фінансово-господарської діяльності підприємства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Білокомірова Я. М. Інформаційне забезпечення економічної безпеки підприємницької діяльності. *Вісник економіки і транспорту і промисловості*. 2017. №29. С. 308–313.
2. Лаговська О. А., Легенчук С. Ф., Кузь В. І., Кучер С. В. Бухгалтерський облік в управлінні підприємством: навчальний посібник / Житомир: Житомирський державний технологічний університет, 2017. 416 с.
3. НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» (зі змінами і доповненнями): Наказ Міністерства фінансів України від 07.02.2013р. №73. URL: <http://zakon.rada.gov.ua>. (дата звернення: 25.10.2021).
4. НП(С)БО 25 «Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва» (зі змінами і доповненнями): Наказ Міністерства фінансів України від 25.02.2000р. №39. URL: <http://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 25.10.2021).
5. Кіндрацька Л. М. Теорія бухгалтерського обліку: сучасні реалії оновлення. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2008. №12.

## **ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ЛОГІСТИЧНИХ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА**

**Починюк А. С.,** *магістрантка*

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Демченко Т. А.,*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Запорукою успішного функціонування підприємницьких структур у сучасних умовах господарювання виступає ефективна організація управління товарними, інформаційними та іншими видами потоків. Саме тому, зростає роль логістики та її інструментів у діяльності суб'єктів господарювання. Відповідно, витрати на логістику є невід'ємною частиною фінансування господарської діяльності підприємства. Реалізація контролю за логістичними витратами потребує організації їх обліку.

Інформація отримана з первинних бухгалтерських документів створює передумови для прийняття ефективних та адекватних управлінських рішень, що, у свою чергу, позитивно впливає на результати господарської діяльності підприємства.

Саме тому дослідження проблематики обліку і внутрішнього контролю в управлінні логістичними витратами виробничих підприємств є актуальними. Різні аспекти обліку, а також внутрішнього контролю в управлінні логістичними витратами розглядаються у працях багатьох вчених, зокрема: Андрухова О. О., Балабанова, Л. В., Гаджинского А. М., Заборської Н. К., Ніколайчук В. Є., Сумець О. М. та інших.

Логістичні витрати утворюються у сферах, які опосередковують рух інформаційних, матеріально-товарних та інших видів потоків. Бухгалтерський облік сприяє упорядкуванню логістичних витрат, забезпечує систематичність їх відстеження за даними первинних бухгалтерських та інших документів [4].

Для дослідження обліку логістичних витрат та аналізу їх використання на конкретному підприємстві було взято ПрАТ «Фірма «Полтавпиво».

*Таблиця 1*

**Аналіз витрат виробництва на ПрАТ «Фірма «Полтавпиво», тис. грн**

Елементи витрат	2017 р.		2018 р.		2019 р.		Відхилення 2019 р. від 2017 р., тис. грн
	Сума, тис.грн	Питома вага, %	Сума, тис.грн	Питома вага, %	Сума, тис.грн	Питома вага, %	
Матеріальні витрати	172975,0	67,0	183144,0	65,7	186657,0	63,8	13682,0
Витрати на оплату праці	26306,0	10,2	35296,0	12,7	42801,0	14,6	16495,0
Відрахування на соціальні заходи	5726,0	2,2	7699,0	2,8	9354,0	3,2	3628,0
Амортизація	16241,0	6,3	12162,0	4,4	12641,0	4,3	-3600,0
Інші операційні витрати	36928,0	14,3	40575,0	14,5	40949,0	14,0	4021,0
Усього витрат	258176,0	100,0	278876,0	100,0	292402,0	100,0	34226,0

\* Джерело: складено автором на основі показників фінансової звітності підприємства [1,2,3]

Результати аналізу виробничих витрат на ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» засвідчили, що питома вага матеріальних витрат у загальній структурі витрат у 2019 році складає 63,8 %, витрат на оплату праці – 14,6 %. Схематично структуру і динаміку виробничих витрат у 2019 році показано на рис.1 та за період 2017–2019 роки на рис. 2.

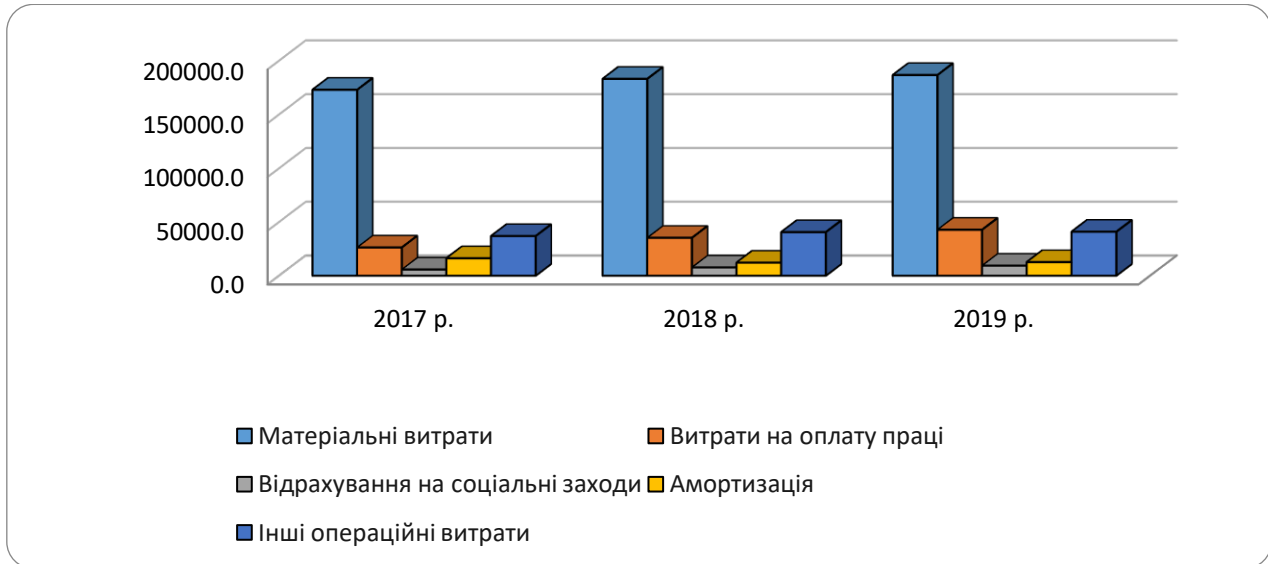


Рис.1. Структура та динаміка виробничих витрат у ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» за 2017–2019 роки

Матеріальні витрати і витрати на оплату праці, як видно з рис.1 і 2 займають найбільшу частку у собівартості виготовлення продукції підприємства.

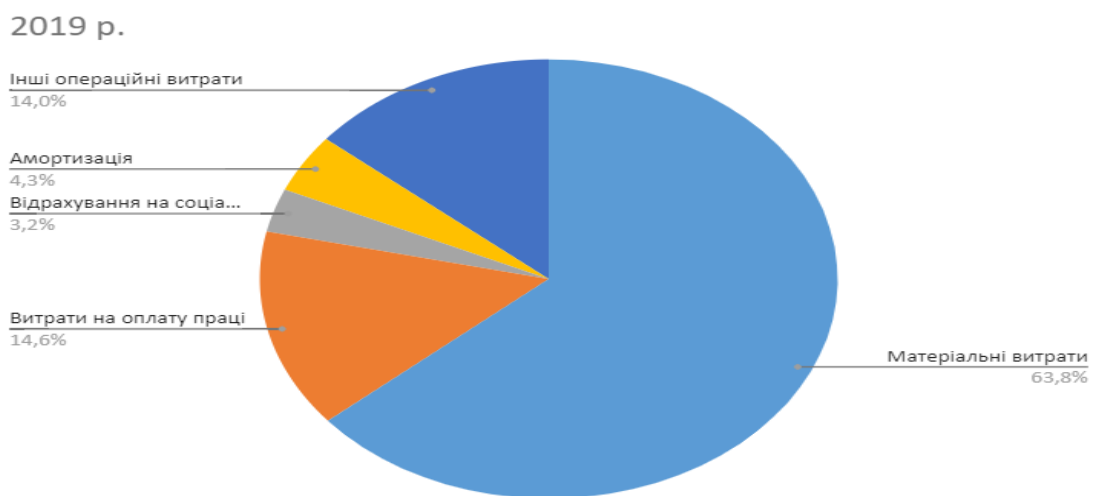


Рис.2 Структура та динаміка виробничих витрат у ПрАТ «Фірма «Полтавпиво» у 2019 р.

А тому можна запропонувати наступні висновки:

1) логістика сприяє підвищенню ефективності управлінських рішень, що у свою чергу, позитивно впливає на результати господарської діяльності підприємства;

2) для обліку логістичних витрат доцільно використовувати поопераційний облік витрат за рухом матеріальних потоків);

3) з метою вдосконалення обліку логістичних операцій доцільним є формування на рівні суб'єкта господарювання адекватної системи управлінського обліку, яка дозволить акумулювати інформацію, необхідну та достатню для аналізу, ухвалення управлінських рішень щодо логістичних витрат. Є важливим застосування новітніх інформаційних технологій, що сприятиме ефективності обліку та контролю логістичних витрат й, на цій основі, ухвалення обґрунтованих управлінських рішень.

#### **Список використаних джерел:**

1. Офіційний сайт ПрАТ «Фірма «Полтавпиво». Річна звітність 2019 р.  
URL: <http://poltavpivo.com/ua/shareholders/read/godovaya-informatsiya-emityentatsyennyh-bumag-za-2019-g>.

2. Офіційний сайт ПрАТ «Фірма «Полтавпиво». Річна звітність 2018 р.  
URL: <http://poltavpivo.com/ua/shareholders/read/godovaya-informatsiya-emityentatsyennyh-bumag-za-2018-g>.

3. Офіційний сайт ПрАТ «Фірма «Полтавпиво». Річна звітність 2017 р.  
URL: <http://poltavpivo.com/ua/shareholders/read/godovaya-informatsiya-emityentatsyennyh-bumag-za-2017-g>.

4. Плекан У. Процесний підхід до організації обліку логістичних витрат виробничих підприємств. *Бухгалтерський облік, аналіз та аудит*. 2019. С. 130–139. URL: <https://galicianvisnyk.tntu.edu.ua/pdf/56/589.pdf>.

## ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ГРОШОВИХ ПОТОКІВ ПІДПРИЄМСТВА

**Рибак А. М., студент**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Демченко Т. А.,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Грошовий потік є динамічним показником, що характеризує постійний рух грошових ресурсів у результаті операційної, інвестиційної та фінансової діяльності підприємства, пов'язаний з надходженням (вхідні грошові потоки) чи витрачанням (вихідні грошові потоки) грошових ресурсів підприємства, може мати готівкову й безготівкову форми вираження в національній чи іноземній валюті та пов'язаний з певним моментом часу, однак може бути приведеним до іншого тощо. В результаті збалансування вхідних та вихідних грошових потоків утворюється чистий грошовий потік, що характеризує приріст чи зменшення грошових ресурсів і є результативним чинником діяльності підприємства.

Під грошовими потоками розуміють всі надходження і виплати грошових коштів. Вони є одним з найважливіших самостійних об'єктів фінансового аналізу, який проводиться з метою оцінки фінансової стійкості та платоспроможності підприємства.

Аналіз змін складу і структури грошових коштів у ПрАТ «Звенигородський сироробний комбінат» наведено в таблиці 1.

В ході аналізу встановлено, що кількість готівкових коштів та коштів на рахунках в банках збільшились, що свідчить про те, що фінансова стабільність підприємства за розглянутий період роботи підприємства не погіршилась. Кошти на рахунках у банку у 2019 році збільшились порівняно з 2016 роком на 11747 тис. грн.

Поточна дебіторська заборгованість з бюджетом, в тому числі з податку на прибуток та інша поточна дебіторська заборгованість має тенденцію щорічного зменшення, а це є гарним показником фінансової роботи підприємства.

**Дебіторська та кредиторська заборгованість ПрАТ «Звенигородський  
сироробний комбінат»**

Актив	Значення показника за роками				Зміни (+, –) у 2019 р., порівняно з 2016 р.		Тенденція
	2016	2017	2018	2019	тис. грн. 6 = 5–2	% 7 = 5/2	
1	2	3	4	5	6 = 5–2	7 = 5/2	8
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	52941	75242	77055	113154	60213	213,7	Збільшення
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1938	4387	1673	3151	1213	162,6	Збільшення
з бюджетом	2051	673	391	9	–2042	0,44	Зменшення
у тому числі з податку на прибуток	2050	673	386	0	–2050	0	Зменшення
Інша поточна дебіторська заборгованість	1647	105	161	52	–1595	3,1	Зменшення
Гроші та їх еквіваленти	2719	2642	19704	14503	11784	533,4	Збільшення
Готівка	2	1	34	39	37	1950	Збільшення
Рахунки в банках	2717	2641	19670	14464	11747	532,4	Збільшення
Інші оборотні активи	–	–	–	60	60	0	Збільшення
<b>Усього за розділом II</b>	<b>106310</b>	<b>147587</b>	<b>186278</b>	<b>233698</b>	<b>127388</b>	<b>219,8</b>	<b>Збільшення</b>
<b>Баланс</b>	<b>183800</b>	<b>235570</b>	<b>284722</b>	<b>336193</b>	<b>152393</b>	<b>182,9</b>	<b>Збільшення</b>

Діюча організація обліку грошових потоків забезпечує виконання завдань по їх обліку, проте багато часу витрачається працівниками бухгалтерії на складання допоміжних документів. При журнально–ордерній формі обліку на деяких підприємствах в журналах–ордерах і Відомостях до них не подається зміст операцій, що в свою чергу вимагає складання додаткових відомостей, де розшифровуються дані грошові операції. У разі необхідності отримання конкретної інформації щодо первинних операцій, потрібно робити вибірки із первинних документів, що неефективно і вимагає додаткових затрат часу.

**Список використаних джерел:**

1. Назаренко І. Ставки і розміри штрафних санкцій за порушення правил використання РРО та обігу готівки. *Все про бухгалтерський облік*. 2013. № 14. С. 37 – 39.
2. Климчук С. В. Напрями оцінки руху грошових коштів як визначальної

компоненти фінансової стійкості. *Економіка АПК*, 2013. № 9. С. 52 – 57.

3. Колузанов К. В. Аналіз структури руху грошових потоків для прийняття довгострокових управлінських рішень. *Економіка АПК*, 015. № 12. С. 80 – 85.

## **УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА**

**Рудик Р. Р.**, *магістрант*

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Воронін А. В.,  
Донецький національний університет імені Василя Стуса*

Сучасний стан розвитку ринкових відносин в Україні потребує якісного управління економікою на різних рівнях, зокрема на рівні окремих підприємств. Ефективність управління оборотними активами впливає на безперервний процес реалізації та виготовлення продукції, платоспроможність, конкурентоспроможність, ліквідність та фінансову стійкість підприємства. Тому вітчизняна економіка в сучасних умовах господарювання вимагає якісного управління оборотними активами. Від ефективних результатів управління оборотних активів підприємства залежить розвиток не лише підприємств, але й країни загалом.

Вивчення питань управління оборотними активами у багатьох наукових працях займалися вітчизняні і зарубіжні вчені. Значний внесок у дослідження проблем управління оборотними активами зробили такі вітчизняні вчені, як О. С. Бондаренко, Г. В. Брушко, Д. Л. Ящук, В. І. Чобіток, В. В. Ковальов, І. А. Бланк, А. М. Поддєрьогін, Г. Г. Кірейцев, В. А. Савчук.

Метою роботи є дослідження у сфері управління оборотних коштів підприємств.

Управління оборотними активами спочатку зобов'язане передбачати визначення оптимальної величини, ефективне використання розроблених варіантів фінансування. Оптимальна величина оборотних активів зобов'язана з однієї сторони створити безперервне ефективне функціонування підприємства, з іншої сторони – зменшити наявність недіючих поточних активів [1].

Потрібний об'єм оборотних активів потрібно розглядати з двох позицій: доходності та ліквідності.

При невисокому рівні оборотних активів можлива утрата ліквідності і, як внаслідок, можливі зміни в роботі та утрата прибутку. При збільшенні величини оборотних активів ризик утрати ліквідності зменшується. При деякому оптимальному рівні оборотних активів прибуток стає максимальним. Майбутнє зростання оборотних активів, спричинятиме до того, що підприємство зможе мати в своєму розпорядженні вільні активи, утримання яких призводить до витрат і зменшення доходу.

Тобто, стратегія і тактика управління оборотними активами заключається в знаходженні компромісу між ризиком втрати ліквідності та ефективністю роботи підприємства. Стратегія, дозволяє встановлюючи певні правила й обмеження, сконцентрувати зусилля на тих рішеннях, що не суперечать обраному напрямку управлінської діяльності. Завдання тактики управління – вибір найбільш оптимального рішення і способів його втілення в ситуації, яка склалася [2].

Першим кроком у системі ефективного управління оборотним коштом варто виділити їх структурний аналіз та динаміку, що дозволить визначити, яка тенденція: зменшення чи збільшення оборотних коштів, спостерігалася на підприємстві за попередні роки та визначити оптимальний обсяг і структуру оборотних коштів. Наступним кроком є аналіз показників ефективності використання оборотних коштів, а також чинників, які впливають на них[4].

Значних успіхів у зниженні загальної потреби в оборотних активах можна досягти напрацювавши ефективну політику управління дебіторською заборгованістю.

Результатом впровадження ефективної політики управління оборотними активами мають стати:

- створення безперервної роботи підприємства;
- зменшення об'ємів вільних поточних активів, і, як внаслідок, зменшення витрат на їх фінансування;



– прискорення обороту оборотних активів – підвищення доходу підприємства при збереженні ліквідності.

Отже, процес управління активами підприємства відіграє важливу роль у діяльності підприємства, оскільки саме від прийняття ефективних управлінських рішень керівництва стосовно активів підприємства залежить подальша фінансова діяльність, конкурентоспроможність, платоспроможність підприємства. Одночасно одним із найважливіших чинників стабілізації економіки є раціональне використання оборотних активів на підприємствах, покращення його використання за умови врахування чинників зовнішнього і внутрішнього середовища.

#### **Список використаних джерел:**

1. Баранова В.Г., Гоцуляк С.М. Теоретичні засади управління оборотним капіталом : навч. посіб. Одеса : ОДЕУ, 2008. 32 с.
2. Бондаренко О.С. Методологічні основи управління оборотними активами підприємств : навч.-метод. посіб. Київ: КНТЕУ, 2008. 40 с.
3. Бланк І.О., Ситник Г.В. Фінансове забезпечення розвитку підприємств : навч. посіб. Київ : КНТЕУ, 2011. 344 с.

## **РОЛЬ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

**Рябоха М. В., студентка**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Августова О. О.,  
Київський національний торговельно-економічний університет*

Однією з найважливіших проблем функціонування підприємств України в ринкових умовах є якісний облік та контроль за витратами та доходами як основного засобу досягнення належної ефективності діяльності. Вирішенню цієї проблеми має сприяти управлінський облік, або система управління витратами. Розробка і введення управлінського обліку на підприємствах – це частина загального процесу реформування системи бухгалтерського обліку в Україні. Здійснювати бізнес сьогодні, орієнтуючись виключно на минулі події, які надає фінансовий облік, неможливо.

Сьогодні в економічних дослідженнях використовуються різні розробки, присвячені питанням управлінського обліку як інструменту управління підприємствами. Вагомий внесок в дослідження та вивчення даної тематики зробили такі вітчизняні та іноземні вчені: Чередніченко Ю. В., Нападовська Л. В., Атамас П. Й., Воронова О. С., Юдіна М. І., Орлов І. О., Ч. Хорнгрен, Дж. Фостер, Ш. Датар, Портер М. Е. та ін. Але варто зазначити, що дана тема потребує й подальшого, ширшого дослідження, оскільки чимало питань досі залишаються не висвітленими і потребують теоретичного та методичного характеру.

Метою дослідження є вивчення та дослідження функцій управлінського обліку як ефективної та невід'ємної частини управління підприємством.

Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» визначено, що «Управлінський (внутрішньогосподарський) облік – це система обробки та підготовки інформації про діяльність підприємства для внутрішніх користувачів в процесі управління підприємством» [1].

Управлінський облік є основою ефективного і результативного прийняття рішень, оскільки дає змогу менеджерам вибрати й проаналізувати релевантну інформацію для створення, підтримання і зростання вартості. Це можливо завдяки його основних функцій.

У літературі зустрічаються різні підходи до виділення функцій управлінського обліку. Так, Л. В. Нападовська виділяє такі функції управлінського обліку:

– *інформаційна* – забезпечення менеджерів всіх рівнів інформацією, необхідною для ефективного планування, організації, контролю та прийняття оперативних управлінських рішень. Аналізуються можливі очікувані витрати, доходи та прибутки підприємства, що можуть виникнути при прийнятті того чи іншого важливого рішення та які дозволяють визначити ступінь господарського ризику;

– *комунікаційна* – формування інформації, яка є способом внутрішнього комунікаційного зв'язку між рівнями управління та різними структурними підрозділами одного рівня;

– *контрольна* – оперативний контроль та оцінка результатів діяльності внутрішніх підрозділів і підприємства в цілому в досягненні мети. Тут виділяють центри відповідальності, які можна охарактеризувати як структурний підрозділ підприємства, менеджер якого особисто відповідає за результати її роботи;

– *прогнозна* – перспективне планування і координування розвитку підприємства в майбутньому на підставі аналізу та оцінки фактичних результатів діяльності;

– *аналітична* – полягає у вивченні всієї системи прийняття рішень з метою її удосконалення. На даному етапі важливо зрозуміти, чи виконане поставлене завдання і що спричинило його невиконання: неправильний вибір мети, недоліки планування або контролю [2].

С. Ф. Голов виділяє такі функції управлінського обліку згідно з Концептуальною основою управлінського обліку, розробленою Міжнародною федерацією бухгалтерів:

– використання результатів (підзвітність, критерії результату, порівняння з еталоном);

– вартість процесів і технологій (використання ресурсів і створення вартості, взаємозв'язок процесів управління, розроблення та оцінка технології);

– потенціал, необхідний для ефективності функції (критична свідомість, творчі можливості, невинне вдосконалення, ключова компетентність);

– особлива функція управління (орієнтація на команду та цілі, орієнтація на бізнес-процеси, орієнтація на вартість, спрямованість на продуктивність ресурсів) [3, с. 19].

Отже, діяльність будь-якого підприємства неможлива без добре налагодженої та дієвої системи управління. Забезпечення якісною та оперативною обліковою інформацією користувачів є одним із надважливих

завдань для управлінського персоналу, реалізація якого можлива лише за виконання функцій управлінського обліку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Закон України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні» від 16.07.99 р. № 996-XI.
2. Нападовська Л. В. Базові принципи управлінського обліку. *Актуальні проблеми економіки*. 2013. № 1. С. 173–181.
3. Голов С. Ф. Управлінський облік : підручник. Київ : Центр навчальної літератури, 2018. 534 с.

### **ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ КОШТАМИ ПІДПРИЄМСТВА**

**Саванчук Т. М., к. е. н.,**  
*Дніпровський державний аграрно-економічний університет*

Раціональне управління грошовими коштами підприємства є одним з найпріоритетніших напрямків провадження управлінської діяльності, оскільки господарська діяльність суб'єкта господарювання нерозривно пов'язана з рухом грошових коштів та отриманням економічних ефектів від їх використання. Працівникам управлінської ланки постійно доводиться вирішувати питання, як захистити грошові кошти підприємства від інфляції, як забезпечити нормальну поточну діяльність та підтримувати репутацію підприємства як надійного фінансового партнера, уникаючи, при цьому, зайвих витрат коштів, які можна було б використати для короткострокових інвестицій та отримати від цього у майбутньому додаткові доходи.

В таких умовах дуже важливо мати своєчасну та релевантну інформацію про наявність та рух грошових коштів на підприємстві, а забезпечити отримання такої інформації може належна організація обліку грошових коштів і контроль за їх використанням. Виходячи з цього, вважаємо за необхідне, дослідивши сутність поняття «організація обліку», визначити основні завдання організації обліку грошових коштів підприємства як основи раціонального

управління ними.

Відповідно до положень Закону України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні» [3] за організацію бухгалтерського обліку на підприємствах несе їх власник чи уповноважений ним орган. Організація обліку має здійснюватися відповідно до чинного законодавства.

Однією із складових організації бухгалтерського обліку є облікова політика, яка визначена цим Законом: «...як сукупність принципів, методів та процедур, що використовуються підприємством для складання й подання фінансової звітності» [3].

Серед науковців у визначенні суті поняття «організація обліку» на сьогоднішній день немає одностайності. Так, Фабіянська І. Ю. розуміє організацію бухгалтерського обліку «...як сукупність елементів облікового процесу в їх статичному і динамічному стані, які забезпечують найбільш активну дію на процеси виконання плану, а також збереження виробничих ресурсів і дотримання режиму економії» [4, с.103].

Автори Бондаренко Н. М. та Таран В. В. вважають: «Процес організації передбачає цілеспрямоване створення, постійне впорядкування та вдосконалення системи обліку в підприємстві для її відповідності потребам управління» [1, с. 229]. Вони зазначають, що складовими облікової політики є організаційно-технологічні та методологічні аспекти

Владімірська М. також виділяє два аспекти формування облікової політики – методичний та організаційно-технічний. Вона наголошує: «Методичний аспект визначає варіанти відображення в обліковій політиці інформації про виробничо-господарську й фінансову діяльність виходячи із альтернативних способів і прийомів. Організаційний аспект визначає форми ведення та організації бухгалтерського обліку підприємства» [2, с. 8]. Судячи з зазначеного, автор виділяє організацію обліку як складову облікової політики.

На підприємстві необхідно здійснити ряд заходів для побудови облікового процесу з метою отримання релевантної інформації про грошові кошти, їх групування залежно від економічного значення та здійснення

контролю за їх раціональним витрачанням. Розробка та впровадження зазначених заходів – це одна із важливих складових організації обліку в цілому на підприємстві. Проведення заходів з організації обліку повинно передбачати вирішення цілої сукупності завдань, що визначені нами на рис.1.

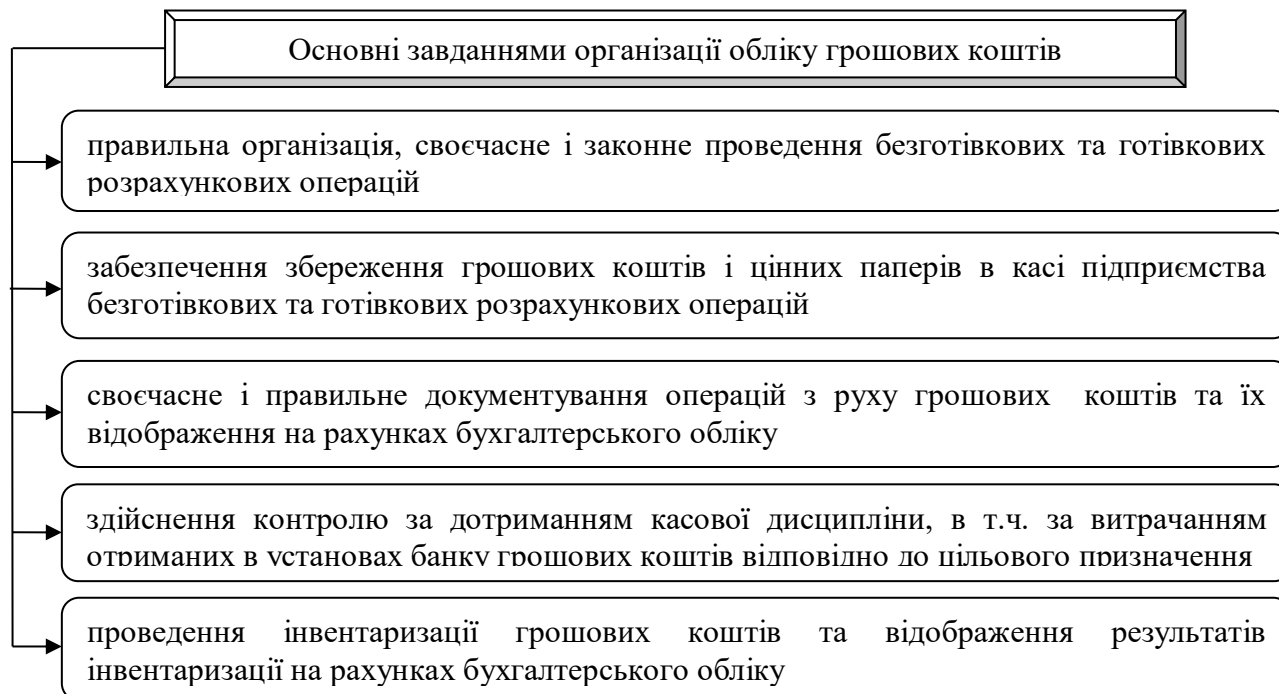


Рис. 1. Основні завдання організації обліку грошових коштів

Дослідивши праці науковців та діючі нормативні акти, можна зазначити, що організація обліку грошових коштів на кожному підприємстві повинна буди направлена на раціональний збір та передачу інформації управлінській ланці і базуватися на вимогам нормативно-правових актів України. Це дасть змогу вести бухгалтерський облік за єдиними принципами і таким чином забезпечить порівнянність облікової інформації та можливість її аналізу.

Таким чином, вирішуючи зазначені завдання, організація обліку грошових коштів забезпечить удосконалення та раціоналізацію обробки інформації, оптимальний розподіл обов'язків між персоналом бухгалтерії та належний контроль за використанням грошових коштів на підприємстві.

#### Список використаних джерел:

1. Бондаренко Н. М., Таран В. В. Організація обліку і контролю грошових коштів. *Причорноморські економічні студії*. 2017. Вип. 17. С. 229–234.

2. Владімірська М. Організація роботи каси на підприємстві. *Баланс*. 2011. № 75. С. 8–11.

3. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1997 р. № 996-XIV / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text> (дата звернення: 28.10.2021).

4. Фабіянська І. Ю. Організація бухгалтерського обліку сільськогосподарських підприємств. *Економіка АПК*. 2008. № 3. С. 103–106.

## **ЕВОЛЮЦІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ «КОНТРОЛІНГ»**

**Савків У. С., к. е. н., доцент,  
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника**

На початку формування теоретичних основ контролінгу було виділено три його основні напрями: орієнтація на систему обліку, інформацію й координацію. Проте внаслідок еволюційного розвитку ці напрями було розширено. Концепції контролінгу переорієнтувались на додану вартість, фінансовий результат, раціональність управління та самоаналіз.

Еволюція кожного етапу визначення економічної сутності контролінгу відбувається з огляду не тільки на поточну діяльність, а й на подальшу діяльність суб'єкта господарювання. З вищезазначеного, можна стисло охарактеризувати особливості етапів, які відігравали важливу роль у формуванні концепції контролінгу:

1. Підтримка ліквідності майна, як результат основну роль у концепції контролінгу відігравав бухгалтерський облік.

2. Головним пріоритетом розвитку підприємства є прибутковість, тобто контролінг базується на обліку витрат, плануванні та досягненні оперативних цілей.

3. Контролінг переходить з рівня оперативного на рівень стратегічного: аналізу, планування та управління.

4. Чітке бачення місії суб'єкта господарювання й визначення способів її досягнення на базі оперативного та стратегічного контролінгу.

Разом з тим у вищезазначених орієнтирах контролінгу чітко простежується декілька аспектів [7]:

- без якісного інформаційного забезпечення контролінг не зможе функціонувати;
- контролінг виконує функцію вторинної координації між підсистемами управлінських процесів суб'єкта господарювання;
- контролінг є функцією підтримки керівництва для забезпечення досягнення поставлених цілей;
- між контролінгом і контролем існує тісний взаємозв'язок, причому контроль підпорядковується контролінгу та забезпечує виявлення негативних сторін діяльності суб'єкта господарювання для подальшого застосування дій з боку контролінгу.

Г. Піч й Е. Шерм [4] у своїх наукових дослідженнях формують концепцію контролінгу, яка спрямована на координацію процесів функціонування суб'єкта господарювання, що на перше місце висуває комплекс завдань з планування, використовуючи інформаційну базу внутрішнього виробничого обліку.

Аналіз основних підходів, доводить, що найбільш прийнятним та розповсюдженим є концепції контролінгу, орієнтованих на інформацію, систему обліку та самоаналіз, без яких, не може бути забезпечена якість та ефективність контролінгу.

Самоаналіз спрямовується на визначення відхилень і перспективрозвитку суб'єкта господарювання. Щоб здійснити самоаналіз, виконавцю потрібна необхідна інформація. Отже, інформаційну підтримку має виконувати контролер, а менеджер – здійснювати самоаналіз управлінських дій і надалі подавати інформацію контролеру.

В сучасних умовах розвитку економіки основними суб'єктами управління підприємством є власники та інвестори, яких приваблює орієнтація контролінгу на фінансовий результат, (яка має за мету отримання позитивного фінансового результату) і створення суб'єктом господарювання доданої вартості. У такому випадку контролінг має забезпечити не тільки підтримку системи управління, а



й налагодити її ефективне функціонування без додаткового навантаження на виконавців, які беруть участь у цьому процесі. Також, керівники суб'єктів господарювання значну увагу приділяють формуванню доданої вартості, тому для досягнення визначеної мети необхідно створити умови, які б стимулювали працівників до її створення. У такому аспекті контролінг узгоджує дії всіх учасників управлінського процесу для досягнення поставленої мети.

Дослідження вітчизняних вчених Л. Пустовіт [4], О. Терещенка [6], М. Пушкар [5], розкривають досвід адаптації, впровадження та розвитку системи контролінгу на вітчизняних підприємствах.

Таким чином, у порівнянні з управлінським обліком контролінг є більш універсальним та виконує ширше коло функцій та завдань. Як справедливо зазначають Лігоненко Л. О. [2] та Вержбицький О. А. [1], крім управлінського обліку, класичний контролінг об'єднує й інші види обліку на підприємстві (бухгалтерський, фінансовий, управлінський, податковий, статистичний) в єдину облікову систему, яка виступає його інформаційним забезпеченням.

Враховуючи вищенаведені концепції контролінгу, можна стверджувати, що контролінг є сукупністю інструментів і методів орієнтованих на розвиток підприємства у довгостроковому та короткостроковому періоді, з ціллю досягнення його стійкого фінансового стану за рахунок запровадження, координації, бюджетування, планування, внутрішнього консалтингу, інформаційного-аналітичного забезпечення, вчасного виявлення відхилень від запланованих показників та нейтралізації ризиків у діяльності суб'єкта господарювання.

#### **Список використаних джерел:**

1. Вержбицький О. А. Контролінгова структура підприємства. URL: [http://www.nbuv.gov.ua/old\\_jrn/Soc\\_Gum/Vsed/2010\\_38/38/228-232](http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Vsed/2010_38/38/228-232).
2. Височин І. В., Лігоненко Л. О. Економіка торговельного підприємства : навч. посіб. Київ, 2010. 456 с.
3. Карцева В. В. Фінансовий контролінг у системі споживчої кооперації України : дис..док. екон. наук : 08.00.08. Ірпінь, 2015. 411 с.

4. Пустовіт Л. Є. Контролінг як функція управління конкурентоспроможністю підприємства. URL: [http://www.nbuuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/](http://www.nbuuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/).

5. Пушкар М. С., Пушкар Р. М. Контролінг – інформаційна підсистема стратегічного менеджменту : монографія. Тернопіль : Карт- бланш, 2004. 370 с.

6. Терещенко О. О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2003. 554 с.

7. Scherm E. Pietsch G. Controlling – Theorien und Konzeptionen, Muenchen, 2004.

## **ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ВИКОРИСТАННЯ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ**

**Сологуб Н. В.**, *магістрантка*

*Науковий керівник: к. е. н., професор Погорєлова О. В.,  
Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова*

Роль виробничих запасів у діяльності підприємства важко переоцінити. В сучасних умовах господарювання за допомогою виробничих запасів забезпечується ритмічність та безперервність господарської діяльності підприємства. Суб'єкти господарювання прагнуть підвищувати ефективність виробництва, створювати конкурентоспроможні якості продукції за допомогою використання нових технологій, нових форм роботи на управління виробництвом.

Для підвищення ефективності використання запасів підприємства та управління ними, застосовується такий інструмент, як організація бухгалтерського обліку виробничих запасів, за допомогою якого здійснюється облік та контроль їх збереження і раціонального використання. Тому облік виробничих запасів є одним із основних об'єктів в управлінні діяльністю підприємства.

Питанням розвитку теорії та практики обліку використання виробничих запасів в своїх роботах приділили увагу українські та зарубіжні науковці, такі

як: Ф. Ф. Бутинець, М. Г. Чумаченко, Є. В. Мних, В. Р. Ворхлік, В. П. Завгородній, І. Г. Яремчук, В. І. Єфіменко, М. Т. Білуха, З. В. Гуцайлюк, В. Г. Швець, О. С. Бородкін, С. Б. Барнгольц, С. І. Волков та інші. Проте виробнича діяльність в складних умовах сьогодення потребує впровадження нововведень щодо організації обліку запасів. А це, в свою чергу, вимагає подальшого наукового дослідження окремих питань обліку виробничих запасів та контролю за їх формуванням.

Основні підходи до формування інформації про запаси в бухгалтерському обліку регулюються П(С)БО 9 «Запаси». Характеристика запасів відповідно до п.4 П(С)БО 9 наведена на рис.1.



Рис. 1. Характеристика запасів відповідно П(С)БО 9 «Запаси» [1]

Запаси відносяться до оборотних активів, тому вони споживаються або реалізуються протягом одного операційного циклу, або протягом 12 місяців з дати балансу.

Організація синтетичного обліку наявності та руху виробничих запасів на підприємстві базується на використанні рахунку 20 «Виробничі запаси» за субрахунками, що відображені в табл.1.

Таблиця 1

#### Аналітика в обліку щодо виробничих запасів [4]

Рахунок	Субрахунки
20 «Виробничі запаси»	- 201 «Сировина й матеріали»
	- 202 «Купівельні напівфабрикати та комплектуючі вироби»
	- 203 «Паливо»
	- 204 «Тара й тарні матеріали»
	- 205 «Будівельні матеріали»
	- 206 «Матеріали педредані в переробку»

	- 207 «Запасні частини»
	- 208 «Матеріали сільськогосподарського призначення»
	- 209 «Інші матеріали»

На підприємстві створенням умов для зберігання запасів займається складське господарство. Безпосередньо на складі ведеться облік запасів, який тісно взаємопов'язаний з обліком у бухгалтерії. Якщо складський облік організований правильно, то й облік у бухгалтерії буде ефективним.

Одним із шляхів удосконалення складського й оперативного обліку виробничих запасів є модернізація та раціоналізація форм документів, документообігу, системи оформлення, реєстрації й обробки інформації.

На рис. 2 наведений перелік документів, за допомогою яких ведеться облік запасів за місцями їх зберігання.

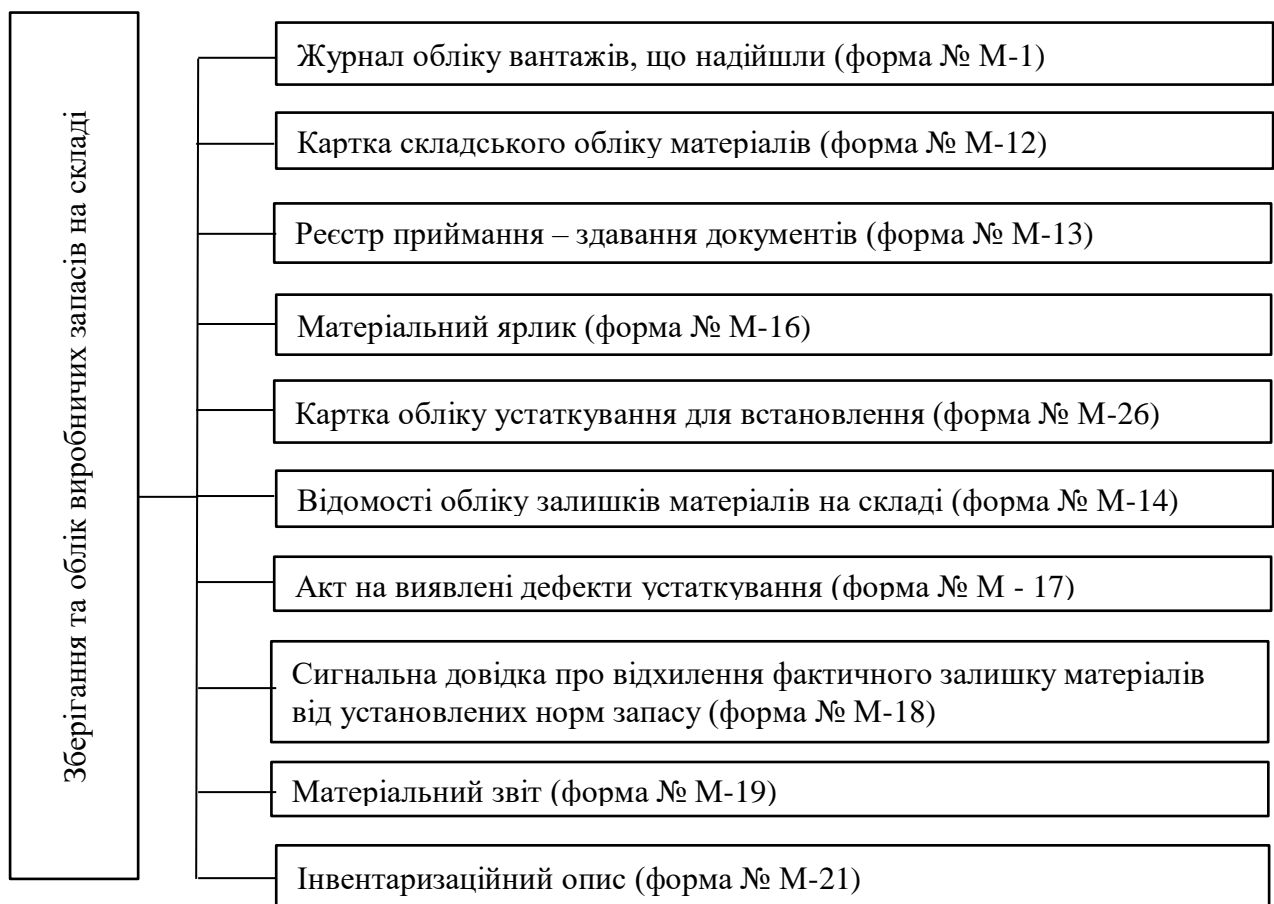


Рис. 2. Документування операцій зі зберігання та обліку виробничих запасів на складі [3]

Аналітичний облік виробничих запасів на складах ведеться з використанням карток складського обліку. Аналітичні рахунки підлягають групуванню за [2]:

- групами матеріалів;
- місцями зберігання;
- матеріально-відповідальними особами;
- синтетичними рахунками бухгалтерського обліку і субрахунками.

Осучаснення інформаційного забезпечення управління створює умови для використання на підприємстві електронного документообігу. В такий спосіб значно спрощується робота бухгалтера, пов'язана зі складанням та оформленням документів.

Застосування електронного обліку виробничих запасів дає змогу:

- зменшити кількість паперових документів;
- пришвидшити рух інформації між складами і бухгалтерією;
- покращити ефективність та результативність роботи працівників;
- зменшити витрати на друк, передачу, зберігання документів та їх копій.

Таким чином, раціональне використання виробничих запасів значно впливає на ефективність господарської діяльності підприємства. Удосконалення обліку виробничих запасів та оптимізація їх наявності сприятливо впливатиме на фінансові показники суб'єкта господарювання.

#### **Список використаних джерел:**

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси». URL: <https://kodeksy.com.ua/buh/psbo/9.htm> (дата звернення: 21.10.2021).
2. Ворхлік В. Р. Облік і контроль виробничих запасів та аналіз ефективності їх використання на підприємстві. *SWorld – 19–26 квітня 2016 року. Інноваційні погляди молодих вчених, 2016*: URL: <https://www.sworld.cjm.ua>konferm3> (дата звернення: 13.10.2021).
3. Гудзь Н. В., Денчук П. Н., Романів Р. В. Бухгалтерський облік. 2-е вид., перероб. і доп. Навч. посіб. Л.: Центр учбової літератури, 2016. 424с. URL:

[https://pidru4niki.com/87859/buhgalterskiy\\_oblik\\_ta\\_audit/buhgalterskiy\\_oblik\\_pere\\_dnova](https://pidru4niki.com/87859/buhgalterskiy_oblik_ta_audit/buhgalterskiy_oblik_pere_dnova) (дата звернення: 16.10.2021).

4. Бержанір І. А., Демченко Т. А., Кістол А. А. Проблеми та напрями вдосконалення обліку виробничих запасів. *Економічний простір*. 2016. № 107. С. 161–168.

5. Смалій Ю. О., Бенчак В. І., Польова Т. В. Удосконалення обліку та контролю наявності та руху виробничих запасів на підприємстві. *Ефективна економіка*. 2019. №10. URL: [http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/10\\_2019.pdf](http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/10_2019.pdf) (дата звернення: 19.10.2021).

## **МСФЗ ДЛЯ МАЛИХ ТА СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ: МОЖЛИВОСТІ ТА ВИКЛИКИ ЗАСТОСУВАННЯ**

**Степаненко Н. В.**, студентка

*Науковий керівник: доцент Задніпровський О. Г.,  
Київський національний торговельно-економічний університет*

Відомо, що баланс відображає фінансовий стан бізнесу. Він показує активи компанії з одного боку та джерела цих активів з іншого. Величина активів компанії це бухгалтерська вартість бізнесу, тоді як існує ще ринкова ціна компанії. Між ними може існувати розбіжність, але важливо, щоб активи підприємства були справедливо оцінені та достовірно представленні зацікавленим сторонам.

Коли йдеться про вимірювання активів існує два можливих способи оцінки:

- модель історичної вартості – вважається простішою для застосування;
- модель справедливої вартості – часто вимагає незалежної оцінки сертифікованими оцінювачами, що у свою чергу підвищує витрати підприємства.

Малі та середні підприємства (МСП) переважно не мають персоналу та фінансових ресурсів для застосування моделі справедливої вартості. Саме тому, з метою спрощення фінансової звітності для МСП, Радою з Міжнародних

стандартів та обліку було розроблено Міжнародний стандарт фінансової звітності для малих та середніх підприємств (МСФЗ для МСП) у 2009 році.

Стандарт зосереджується на інформаційних потребах кредиторів та інших користувачів фінансової звітності МСП, яких перш за все цікавить інформація про грошові потоки, ліквідність та платоспроможність.

Стандарт є окремою, простішою версією повної МСФЗ, метою якої є набір принципів бухгалтерського обліку, розроблених для малих компаній та компаній, що не котируються на біржі.

Як простіший стандарт, МСФЗ для МСП має такі характеристики:

1. Він складений «простою» англійською мовою, тому полегшує читання та розуміння.

2. Вилучені теми, знайдені у повних Стандартах МСФЗ, які не мають відношення до МСП.

3. У ньому менше розкриття інформації у порівнянні з повним МСФЗ.

Інвестори, регулюючі органи, аудитори, власники підприємств та професійні органи визначили переваги для МСП, які приймають такі міжнародні стандарти, як МСФЗ. Деякі з виявлених переваг включають:

1. Покращена прозорість та чіткіша управлінська інформація.

2. Поліпшення якості звітної інформації як результат відповідності більш високим стандартам бухгалтерського обліку.

3. Це спрощує порівняння фінансової інформації в різних юрисдикціях завдяки послідовності принципів бухгалтерського обліку та звітності.

4. Підвищує довіру інвесторів до бухгалтерського обліку та фінансової звітності малих та середніх підприємств, що, у свою чергу, сприяє їхньому розвитку.

5. Це полегшує перехід МСП, що розвиваються, до повної МСФЗ.

Для компаній, які керували дочірніми підприємствами в різних країнах - членах ЄС, стандарт МСП спростив би підготовку консолідованої звітності, оскільки не було б необхідності узгоджувати національні методи обліку.

З іншого боку, МСФЗ для МСП спричиняє досить велике навантаження на суб'єкти господарської діяльності з точки зору необхідних поправок у системі і процесах. Це означає, що для переходу МСП з загальноприйнятих стандартів місцевої країни на міжнародний стандарт, такий як МСФЗ, їм необхідно переробити внутрішні процеси та навчити персонал новій бухгалтерській практиці.

Для компаній, що працюють лише в одній країні і не потребують транскордонної відповідності – це додатковий тягар, який переважає будь-які потенційні вигоди. Адже це збільшить витрати на підготовку та аудит рахунків окремих компаній, а підвищені вимоги до розкриття інформації можуть потенційно поставити компанії, які прийняли його, у невідгдане становище, перед фірмами, які використовують менш жорсткі правила бухгалтерського обліку.

З точки зору опонентів, стандарт розрахований переважно на постачальників акціонерного капіталу, а не на інших аудиторій МСП, таких як торгові кредитори, податкові органи, власники та службовці, які були б більш знайомі з поточними національними режимами.

Підсумовуючи вище сказане, перехід на МСФЗ для МСП є раціональним для середніх підприємств, які планують в майбутньому переходити до повних МСФЗ, для дочірніх компаній великих корпорацій, для підприємств, які бажають привабити інвесторів. Тоді як для малих підприємств, МСФЗ для МСП можуть виявитись досить складними для застосування, через необхідність залучення як фінансових, так і трудових ресурсів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Корпоративне управління МСП: можливості та виклики МСФЗ для МСП. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/smes-corporate-governance-opportunities-challenges-nazih-hisham>.
2. Рада з Міжнародних стандартів та обліку. URL: <https://www.ifrs.org/issued-standards/ifrs-for-smes/>.



3. Dr. Zsuzsanna SZÉLES, Opportunities and Challenges in the Practical Application of Fair Value Model in the Field of SMEs Financial Reporting/ Dr. Zsuzsanna SZÉLES, Dr. Nikolina DEČMAN – 2019.

## **РОЗРАХУНОК АМОРТИЗАЦІЇ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ ОБЕРНЕНИМИ МЕТОДАМИ ЗМЕНШЕННЯ ЗАЛИШКОВОЇ ВАРТОСТІ**

*Сук П. Л., д. е. н., професор,  
Відокремлений підрозділ Національного університету біоресурсів і  
природокористування України «Ніжинський агротехнічний інститут»*

Одним із видів необоротних активів є нематеріальні активи (далі – НА). НА включають різні права на користування об'єктами, які можна оцінити в грошових одиницях та які здатні приносити власнику дохід.

Методологічні засади формування у бухгалтерському обліку інформації про нематеріальні активи і незавершені капітальні інвестиції в нематеріальні активи та розкриття інформації про них у фінансовій звітності визначає П(С)БО 8 “Нематеріальні активи” [1].

Вартість НА розподіляється протягом періоду їх використання, тому по них нараховують амортизацію. Існують різні методи амортизації НА.

Згідно Податкового кодексу України [2] і П(С)БО 7 “Основні засоби” [3] в фінансовому обліку використовують п'ять методів нарахування амортизації: прямолінійний, зменшення залишкової вартості, прискорене зменшення залишкової вартості, кумулятивний, виробничий.

В управлінському обліку можна використовувати будь-які методи нарахування амортизації на розсуд підприємства, зокрема обернені методи зменшення залишкової вартості.

Ці методи є протилежними до методів зменшення залишкової вартості.

У міжнародній практиці існує багато видів методу зменшення залишкової вартості. Підприємство може обрати будь-яку ставку (коефіцієнт) для амортизації, але не більше 3 (тобто включно до 300%) [4; 5; 6; 7; 8; 9; 10; 11; 12].

Щоб визначити амортизацію за оберненим методом зменшення залишкової вартості необхідно спочатку вирахувати амортизацію за методом зменшення залишкової вартості і переставити навпаки: перший рік в останній, другий в передостанній і т.д.

Отже, амортизацію НА можна нараховувати такими оберненими методами зменшення залишкової вартості:

1. Обернений метод зменшення залишкової вартості.
2. Обернений метод прискореного зменшення залишкової вартості (або метод 200% зменшення залишкової вартості).
3. Обернений метод 125% зменшення залишкової вартості.
4. Обернений метод 130% зменшення залишкової вартості.
5. Обернений метод 150% зменшення залишкової вартості.
6. Обернений метод 170% зменшення залишкової вартості.
7. Обернений метод 175% зменшення залишкової вартості.
8. Обернений метод 180% зменшення залишкової вартості.
9. Обернений метод 230% зменшення залишкової вартості.
10. Обернений метод 250% зменшення залишкової вартості.
11. Обернений метод 300% зменшення залишкової вартості.

Вибираючи той чи інший прискорюючий коефіцієнт від 1 до 3 підприємство може використовувати будь-які обернені методи зменшення залишкової вартості: 108%, 127%, 134%, 143%, 152%, 217%, 248%, 293% і інші. Метод амортизації НА повинен забезпечити взаємозв'язок між ступенем використання об'єкта в тому чи іншому періоді і отриманими при цьому економічними вигодами.

На прикладі визначимо амортизацію НА за оберненим методом зменшення залишкової вартості.

Первісна (початкова) вартість нематеріальних активів – 51000 грн, строк експлуатації 5 років, ліквідаційна вартість – 1000 грн. Таким чином, вартість НА, що підлягає амортизації, становить 50000 грн ( $51000 - 1000 = 50000$ ).

Спочатку потрібно визначити амортизацію за методом зменшення залишкової вартості (табл. 1).

За цим методом річна сума амортизації визначається як добуток залишкової вартості об'єкта на початок звітного року або первісної вартості на дату початку нарахування амортизації та річної норми амортизації. Вона обчислюється як різниця між одиницею та результатом кореня ступеня кількості років корисного використання об'єкта від результату ділення ліквідаційної вартості об'єкта на його первісну вартість.

Таблиця 1

### Розрахунок суми амортизації за методом зменшення залишкової вартості

Рік	Первісна (залишкова) вартість, грн	Річна норма амортизації, грн	Річна сума амортизації, грн
1	51000	54,45	27770
2	23230	54,45	12649
3	10581	54,45	5761
4	4820	54,45	2624
5	2196	54,45	1196
х	Разом	х	50000

Сума амортизації за методом зменшення залишкової вартості розраховується за формулами:

$$PСА = П_{зв} \times PНА,$$

де  $П_{зв}$  – первісна (залишкова вартість);  $PНА$  – річна норма амортизації

$$PНА = (1 - \sqrt[n]{ЛІВ : ПВ}) \times 100\%,$$

де  $n$  – кількість років корисного використання об'єкта.

$$1 - \sqrt[5]{(1000 : 51000)} \times 100\% = 54,45\%.$$

Річна норма амортизації – 54,45%.

Для обчислення амортизації за оберненим методом зменшення залишкової вартості потрібно навпаки переставити роки із методу зменшення залишкової вартості: перший рік у останній рік, другий у передостанній і т.д. (табл. 2).

Як видно з таблиць 1 і 2, обернений метод зменшення залишкової вартості дає змогу розподілити амортизацію НА у протилежному порядку до методу зменшення залишкової вартості.

Таблиця 2

**Розрахунок суми амортизації за оберненим методом зменшення залишкової вартості**

Рік	Первісна (залишкова) вартість, грн	Річна норма амортизації, грн	Річна сума амортизації, грн
1	2196	54,45	1196
2	4820	54,45	2624
3	10581	54,45	5761
4	23230	54,45	12649
5	51000	54,45	27770
x	Разом	x	50000

Отже, метод зменшення залишкової вартості є дигресивним, бо в ньому суми амортизації в перші роки найбільші і знижуються до найменшої в останній рік. Обернений метод зменшення залишкової вартості, навпаки – прогресивний, бо найменша сума амортизації розподіляється в перший рік і найбільша – в останній.

Обернені методи зменшення залишкової вартості для нарахування амортизації не передбачені законодавством України, тому вони можуть використовуватись в управлінському обліку.

**Список використаних джерел:**

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 “Нематеріальні активи”, затверджено наказом Міністерства фінансів України 18 жовтня 1999 р. № 242, зареєстровано в Міністерстві юстиції України 2 листопада 1999 р. за № 750/4043. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0750-99#Text>.

2. Податковий кодекс України від 02 грудня 2010 р. № 2755-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>.

3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 “Основні засоби”, затверджено наказом Міністерства фінансів України 27 квітня 2000 р. № 92,

zareestrovano v Ministerstvi yustitsii Ukraini 18 travnya 2000 p. za № 288/4509.

URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00#Text>.

4. Mižnarodnij standart buhgalter's'kogo obliku 16 "Osnovni zasobi".

URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929\\_014#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_014#Text).

5. <https://www.accountingcoach.com/terms/D/declining-balance-method-of-depreciation>.

6. URL: <https://smallbusiness.chron.com/gaap-declining-balance-method-55759.html>.

7. Polozhennja z buhgalter's'kogo obliku 6/01 «Oblik osnovnih zasobiv», zatverdzheno nakazom Ministerstva finansiv Rosijs'koi Federacii 30 bereznja 2001 p. № 26n, zareestrovano v Ministerstvi yustitsii Rosijs'koi Federacii 28 kvitnja 2001 p. № 2689. URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc>.

8. URL: <https://obd2bluetooth.ru/sposob-umenshaemogo-ostatka/>.

9. URL: <https://spmag.ru/articles/metod-umenshaemogo-ostatka-nachisleniya-amortizacii-formula>.

10. URL: <https://spmag.ru/articles/godovaya-norma-amortizacii>.

11. URL: <https://spmag.ru/articles/metod-umenshaemogo-ostatka>.

12. Instrukcija pro porjadok narahuvannja amortizacii osnovnih zasobiv i nematerial'nih aktiviv, zatverdzhena Postanovoju Ministerstva ekonomiki Respubliki Bilorus', Ministerstva finansiv Respubliki Bilorus' ta Ministerstva arhitekturi i budivництва Respubliki Bilorus' vid 27.02.2009 p. №37/18/6. URL: <https://studopedia.info/5-62682.html>.

## **ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ І АНАЛІЗУ ВИТРАТ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА**

**Тімановська Я. В.**, студентка

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Демченко Т. А.,*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Priskorennja integracijnih procesiv ta rozvitok rинкових відносин ускладнюють умови господарювання. Підприємства прагнуть досягнути стійкої тенденції збільшення величини отриманого прибутку. Однією з основних

проблем, яку їм при цьому доводиться вирішувати, є підвищення рівня конкурентоспроможності продукції, що випускається підприємством. Зміна вітчизняної системи бухгалтерського обліку згідно вимог міжнародних бухгалтерських стандартів, прийняття національних стандартів та Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій призвели до суттєвої перебудови методології бухгалтерського обліку і необхідності перегляду питань його організації, зокрема обліку витрат діяльності.

Працівники бухгалтерії підприємства одержали можливість організувати облік і аналіз витрат для внутрішньо управлінських цілей з використанням методів, які забезпечують одержання інформації, адекватної потребам управління підприємством в ринковій економіці. В цих умовах зростають вимоги до бухгалтерського обліку, перш за все, в напрямку підвищення гнучкості, аналітичності та оперативності одержуваної інформації про витрати діяльності для прийняття ефективних управлінських рішень. Вирішення цієї проблеми вимагає створення нової системи одержання інформації про витрати діяльності підприємства, застосування нетрадиційних для вітчизняної практики бухгалтерського обліку підходів до оптимізації результатів діяльності підприємства через використання принципів і методів управлінського обліку.

Проблеми обліку, аудиту та аналізу витрат діяльності займають важливу ланку в системі управління промисловим підприємством.

Дослідження стану доходів і витрат у ПрАТ «Київський завод експериментальних конструкцій» за період 2017–2019 років показують, що чистий доход підприємства збільшився у 2019 році (29 878,1 тис. грн) порівняно з 2017 роком (22 978,7 тис. грн) на 6899,4 тис. грн і на 2 974,5 тис. грн порівняно з 2018 роком.

Витрати підприємства також збільшилися на 4 253,7 тис. грн у 2019 році (26 715,4 тис. грн) порівняно з 2017 роком (22 461,7 тис. грн), зокрема збільшилися інші операційні витрати на 4 294,1 тис. грн, треба при цьому

відмітити суттєве зменшення собівартості реалізованої продукції на 780,5 тис. грн. (табл.1).

Таблиця 1

**Динаміка структури доходів і витрат у ПрАТ «Київський завод експериментальних конструкцій», тис. грн**

Доходи	2017 р.	2018 р.	2019 р.	Відхилення 2019 р. до 2017 р., (+,-)
1.Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	22978,7	26903,6	29878,1	6899,4
2.Інші операційні доходи	162,3	463,3	915,4	753,1
3. Інші доходи	143,5	432,8	1026,1	882,6
Всього <i>доходи</i> складають	23284,5	27799,7	31819,6	8535,1
<b>Витрати</b>				
1.Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	7325,6	7682,7	6545,1	-780,5
2.Інші операційні витрати	14950,3	15027,4	19244,4	4294,1
3.Витрати (дохід) з податку на прибуток	-185,8	-695,2	-925,9	-740,1
Всього <i>витрати</i> складають	22461,7	23405,3	26715,4	4253,7
Чистий фінансовий результат: – прибуток (збиток)	822,8	4394,4	5104,2	4281,4

*\*Джерело: складено автором на основі показників фінансової звітності підприємства [1,2,3]*

Внаслідок таких змін діяльності ПрАТ «Київський завод експериментальних конструкцій» отримало чистий прибуток у 2019 році (5 104,2 тис. грн) порівняно з 2017 роком (822,8 тис. грн) на 4 281,4 тис. грн і на 709,8 тис. грн порівняно з 2018 роком.

Динаміку змін доходів і витрат ПрАТ «Київський завод експериментальних конструкцій» за період 2017–2019 років показано на рис.1.

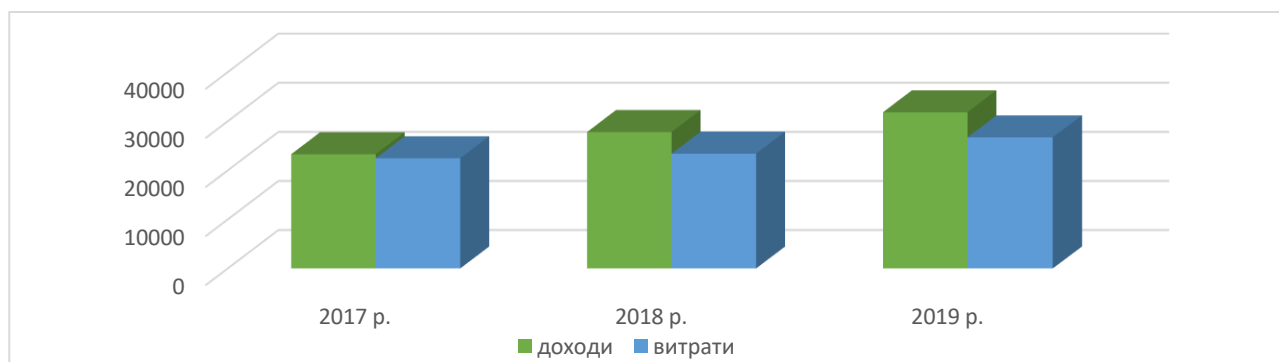


Рис.1. Структура та динаміка витрат і доходів ПрАТ «Київський завод експериментальних конструкцій» за 2017–2019 роки

Одним з напрямів удосконалення первинного обліку на промисловому підприємстві може бути скорочення кількості документів, що досягається шляхом впровадження накопичувальних документів, створення комплексних документів, розробки єдиних форм документів для підприємства.

Для підвищення рівня інформаційного забезпечення управління діяльністю центрів відповідальності необхідно розробити форми документів, які дозволяють значно поглибити ступінь аналітичності даних обліку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Річна звітність ПрАТ «Київський завод експериментальних конструкцій» 2019 р. URL: <http://kzek.kiev.ua/?q=node/62>.
2. Річна звітність ПрАТ «Київський завод експериментальних конструкцій» 2018 р. URL: <http://kzek.kiev.ua/?q=node/60>.
3. Річна звітність ПрАТ «Київський завод експериментальних конструкцій» 2017 р. URL: <http://kzek.kiev.ua/?q=node/57>.
4. Хомин П.О. Облік витрат виробництва за журнально-ордерною формою. *Бухгалтерський облік і аудит*, 2008. №3. С.16–23.
5. Чирва О., Демченко Т. Бухгалтерський облік: навч. посіб. Умань: ВПЦ «Візаві», 2017. 170 с.

### **НЕФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ: ПОГЛИБЛЕННЯ РОЗУМІННЯ РИЗИКІВ ТА МОЖЛИВОСТЕЙ**

*Ходзицька В. В., к. е. н., доцент,  
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана*

Євроінтеграційні процеси та вихід вітчизняних підприємств на світовий ринок вимагають запровадження сучасних практик взаємодії як держави та бізнесу, так і, своєю чергою, бізнесу й суспільства, які б дали можливість посилити взаємну відповідальність усіх учасників громадського життя, створити умови для їх подальшого успішного розвитку. Як свідчить практика, 75% керівників світових інвестиційних фондів вважають, що показники сталого розвитку компанії впливають на її інвестиційну привабливість. Надання



нефінансових показників у річних звітах компаній стає все більш поширеним у світі

Ієрархічну класифікацію нефінансової звітності складають чотири рівні, кожен з яких представляє певну інформацію залежно від користувачів та їх потреб:

1. Мегарівень: інформація призначена для неурядових організацій та світових співтовариств.

2. Макрорівень: інформація призначена для місцевих органів та держави.

3. Мезорівень: інформація призначена для споживачів, кредиторів та інвесторів.

4. Мікрорівень: інформація призначена для робітників компанії, акціонерів, бізнес-партнерів.

Нефінансова звітність має різні: – форми підготовки, від визначених і затверджених міжнародними стандартами, які визначають її зміст та формат, до складених у вільній формі за власними ідеями та поняттями; – назви, а саме:

– звіт про сталий розвиток;

– звіт про корпоративну соціальну відповідальність;

– соціальний звіт;

– звіт про прогрес у реалізації принципів Глобального договору; інтегрований звіт.

Найпоширенішими стандартами у світі, згідно з вимогами яких готують нефінансову звітність, є вищезазначені стандарти GRI. В основі Глобальної ініціативи зі звітності лежить положення, що економічні, екологічні та соціальні результати діяльності компанії безпосередньо пов'язані з її стійким довготривалим розвитком. Нефінансова звітність, підготовлена за стандартом GRI, допомагає бізнесу краще розуміти проблеми, ризики і можливості для розвитку та демонструвати його фінансову, економічну й соціальну результативність.

Нефінансова звітність, складена за стандартами GRI, як інструмент управління підприємством для вимірювання соціальної відповідальності має свої переваги – як внутрішні, так і зовнішні.

До внутрішніх переваг можна віднести:

- поглиблення розуміння ризиків та можливостей;
- акцент на зв'язку між фінансовими та нефінансовими показниками;
- вплив на довгострокову стратегію управління, політику та бізнес-плани;
- упорядкування бізнес-процесів, зменшення витрат та підвищення ефективності діяльності;
- бенчмаркінг та оцінка результативності розвитку відповідно до виконання законів, норм, кодексів, стандартів та добровільних ініціатив;
- порівняння продуктивності всередині підприємства.

Серед зовнішніх переваг зазначимо:

- покращення репутації та довіри до підприємства;
- залучення зовнішніх зацікавлених сторін для оцінювання справжньої вартості організації, її матеріальних та нематеріальних активів;
- виявлення впливу організації на очікування щодо сталого розвитку.

Стандарти звітності щодо сталого розвитку GRI розробляються з урахуванням справжніх внесків зацікавлених сторін та закріплені у суспільних інтересах. Поряд з тим ще існують інші стандарти і звіти, які набирають стрімкої популярності, серед них міжнародні стандарти IIRC та стандарти SASB (США), які стосуються питань сталого розвитку [3; 4].

Місія IIRC (International Integrated Reporting Council) полягає у створенні інтегрованої звітності щодо основної ділової практики як норми в державному та приватному секторах. Тобто інтегрований (комплексний) звіт передбачає стислий виклад того, як стратегія, управління, продуктивність та перспективи організації в контексті її зовнішнього середовища приводять до створення цінності в короткостроковій, середньостроковій та довгостроковій перспективах.

Рада зі стандартів звітності сталого розвитку SASB (The Sustainability Accounting Standards Board) займається розробкою спеціальних стандартів для розкриття нефінансової інформації публічних компаній США. Тематика стандартів SASB щодо стійкості організована за п'ятьма аспектами сталого розвитку:

- 1) вплив на навколишнє середовище;
- 2) соціальний капітал, тобто очікування, що бізнес сприятиме суспільству;
- 3) управління людськими ресурсами компанії;
- 4) бізнес-модель та інновації (цей аспект стосується інтеграції екологічних, людських та соціальних проблем у процесі створення вартості компанії);
- 5) лідерство та управління, тобто включає регулювання відповідності, управління ризиками, управління безпекою, постачання матеріалів, конфлікт інтересів, антиконкурентну поведінку, корупцію та хабарництво.

Отже, нефінансова звітність складається з інформації про діяльність підприємств приватного та державного секторів. Ця інформація має відображати дотримання високих стандартів операційної та виробничої діяльності, соціальних стандартів, забезпечення якісної роботи з персоналом і спрямована на мінімізацію шкідливого впливу на навколишнє середовище, вирівнювання існуючих економічних і соціальних диспропорцій, створення довірливих взаємовідносин між бізнесом, суспільством та державою.

#### **Список використаних джерел:**

1. Наказ Міністерства фінансів України «Про затвердження Методичних рекомендацій зі складання звіту про управління. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0982201-18>.

2. Про затвердження змін до Інструкції про порядок складання та оприлюднення фінансової звітності банків України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0034500-18#n30>.

3. Ловінська Л. Г. Вплив євроінтеграційних процесів на розвиток бухгалтерського обліку та звітності в Україні. *Фінанси України*. 2014. № 9. С. 21 –30.

4. 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. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32014L0095>.

## **ОЦІНКА ЗНАЧЕННЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА ДЛЯ РІЗНИХ ЇЇ КОРИСТУВАЧІВ**

**Чернецька Я. С., магістрант**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Гавриленко Н. В.,  
Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова*

Моделювання при побудові облікового процесу і формуванні облікової політики господарюючого суб'єкта знайшло відображення в наукових працях Т. В. Барановської, Н. В. Гавриленко, О. В. Грищенко, Н. О. Козицької, П. Й. Атамаса, Г. М. Давидова та багатьох інших вчених. В них значну увагу акцентовано на призначенні та способах моделювання в бухгалтерському обліку, його розвитку від ізоморфних моделей до гомоморфних, розробці облікової політики, призначеної для виконання цілей бухгалтерського обліку шляхом вибору адекватних моделей обліку. Разом з тим, необхідним є обґрунтування визначення «моделювання облікового процесу», уточнення його функцій і побудова його принципової схеми для більш повного розуміння його сутності і ролі, уточнення факторів формування облікової політики, які сприяють зниженню бухгалтерських ризиків.

Обліковою політикою затверджуються способи і елементи, які є необхідними для ведення бухгалтерського обліку і суттєво впливають на оцінку і прийняття рішень зацікавленими користувачами. Значущість облікової політики полягає у впливі її змісту на прийняття управлінських рішень зацікавленими користувачами і її висвітлено на рисунку 1.



Рис.1. Використання облікової політики користувачами

Результати дослідження дають можливість зробити висновок про те, що значення облікової політики обумовлене наступними її функціями:

– оптимізаційною, що виражається у виборі і розробці способів обліку, регулюванні документообігу, підвищенні якості групування фактів господарського життя і надання облікової інформації в бухгалтерській звітності;

– регулюючою функцією, спрямованою на коректне відображення господарських процесів у бухгалтерському обліку та зниженні трудомісткості облікового процесу;

– конкретизуючою функцією, яка доповнює нормативно-правові акти з бухгалтерського обліку правилами і методиками, що розроблені в самій організації;

– захисною функцією, що реалізується при аудиторських і податкових перевірках, вирішенні судових спорів; інформаційною функцією, що

проявляється при аналізі форм бухгалтерської звітності зовнішніми користувачами.

Представлення моделювання облікового процесу у вигляді принципової схеми дає можливість сформулювати визначення облікового процесу, як методу бухгалтерського обліку, призначеного для оптимізації облікової системи підприємства і який дозволяє конкретизувати його функції шляхом адаптації до специфіки облікового процесу. На базі цього визначення можна виділити такі функції моделювання облікового процесу:

- функція формування і апробації варіантів ведення бухгалтерського обліку в ході створення багатоваріантної моделі облікового процесу і її перевірки на практиці;
- аналітично-вибіркова функція, що об'єднує аналіз і вибір найбільш ефективної моделі облікового процесу з багатьох варіантів;
- функція раціоналізації облікового процесу.

#### **Список використаних джерел:**

1. Барановська Т. В. Облікова політика підприємств в Україні: теорія і практика : автореф. дис... канд. екон. наук : 08.06.04. Київ, 2005. 21 с.
2. Гавриленко Н., Грищенко О. Проблеми застосування методів визначення справедливої вартості активів і зобов'язань. *Збірник наукових праць «Проблеми системного підходу в економіці»*. Національний авіаційний університет . 2017. № 3(57). С.168–173.
3. Буга Н., Гавриленко Н. Методика обліку та формування облікової політики на малих підприємствах Миколаївського регіону. *Генерація наукових ідей: культурологічні та правові аспекти досліджень проблеми сучасного українського суспільства* : тези доп. всеукр. наук.-практ. конф., м. Первомайськ, 2011. С. 19–25.
4. Сучасний бухгалтерський облік, аналіз і аудит : галузевий аспект : колективна монографія у 2 т. / П. Й. Атамас та інші; за заг. ред. П. Й. Атамаса. Дніпропетровськ : Герда, 2013. 358 с.

**СЕКЦІЯ 4**  
**ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ЯК ОСНОВА ЗМІЦНЕННЯ**  
**НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ**

**ФІШИНГ – СУЧАСНА ЗАГРОЗА ДЛЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО**  
**СУСПІЛЬСТВА**

**Барвінок М. В.**, *старший викладач,*  
*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Розвиток науково-технічного прогресу, пов'язаний із впровадженням сучасних інформаційних технологій, призвів до появи нових видів злочинів, зокрема, до незаконного втручання в роботу електронно-обчислювальних машин, систем та комп'ютерних мереж, розкрадання, присвоєння, вимагання комп'ютерної інформації, небезпечного протигромадського явища.

Фішинг – це вид інтернет-шахрайства, метою якого є отримання доступу до конфіденційних даних користувача, наприклад, логінів та паролів. Це досягається шляхом проведення масових розсилок електронних листів від імені популярних брендів, а також особистих повідомлень у різних сервісах. Листи містять у собі пряме посилання на сайт, що зовні не відрізняється від сьогодення, або на сайт з редіректором. Редірект – це перенаправлення користувача з однієї сторінки на іншу (з одного URL на іншу). Слід наголосити, що редіректи можуть перенаправляти відвідувачів як на сторінки того ж сайту, так і на сторінки іншого сайту.

Після того як користувач потрапляє на підроблену сторінку, інтернет-шахраї намагаються різними психологічними прийомами спонукати користувача ввести на підробленій сторінці свої логін та пароль, які він використовує для доступу до певного сайту, що дозволяє шахраям отримати доступ до особистої інформації та банківських рахунків своєї жертви. Фішингова кампанія - це масове розсилання спам-повідомлень або інших форм комунікації з метою змусити одержувачів виконати дії, які ставлять під загрозу їхню особисту безпеку або безпеку організації, в якій вони працюють [1].

Крім того, повідомлення у розсилці фішингу можуть містити заражені вкладення або посилання на шкідливі сайти. Вони також можуть просити одержувача у листі у відповідь надати конфіденційну інформацію. Варто згадати про таке поняття, як соціальна інженерія. Соціальна інженерія – це метод маніпуляції діями людини, який полягає у використанні слабкостей людського чинника з метою незаконного отримання особистої інформації, наприклад, банківські дані або несанкціонованого доступу до комп'ютера жертви з метою встановлення на нього шкідливого ПЗ [4]. Атака з використанням шкідливого програмного забезпечення – це зараження комп'ютерної системи або мережі комп'ютерним вірусом або іншим типом шкідливого програмного забезпечення. У свою чергу, комп'ютер, заражений шкідливою програмою, може використовуватися інтернет-шахраями для досягнення різних цілей. До них відносяться крадіжка конфіденційних даних, використання комп'ютера для скоєння інших злочинних дій або заподіяння шкоди даним. Відомим прикладом атаки з використанням шкідливого ПЗ є атака WannaCry - це тип програм-вимагачів, які використовують вразливість комп'ютерів на операційній системі Windows. У травні 2017 року жертвами WannaCry стали 230 000 комп'ютерів у 150 країнах світу. Власники заблокованих файлів надіслали повідомлення зі згодою сплатити викуп за відновлення доступу до своїх даних. Фінансові втрати в результаті діяльності WannaCry оцінюються у 4 мільярди доларів. Отже, фішинг – один з різновидів соціальної інженерії, заснований на незнанні користувачами основ мережевої безпеки.

На початку 2020 р. почав поширюватися вірус COVID-19. Внаслідок цього діяльність багатьох перейшла в інформаційний простір. Більшість установ перейшло на дистанційний формат роботи та навчання, також стали популярними онлайн-покупки в інтернет-магазинах та кур'єрські доставки. Ситуація, що склалася, не залишилася без уваги інтернет-шахраїв. Оскільки інформацію в інтернеті неможливо контролювати, він залишається місцем, де користувач ризикує нарватися на безліч проблем, у цьому випадку це



підроблений сайт. Завданням підроблених сайтів є використання особистих даних користувачів реальних сайтів у злочинних цілях. Такі сайти-підробки створюються як підробки популярних веб-ресурсів, яким довіряють користувачі. Практично завжди дизайн сайтів-підробок нагадує чи навіть буває ідентичним дизайну реального популярного сайту. Такі сайти небезпечні наступним – крадіжкою особистих даних користувачів (паролів, логінів чи пін-кодів); поширенням шкідливих ПЗ; нав'язуванням платних послуг.

Існують різні методи боротьби з фішингом, включаючи законодавчі заходи та спеціальні технології, створені захисту від фішингу. Наприклад, для захисту такого шахрайства виробники основних інтернет-браузерів домовилися про застосування однакових способів інформування користувачів про те, що вони відкрили підозрілий сайт, який може належати шахраям. Нові версії браузерів вже мають таку можливість, яка відповідно називається «антифішинг». Найпростіший спосіб методу боротьби з фішингом полягає в тому, щоб навчити людей розрізняти фішинг та боротися з ним. Для того, щоб не стати жертвою інтернет-шахраїв достатньо дотримуватись наступних правил комп'ютерної безпеки:

1. Не переходьте за посиланням від незнайомих людей і не переглядайте файли.
2. Якщо на пошту надійшов підозрілий лист від імені відомої компанії, краще зв'язатися з ними за телефоном, вказаним на офіційному сайті компанії та переконайтеся, що вам дзвонили не шахраї.
3. Не натискайте на посилання в електронних спам-повідомленнях та на сайтах, яким не довіряєте.
4. Не надавайте особисту інформацію, не переконавшись у безпеці каналу передачі.
5. Не відвідуйте шкідливі сайти. Уважно перевіряйте адреси веб-сайтів, які ви відвідуєте.
6. Робіть регулярне резервне копіювання даних.
7. Встановіть антивірусну програму.

8. Періодично оновлюйте антивірусну програму, щоб забезпечити найкращий рівень захисту.

9. Регулярно оновлюйте програмне забезпечення та операційну систему.

10. Видаліть програмне забезпечення, яким ви не користуєтеся.

11. Ніколи не підписуйтеся на жодні комп'ютерні розсилки.

12. Використовуйте сильні паролі, які важко підібрати і ніде їх не записуйте.

13. Уважно перегляньте свої банківські виписки [5].

Так можна сформулювати правила комп'ютерної безпеки, які допоможуть вам не стати жертвами інтернет-шахраїв. Ці правила застосовуються до багатьох видів кіберзлочинів, зокрема – до фішингу.

Особливістю схеми фішингу є той факт, що жертва такого ІТ-злочину практично самостійно віддає в руки інтернет-шахраям свої дані. Причиною цього може бути необережність або необізнаність жертви про подібні схеми злочинної діяльності. Отже, повідомлення у розсилці фішингу створюються так, щоб у одержувача не виникло сумнівів, що вони відправлені з надійного джерела, наприклад, від відомої компанії, яка спонукає людину перейти на підроблений сайт і ввести на ньому свої дані, щоб здійснити покупку або оплатити рахунки. Нічого не підозрюючи, жертва фішингу вводить свої дані, наприклад, паролі, логіни, надає дані банківських карток і т. д. Не просто так дана схема названа фішингом, адже з англійської phishing від fishing перекладається як риболовля. За аналогією з ловом риби шахрай у ролі рибалки розсилає на пошту потенційним жертвам фішингові посилання та чекає, поки хтось із одержувачів "кльоне" на приманку.

Зі зростанням використання інформаційних технологій у різних сферах діяльності людини зростає та використання їх з метою скоєння злочинів. Як було зазначено вище, найпростіший спосіб захисту від подібного інтернет-шахрайства полягає в тому, щоб навчити людей виявляти фішинг та боротися з ним. Люди можуть самостійно знизити загрозу фішингу, просто виконуючи дії, представлені вище. Основна небезпека полягає в тому, що жертва самостійно та

неусвідомлено віддає зловмисникам свої особисті дані, такі як паролі, логіни та дані від банківських карток.

#### **Список використаних джерел:**

1. Чернышева А. В., Самойлов С. И. Фишинг как угроза современному информационному обществу. *Научный потенциал*. 2021. № 3(34). С. 131–136.

2. Тарасенко А. Фішинг в сучасних умовах. *Сучасні проблеми гуманітаристики: світоглядні пошуки, комунікативні та педагогічні стратегії*: матеріали ІХ Всеукр. наук.-практ. конф. / редкол. Бошицький Ю. Л., Залужна А. Є., Малевич Л. Д., Українець С. Я. Рівне, 2019. С 131–132.

3. Социальная инженерия. URL: <https://www.avast.ua/c-social-engineering> (дата звернення: 26.10.2021).

4. Що таке фішинг та як захиститися від шахраїв? URL: <https://loando.ua/status/shho-take-fishing-ta-yak-vid-nogo-zahistititsya> (дата звернення: 26.10.2021).

5. Фішинг: як не потрапитися на вудочку кіберзлочинців? URL: <https://itbiz.ua/statti-ta-obzori/fishing-kak-ne-popastitsya-na-vudochku-kiberzlochinciv/> (дата звернення: 27.10.2021).

## **ПРАВОВІ ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ**

**Бугай С. А., аспірант**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Худавердієва В. А.,  
Державний біотехнологічний університет*

У встановленні правових засад забезпечення фінансово-економічної безпеки першорядне значення має Стратегія національної безпеки України (далі – Стратегія), затверджена Указом Президента України від 14.09.2020 року № 392/2020 [1]. Стратегія національної безпеки України концептуально орієнтована, в першу чергу, на підтримку достатнього рівня виробничого, науково-технічного потенціалу, недопущення зниження рівня життя населення до граничних значень, що здатне викликати соціальну напруженість. Основними причинами, що викликають виникнення зазначених в Стратегії

національної безпеки України загроз, є нестійкість фінансового становища підприємств, несприятливий інвестиційний клімат, збереження інфляційних процесів та інші проблеми, пов'язані з фінансовою дестабілізацією в економіці.

На виконання Стратегії національної безпеки України, затверджена Указом Президента України від 26 травня 2015 року № 287/2015 був прийнятий Закон України «Про національну безпеку України» від 21.06.2018 № 2469-VIII. Так, ч. 4 ст. 3 Закону встановлює, що державна політика у сферах національної безпеки і оборони спрямовується на забезпечення воєнної, зовнішньополітичної, державної, економічної, інформаційної, екологічної безпеки, кібербезпеки України тощо [2].

Фінансова безпека держави визначається рядом чинників, а саме: відповідними показниками державного та місцевих бюджетів, співвідношенням легальної та тіньової економіки, станом платіжного балансу, рівнем повернення коштів, які перебувають в обігу, до банків, обігом валютних коштів.

Зовнішнім виразом виступає, в першу чергу, фінансовий суверенітет, фінансова незалежність. Суттєвий вплив справляє розмір зовнішньої фінансової допомоги з боку міжнародних фінансових інституцій, економічних угруповань, урядів закордонних держав, обсяг іноземних інвестицій у національну економіку. Створення ефективної системи фінансової безпеки держави передбачає виявлення і систематизацію подій, явищ, дій, настання або здійснення котрих безпосередньо або опосередковано може становити загрозу певному суб'єктові фінансової безпеки [3].

До основних загроз фінансовій безпеці держави відносять: недосконалість бюджетної політики і нецільове використання коштів бюджету; ефективність податкової системи, масове ухилення від сплати податків; значні обсяги державного та гарантованого державою боргу, проблеми з його обслуговування; різкі зміни рівня цін та курсу національної валюти; значна різниця співвідношення доходів найбільш і найменш забезпеченого населення та недостатня соціальна захищеність певних груп населення; невисокий рівень капіталізації банківської системи, невеликі обсяги довгострокового

банківського кредитування та значний рівень відсоткових ставок із кредитів; залежність реформування економіки країни від отримання іноземних кредитів;– низький рівень інвестиційної діяльності; зростання "тіньової" економіки, посилення її криміналізації, нелегальний відплив валютних коштів за кордон тощо.

Е. В. Шолохова під фінансовою безпекою розуміє стан фінансів і фінансових інститутів, при якому забезпечується гарантований захист національних економічних інтересів, гармонічний та соціально спрямований розвиток національної економіки, фінансової системи та всієї сукупності фінансових відносин і процесів у державі, готовність і здатність фінансових інститутів створювати механізми реалізації і захисту інтересів розвитку національних фінансів, підтримка соціально-політичної стабільності суспільства, а також формується необхідний і достатній економічний потенціал і фінансові умови для збереження цілісності й єдності фінансової системи, навіть при найбільш несприятливих варіантах розвитку внутрішніх і зовнішніх процесів й успішного протистояння внутрішнім і зовнішнім загрозам фінансової безпеки. Можна стверджувати, що система фінансової безпеки відіграє роль надсистеми, одночасно вона є і підсистемою економічної безпеки держави (яка, у свою чергу є складовою національної безпеки держави та міжнародної економічної безпеки) [3].

До суб'єктів фінансової безпеки відносять: фізичних осіб, домашні господарства, населення в цілому, підприємства, установи, організації, галузі господарського комплексу, регіони, окремі сектори економіки, держава, міждержавні утворення, а також світові співтовариства. Фінансово-економічна безпека суспільства визначається стабільністю і стійкістю національної економіки, чому сприяє правовий режим захисту власності у всіх її формах, створення надійних умов і гарантій для підприємницької діяльності. Фінансово-економічна безпека суспільства визначає здатність до саморозвитку і прогресу суспільства, у вигляді створення сприятливих умов для інвестицій і інновацій,

постійної модернізації виробництва, підвищення освітнього, культурного і професійного рівня працівників в різних галузях економіки [4].

Бюджетна безпека в цілому складає основу фінансової безпеки держави. Бюджетна безпека – це стан забезпечення платоспроможності та фінансової стійкості державних фінансів, що надає можливість органам державної влади максимально ефективно виконувати покладені на них функції[5].

Бюджетну безпеку визначають за такими характеристиками, як: ступінь збалансованості; цілісність бюджетної системи; ретельність складання, процедури розгляду та затвердження бюджету; обсяги бюджетного фінансування; наявність або відсутність бюджетних резервів; характер касового виконання бюджету; чисельність податкових пільг; дотримання бюджетної дисципліни. У наказі Міністерства економічного розвитку і торгівлі України «Про затвердження Методичних рекомендацій щодо розрахунку рівня економічної безпеки України» надається визначення борговій безпеці, як відповідному рівню внутрішньої та зовнішньої заборгованості, що враховує вартість її обслуговування та ефективності вживання внутрішніх і зовнішніх запозичень, а також оптимального співвідношення між ними, необхідний для задоволення загальних соціально-економічних потреб, при якому не створюється загроза суверенітету країни та її фінансовій системі [5].

На фінансову безпеку держави зовнішні борги справляють як позитивний, так і негативний вплив. З точки зору негативного впливу несвоєчасне отримання, неодержання чи одержання в розмірах, менших за необхідні, фінансової допомоги можуть призводити до невиконання ряду бюджетних програм, зниження рівня платіжного балансу, що має своїм наслідком, загрозу як бюджетній, так і фінансовій безпеці держави в цілому. В той же час, збільшення узагальнювальних об'ємних фінансових показників розміри зовнішнього боргу і грошові кошти на його обслуговування можуть становити загрозу фінансовій безпеці держави [4].

Грошово-кредитну безпеку, на законодавчому рівні, визначають як стан грошово-кредитної системи, що забезпечує всіх суб'єктів національної

економіки якісними та доступними кредитними ресурсами в обсягах та на умовах, сприятливих для досягнення економічного зростання національної економіки [5]. З метою забезпечення грошово-кредитної безпеки мають виконуватися наступні умови: обсяг обігових коштів підприємств усіх форм власності повинен знаходитися на рівні, який забезпечує їх нормальне функціонування; рівень кредиторської та дебіторської заборгованості не перевищує встановлені нормативи; стабільне зростання обсягів безготівкових розрахунків при сплаті населення за товари та послуги; поступове зменшення обсягу тіньової економіки; емісія не перевищує встановлені нормативи; рівень доларизації грошового обігу не повинен перевищувати 10% грошової маси в національній валюті; повернення вітчизняних валютних коштів з-за кордону; дотримання балансу між грошовими доходами та витратами населення; обсяг наданих економіці кредитів мають забезпечувати фінансування обігових коштів підприємств (установ, організацій) у необхідних для їх стабільного функціонування розмірах [6].

Подальше вдосконалення та розвиток правового регулювання забезпечення фінансово-економічної безпеки сприятиме зміні структури національної економіки, вибудовування ефективної моделі управління майном і активами, а також підвищення ефективності виробничої діяльності, що сприятиме посиленню фінансово-економічної безпеки держави і впорядкуванню механізму правового регулювання, пов'язаних із зазначеною сферою суспільних відносин [3]. Процес оптимізації законодавства в сфері адміністративно-правового регулювання забезпечення фінансово-економічної безпеки не можна розглядати як остаточно завершений. На основі концептуальних перетворень законодавства у зазначеній сфері необхідно виробити сталий механізм забезпечення фінансово-економічної безпеки, попередження появи нових загроз і гармонізації нормативно-правової бази.

#### **Список використаних джерел:**

1. Стратегія національної безпеки України, затверджена Указом Президента України від 14.09.2020. № 392/2020. URL: <http://search.ligazakon.ua>.

2. Закон України «Про національну безпеку України» від 21.06.2018 № 2469-VIII. URL: <http://search.ligazakon.ua>.

3. Барановський В. М. Проблеми фінансової безпеки в умовах інтеграції України у світовий фінансовий простір. *Вісник Національного банку України*. 2017. №10. С.18–20.

4. Єрмошенко М.М. Фінансова безпека держави: національні інтереси, реальні загрози, стратегія забезпечення. Київ : КНТЕУ, 2018. 309 с.

5. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо розрахунку рівня економічної безпеки України: Наказ Міністерства економічного розвитку України від 29.10.2013 № 1277. URL:<http://zakon.rada.gov.ua>.

6. Рожко О.Д., Алексанян Р.М. Грошово-кредитна безпека України та шляхи її забезпечення. *Международный научный журнал «Интернаука»*. 2017. № 2 (24), Т. 2. С. 120–125.

## **ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ЯК ОСНОВА ЗМІЦНЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ**

**Ганушевич В. В.**, студентка  
*Науковий керівник: к. е. н., професор Барабаш Н. С.,  
Київський національний торговельно-економічний університет*

Актуальність теми обумовлена фінансовою нестабільністю в Україні, яка характеризується постійними зовнішніми та внутрішніми змінами різних середовищ, що впливають на фінансовий стан держави. Однією із найважливіших проблем є забезпечення життєздатності підприємств, оскільки вони є основою виробництва, яке є основою економіки. Існуючі ризики впливають на ефективність виробництва, раціональне використання ресурсів, платоспроможність і фінансову стійкість підприємств та організацій. Стрімке підвищення ризиків господарської діяльності може призвести до банкрутства підприємства через зниження рівня його фінансового стану. Тому кожен суб'єкт господарювання повинен брати участь у розробці та реалізації механізмів фінансово-економічної безпеки.



Дослідженням питання фінансово-економічної безпеки займалися такі вчені як: В. В. Бурцев, К. С. Горячева, С. М. Шкарлет, В. В. Шелест, А. А. Спиридонов, О. І. Барановський та багато інших.

Економічна безпека традиційно розглядається як найважливіша характеристика економічної системи, яка визначає здатність її підтримувати нормальні умови життєдіяльності населення, стабільно забезпечувати розвиток національного господарства, а також реалізовувати національно-державні інтереси. При цьому в умовах негативного впливу вирішуються питання захисту не тільки національних, а й регіональних, місцевих та особистих соціально-економічних інтересів [1].

Особливе місце в системі економічної безпеки посідає фінансово-економічна безпека різних підприємств, організацій та установ, що впливає на всі сфери їхньої діяльності. Фінансово-економічна безпека має бути реалізована шляхом системи тактичних та стратегічних заходів, відповідати сучасним умовам розвитку економіки, оскільки вона є основною складовою фінансового менеджменту підприємств та виробничого сектора в цілому.

В науковій літературі подано велику кількість тлумачень значення «фінансово-економічна безпека». Але серед основних виділяють три: стратегічне тлумачення, ресурсне та функціональне.

«Фінансова безпека підприємства являє собою кількісно та якісно детермінований рівень його фінансового стану, що забезпечує стабільний захист його пріоритетних збалансованих фінансових інтересів від ідентифікованих реальних і потенційних загроз внутрішнього та зовнішнього характеру, параметри якого визначаються на основі його фінансової філософії і створюють необхідні передумови фінансової підтримки стійкого розвитку в поточному та перспективному періоді» [2], – це думка професора І. О. Бланка.

А от Куперівська С. С. та Нікіфоров П. П. вважають фінансово-безпечною компанію ту, яка виважено і оптимально підходить до використання і управління своїми фінансовими ресурсами, здійснює чіткий їх контроль,

оперативно реагує на будь-які загрози, внутрішні чи зовнішні, з метою їх мінімізації або уникнення без шкоди для загальної діяльності [3].

Загалом, фінансово-економічна безпека – це стан захищеності ресурсів, фактичного інтелектуального та виробничого потенціалу, від зовнішніх та внутрішніх загроз за допомогою методів, інструментів та системи аналітично – інформаційного забезпечення.

Головна мета фінансово-економічної безпеки на рівні держави – гарантування фінансової стійкості та максимально ефективного функціонування виробничого сектору у поточному періоді та високий потенціал розвитку у майбутньому, задля результативного захисту від внутрішніх та зовнішніх негативних факторів.

Управління фінансово-економічною безпекою передбачає вирішення таких завдань:

1. Ідентифікація і прогнозування внутрішніх та зовнішніх загроз.
2. Попередження кризових явищ.
3. Визначення фінансових пріоритетних інтересів, що потребують захисту.
4. Забезпечення ефективною нейтралізації загроз.

Фінансово-економічна безпека – одна з основних складових національної безпеки, що впливає на всі сфери діяльності держави, що вказано у Стратегії національної безпеки України [5]. В ній окреслено пріоритети та напрями діяльності держави у сфері національної безпеки. Для забезпечення прийнятого рівня фінансово-економічної безпеки головними є такі чинники:

1. Поліпшення інвестиційного клімату.
2. Активізація інноваційної діяльності.
3. Реформування податкової системи.

З точки зору сьогоденного наукового апарату, найбільш виваженим можна вважати визначення фінансово-економічної безпеки держави як загальнонаціонального комплексу заходів та механізмів протидії внутрішнім та

зовнішнім загрозам, використання якого дає змогу досягнути та підтримувати стабільний розвиток економіки держави [4].

Отже, існує чітка закономірність залежності між національною безпекою, фінансово-економічною безпекою та їхній вплив на розвиток та зміцнення економіки.

Фінансово-економічна безпека є однією з головних складових національної безпеки України.

Вона є складною багатofакторною системою, що характеризує здатність національної економіки до самовідтворення для збалансованого задоволення потреб населення держави на певному рівні, запобігання та усунення загроз, а також негативних наслідків їхнього впливу.

Фінансово-економічна безпека держави залежить від організації фінансово-економічної безпеки суб'єктів господарської діяльності.

#### **Список використаних джерел:**

1. Систематизація наукових поглядів на сутність фінансової безпеки. URL: [http://www.economy.in.ua/pdf/8\\_2020/16.pdf](http://www.economy.in.ua/pdf/8_2020/16.pdf) (дата звернення: 31.10.2021).

2. Сутність фінансово-економічної безпеки підприємства та необхідність її забезпечення. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5409> (дата звернення: 31.10.2021).

3. Нікіфоров П. О. Сутність і значення фінансової безпеки страхової компанії. *Фінанси України*. 2006. № 5. С. 86–94.

4. Кириченко О.А. Проблеми управління економічною безпекою суб'єктів господарювання: монографія. Київ : УЕП «Крок», 2008. 401 с.

5. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 11 серпня 2021 року «Про Стратегію економічної безпеки України на період до 2025 року»: Указ Президента України №347/2021. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/3472021-39613> (дата звернення 31.10.2021).

## РИЗИКИ ТА ЗАГРОЗИ ФІНАНСОВІЙ БЕЗПЕЦІ УКРАЇНИ

Кулик В. В., студентка

Науковий керівник: д. е. н. професор Кічурчак М. В.,  
Львівський національний університет імені Івана Франка

Рівень розвитку економіки є одним з базових критеріїв забезпечення національної безпеки держави. Однією з основних характеристик економіки є економічна безпека, яка, як складова національної безпеки, визначає її стійкість до зовнішніх та внутрішніх загроз, незалежність, конкурентоспроможність, здатність до розвитку та задоволення економічних потреб громадян та суспільства. У системі економічної безпеки важливу роль відіграє фінансова складова, адже саме фінанси є тією «рушійною силою», завдяки якій створюються необхідні умови, для ефективного функціонування економічної безпеки.

Для будь-якої незалежної держави система національної безпеки є способом збереження власного народу. Такий спосіб в тому ж числі дозволяє забезпечити належне організоване існування і вільний розвиток держави, а також надійний захист від загроз зовнішнього та внутрішнього характеру. Таким чином, національна безпека України – це система гарантій державно-правового та суспільного характеру, яка забезпечує стабільність та розвиток народу України вцілому, та в тому ж числі кожного її громадянина [4, с. 92].

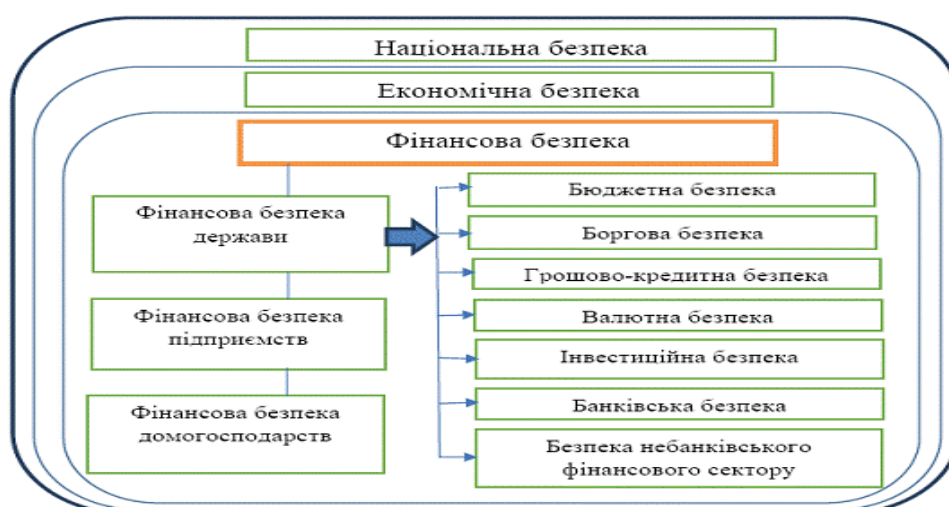


Рис. 1. Місце фінансової безпеки в системі національної безпеки

Джерело:[2]

Фінансову безпеку можна розглядати на мікро- та макрорівнях. На мікрорівні фінансова безпека включає фінансову безпеку домогосподарств та фінансову безпеку підприємств.

Фінансова безпека держави містить такі структурні складові: бюджетну, боргову, грошово-кредитну, валютну, інвестиційну, банківську безпеку та безпеку небанківського фінансового сектору [2].

Бюджетна безпека – це стан забезпечення платоспроможності та фінансової стійкості державних фінансів, за якого уповноважені державні органи влади можуть максимально ефективно виконувати покладені на них функції [3]. Вона визначає спроможність бюджетної системи забезпечити фінансово-економічну самостійність держави за рахунок достатності фінансових ресурсів, та передбачає ефективне використання бюджетних коштів в процесі виконання функціональних обов'язків (фінансування охорони здоров'я, науки, освіти, забезпечення безпеки й оборони і т. д.). Бюджетна безпека характеризується ступенем збалансованості бюджету, тобто розміром його дефіциту або ж бездефіцитності (профіциту), рівнем бюджетно-податкової дисципліни, масштабами бюджетного фінансування.

Боргова безпека характеризується відповідним рівнем внутрішньої та зовнішньої заборгованості, ефективністю використання внутрішніх і зовнішніх запозичень, достатніх для задоволення визначених соціально-економічних потреб, що не провокує виникненню надмірного боргового навантаження, не загрожує втраті суверенітету держави та стабільності її фінансовій системі [3].

Грошово-кредитна безпека – це стан грошово-кредитної системи, що забезпечує всіх суб'єктів національної економіки якісними та доступними кредитними ресурсами в обсягах та на умовах, сприятливих для досягнення економічного зростання. Забезпечення грошово-кредитної безпеки можливе за умови врегульованої грошової системи, що передбачає досягнення стабільності національної грошової одиниці [3].

Забезпечення валютної безпеки можливе за такого стану курсоутворення, який характеризується високою довірою суспільства до національної грошової

одиниці, її стійкістю, створює відповідні умови для поступального розвитку вітчизняної економіки, залучення в країну іноземних інвестицій [3].

Під інвестиційною безпекою слід розуміти досягнення рівня інвестицій, що дозволяє оптимально задовольняти поточні потреби національної економіки ,з урахуванням ефективного застосування і повернення інвестованих коштів. [3]

Банківська безпека – це рівень фінансової стійкості банківських установ країни, що дає змогу забезпечити ефективність функціонування банківської системи країни та захист від зовнішніх і внутрішніх дестабілізуючих чинників і наявних чи потенційних загроз [3].

Безпека небанківського фінансового сектору – це рівень розвитку страхового та фондового ринків, що дає змогу повною мірою задовольняти потреби суспільства в зазначених фінансових інструментах та послугах [3].

Сучасні фахівці визнають, що на України в теперішній час у сфері національної безпеки найбільш актуальними є загрози [1] внутрішні, а саме:

- високий рівень корупції, поєднання влади і бізнесу;
- незрілість та неефективність інститутів державної влади;
- неспроможність влади в країні забезпечити їх належну роботу на всіх рівнях;
- істотні регіональні відмінності в політико-ідеологічних зовнішньополітичних орієнтаціях населення, що створює передумови для розколу суспільства;
- критична залежність української економіки від імпорту енергоресурсів;
- зменшення рівня доходів громадян і збільшення рівня соціальної напруги як наслідок збільшення економічної кризи;
- екологічні ризики.

Проблема формування ефективної системи фінансової безпеки в Україні характеризується складністю та комплексністю. Щоб її вирішити необхідні такі кроки [1]:

– демонополізація і дерегуляція економіки, спрощення й оптимізація системи оподаткування, формування сприятливого бізнес-клімату та умов для прискореного інноваційного розвитку;

– ефективне використання бюджетних коштів, міжнародної економічної допомоги та ресурсів міжнародних фінансових організацій, дієвий контроль за станом державного боргу;

– проведення збирання та оприлюднення національної статистичної звітності та сприяння доступності зазначеної інформації для суспільства, щодо наявності та руху валютних коштів в іноземній валюті українських підприємств, установ та організацій незалежно від форми власності;

– створення у Центральній і Східній Європі умов для інвесторів, залучення іноземних інвестицій у ключові галузі економіки, зокрема в енергетичний і транспортний сектори, як інструменту забезпечення національної безпеки;

Підсумовуючи, національна безпека України є ключовим аспектом в національній економіці. Її належний рівень забезпечення є свідченням розвитку держави, що має авторитет у міжнародній спільноті та перспективи розвитку, а, отже, і свідченням створення сприятливих умов для життя громадян та реалізації їх потреб.

#### **Список використаних джерел:**

1. Біла К. О. Фінансово-економічна безпека теоретико-правові аспекти : навч. посіб. Дніпро : ДДУВС, 2019. 195 с.

2. Ладюк О. Д. Фінансова безпека: характеристика складників. *Ефективна економіка*. 2016. №1. 13 с.

3. Мартиненко В., В. Мацелюх Н. П. Зміцнення економічної безпеки України в умовах глобалізації : монографія. Київ: УДФСУ, 2015. 240 с.

4. Наконечна Н. В. Ризики та загрози фінансовій безпеці України. *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ*. Львів, 2012. №1. С. 90–95.

## **ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ЯК ЗАПОРУКА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

*Лесюк В. С., аспірант,  
Полтавський державний аграрний університет*

Важливість економічної ефективності для сучасних аграрних підприємств набуває все більшого значення, особливо в контексті соціально-економічного розвитку, що передбачає забезпечення економічної безпеки для досягнення цілей національної економіки на внутрішньому та зовнішньому ринку.

Перехід від техногенного економічного до соціально-економічного розвитку на засадах сталості в сучасних умовах повинен стати новою якістю функціонування аграрних виробників. Замість традиційної економічної ефективності, заснованої на оцінці прибутковості виробництва, необхідним стає дотримання комплексного критерію соціально-економічної ефективності, де на одне з перших місць виходить питання зміцнення економічної безпеки сільських територій та України загалом [1, с. 20].

Економічна безпека являє собою універсальну категорію, що відображає захищеність суб'єктів соціально-економічних відношень на всіх рівнях, починаючи з держави і закінчуючи кожним її громадянином. Економічна безпека підприємства – це захищеність його діяльності від негативних впливів зовнішнього середовища, а також спроможність швидко усунути різноманітні загрози або пристосуватися до існуючих умов, що не позначаються негативно на його діяльності [2, с. 161].

Рівень економічної безпеки підприємства залежить від того, наскільки ефективно його керівництво й фахівці будуть здатні уникнути можливих загроз і ліквідувати шкідливі наслідки окремих негативних складових зовнішнього та внутрішнього середовища [3, с. 57].

Діяльність аграрних суб'єктів має бути спрямована не лише на розширення виробництва продукції, а й підвищення ефективності використання ресурсів: праці, капіталу (природного та людського), землі й підприємницьких здібностей [1, с. 20].



Практичне використання системи показників економічної ефективності в галузях і господарюючих суб'єктах передбачає [4]:

1. Орієнтацію підприємства чи галузі на інтенсивний шлях розвитку і досягнення більш високого рівня ефективності в динаміці.

2. Вивчення резервів подальшого вдосконалення господарської діяльності підприємства на основі впровадження досягнень науково-технічного прогресу, вдосконалення технології та покращення організації виробництва.

3. Створення дієвого механізму підвищення ефективності господарювання. В якості узагальнюючого показника ефективності господарської діяльності підприємства потрібно використовувати відношення обсягу реалізованої продукції чи ефект у вигляді прибутку до сукупної величини ресурсів, включаючи середню вартість основних і обігових засобів, чи до загальної суми витрат виробництва чи обігу.

Підвищення рівня економічної ефективності й активізація соціальної відповідальності аграрних виробників перед суспільством повинна бути реалізована в рамках соціально-економічної державної політики. Проте практика виявляє недостатню ефективність існуючих економічних та управлінських механізмів, покликаних реально зацікавити аграрних виробників у розв'язанні економічних і соціальних проблем сільських територій. Тому соціально-економічна політика держави має бути спрямована передусім на регулювання діяльності аграрних підприємств, націлення їх на ефективне використання виробничих ресурсів та розв'язання соціально-економічних проблем сільських територій [1, с. 22].

Основними завданнями моделі взаємодії держави і суспільства в напрямі захисту вітчизняного агропідприємництва як важливого сектора економіки України та одного з сегментів національної безпеки в контексті продовольчої безпеки населення України є: створення реальних механізмів взаємодії ринкової влади з громадськими організаціями, які відповідно до Закону України «Про основи національної безпеки України» є суб'єктами забезпечення такої безпеки; участь державної влади у регулюванні недержавної системи безпеки; організації системи комплексного захисту агропідприємницьких форм

як одних з основних бюджетоутворювальних структур; створення системи професійної підготовки фахівців до діяльності в недержавному секторі безпеки та ін. Спеціалісти з безпеки вважають, що одним із шляхів створення для недержавних підприємств передумов для економічного виживання в умовах ринкових відносин є виявлення і нейтралізація загроз економічній стабільності підприємства, що і складає суть діяльності щодо забезпечення безпеки підприємства. Безпека суб'єкта залежить від різних факторів. Шкоду інтересам підприємця може бути завдано в результаті несприятливої економічної політики держави, протиправних дій конкурентів, кризових явищ в економіці, непередбачених змін кон'юнктури ринку, стихійного лиха, надзвичайних подій, управлінської некомпетентності, соціальної напруги і т. ін. [2, с. 152].

Таким чином, економічна безпека неможлива без забезпечення загалом економічної ефективності господарської діяльності аграрних підприємств.

#### **Список використаних джерел:**

1. Залізко В. Д. Шляхи підвищення ефективності виробничих ресурсів сільського господарства України у контексті зміцнення економічної безпеки. *Економіка АПК*. 2014. № 10. С. 19 – 26.

2. Музика Т. П. Теоретико-методичні аспекти ефективної системи економічної безпеки агропідприємницької діяльності. *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. Серія економічна*. 2012. Вип. 1. С. 151 – 162.

3. Іванова Н. С. Сучасні принципи забезпечення ефективної системи економічної безпеки підприємства. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2011. Вип. 7 (2). С. 57 – 61.

4. Близнюк Л. М. Підвищення ефективності діяльності підприємства у сфері малого бізнесу. *Науковий огляд*. 2018. № 2 (45). URL: <https://naukajournal.org/index.php/naukajournal/article/view/1452> (дата звернення: 25.10.2021).

## ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА

*Лисий Ю. Є., здобувач вищої освіти,  
Принзюк Д. П., здобувач вищої освіти  
Науковий керівник: к. е. н., доцент Корнієнко Т. О.,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Фінансова безпека є однією з найважливіших елементів системи економічної безпеки підприємства, тому що фінансова складова є основою в сучасній економіці як на макро-, так і на мікрорівні. Сучасна економіка здійснює свої функції завдяки використанню фінансових механізмів, за допомогою фінансових методів, важелів, стимулів, досягаючи при цьому фінансових цілей, які визначило підприємство.

На сьогоднішній день науковці не дійшли згоди щодо поняття «фінансова безпека підприємства». Так, К. С. Горячева акцентує, що фінансова безпека підприємства – це «... фінансовий стан, який характеризується, по-перше, збалансованістю і якістю сукупності фінансових інструментів, технологій і послуг, контрі використовуються підприємством, по-друге, стійкістю до внутрішніх і зовнішніх загроз, по-третє, здатністю фінансової системи підприємства забезпечувати реалізацію власних фінансових інтересів, по-четверте, забезпечувати ефективний і сталий розвиток цієї фінансової системи» [1].

Фінансова безпека має вирішальне значення, оскільки за ринкових умов господарювання фінанси є «двигуном» будь-якої економічної системи, про її ослаблення свідчать: зниження ліквідності підприємства; підвищення кредиторської та дебіторської заборгованості; зниження фінансової стійкості тощо [3].

Оцінка фінансової безпеки підприємства здійснюється за допомогою аналізу: фінансового стану, ліквідності, платоспроможності, фінансової незалежності, рентабельності, обіговості господарських засобів, формування й розподілу прибутку і т.д. [3]. Інформаційна база для обчислення показників ґрунтується на використанні звіту про рух грошових коштів і бухгалтерського балансу підприємства, звіту про фінансові результати [4].

За достатній рівень цієї безпеки на підприємстві відповідають фінансові та економічні служби [4].

Фінансову безпеку підприємства можна визначити завдяки таким факторам:

- рівень забезпеченості фінансовими ресурсами;
- стабільність і стійкість фінансового стану підприємства;
- збалансованість фінансових потоків та розрахункових відносин;
- ступінь ефективності фінансово-економічної діяльності;
- рівень контролю за внутрішніми і зовнішніми ризиками.

Для забезпечення фінансової безпеки підприємства використовують дуже цікавий та дієвий метод адаптації. Суть цього методу полягає в швидкому пристосуванні підприємства до нових факторів впливу зовнішнього середовища, тобто, освоєння нових правил гри, нових способів виробничо-фінансової діяльності.

Метою адаптації підприємств до факторів впливу зовнішнього середовища є забезпечення його фінансової безпеки завдяки підвищенню ефективного використання фінансових ресурсів, підтримки балансу фінансових інтересів із суб'єктами зовнішнього середовища, зміцнення або збереження його ринкових позицій для забезпечення конкурентоспроможності продукції [2].

Для гарантування 100-відсоткової фінансової безпеки підприємства потрібно розробити фінансову стратегію, в якій повинні бути тісно пов'язані її окремі складові. Правильно сформована фінансова стратегія допоможе передбачити небезпеки та інші загрози, та забезпечити контроль над ними. Фінансова стратегія також допоможе ефективно реалізувати власні фінансові інтереси для досягнення стабільного розвитку підприємства, його захищеності та конкурентоспроможності.

Отже, фінансова безпека важлива на будь-якому підприємстві, завдяки їй підприємство ефективніше і швидше зможе досягати поставлених завдань та цілей. Фінансова безпека допоможе передбачити всі можливі ризики та

перешкоди з боку зовнішнього середовища, задля стабільного розвитку підприємства.

### **Список використаних джерел:**

1. Галушак В. В. Фінансова стійкість та фінансова стратегія підприємства як ефективне формування та використання фінансових ресурсів. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. №4. С. 810–813.

2. Кузенко Т. Б., Сабліна Н. В. Фінансова безпека підприємства : навч. посіб. Харків : ХНЕУ, 2020. С. 64–65.

3. Корнієнко Т. О., Чвертко Л. А., Вінницька О. А. Аналіз та оцінка стану економічної безпеки регіону. *Економіка. Фінанси. Право*. 2020. №10/2. С. 17–22.

4. Корнієнко Т. О., Чвертко Л. А., Вінницька О. А. Визначення інструментів та факторів, що впливають на формування стану економічної безпеки в сільськогосподарських підприємствах. *Науковий журнал «Економічні горизонти»*. 2018. № 4 (7). С. 118–127.

## **ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА БАНКІВСЬКОЇ СФЕРИ В УКРАЇНІ**

**Литвенюк О. О., Кучеренко О. С., студенти**  
*Науковий керівник: к. е. н, доцент Пачева Н. О.*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Фінансова безпека країни являє складну економічну категорію, яка опирається на безпеку банківської, бюджетної, боргової, грошово-кредитної, страхової та ін. Банківська система є основною складовою фінансової системи. На сьогодні забезпечення високого рівня захисту фінансової безпеки банків є однією із складних проблем, тому що це пов'язано з небезпекою зовнішніх та внутрішніх загроз. Безпека банківської сфери створюється на основі банківського стратегічного менеджменту, який виступає базою не лише економічній, а й державній безпеці.

Банківська система – одна з найважливіших складових країни, від якої залежить не тільки розвиток банківської системи, а й економічний та соціальний розвиток країни.

Питання забезпечення фінансової безпеки банківської сфери досліджували у своїх працях такі вчені: Барановський О. І., Барилюк М. Р., Добринь С. В., Стацук О. В. та ін. Досконале дослідження фінансової безпеки банків провів Барановський О. І. [1], він встановив, що сукупність умов, за яких допустимо небезпечні для фінансового стану банківської установи дії або обставини ліквідовані або зведені до такого рівня, за якого вони не можуть завдавати збитків функціонуванню банку, збереженню і відтворенню його майна, інфраструктури, а також перешкоджати досягненню банком статутних цілей.

Основною метою фінансової безпеки банківської сфери є забезпечення конкурентоспроможності на ринку банківських послуг, під впливом зовнішніх та внутрішніх загроз [2]. Якщо розглядати питання ризиків банківської сфери, які характерні банківській діяльності, багато авторів визначають їхній зв'язок із безпекою як одного банку, так і всієї банківської сфери. З одного боку, збільшення ризику у господарській діяльності, який призведе до зменшення рівня фінансової безпеки, а з іншого – зайве уникання ризику знижує ділову активність, що робить його більш уразливим. Тому, фінансова безпека банку, країни не залежить від кількості економічних ризиків, а від правильно прийнятого управлінського рішення.

До внутрішніх загроз банківської сфери відносять: недосконалість організації системи управління банком, недотримання банками нормативних показників ліквідності та зниження фінансової стійкості, втрата платоспроможності банківських установ, втрата довіри населення до банківського сектору. До зовнішніх загроз банківської сфери відносять: нестабільний стан економіки, складну воєнно-політичну ситуацію, недосконалість нормативної бази регулювання банківської діяльності, інфляційні процес, коливання валютного курсу та ін. [3]. Фінансова безпека

банківської системи – стан банку, що характеризує рівновагу та зрівноваженість до дій зовнішніх та внутрішніх небезпек.

На мою думку, фінансова безпека банківської сфери виявляється у досвіді збільшувати та зберігати фінансовий потенціал проти конкурентів, який буде використовуватися для досягнення поставленої мети та завдань, та забезпеченню самостійністю та рівноваги діяльності банківської сфери.

В умовах ринкової економіки в Україні важливого значення набуває виявлення та усунення в системі банківського менеджменту фінансових загроз. Ефективність банківського менеджменту полягає в можливості передбачення всіх імовірних витрат та їх контроль. Суттєвим є також якість підготовки й рівень професійної кваліфікації персоналу банку [4]. Фінансова безпека банківської сфери являє собою непохитний стан банку, який показує витримку перед можливими зовнішніми та внутрішніми загрозами.

Отже, забезпечення фінансової безпеки банківської сфери в Україні має проходити на рівні реалізації заходів стратегічного банківського менеджменту на підставі здійснення заходів спрямованих на захист інтересів банків.

Для того щоб в майбутньому досягти високого рівня фінансової безпеки потрібно удосконалити систему банківського менеджменту та державних механізмів регулювання банківської сфери, надавати перевагу контролюючим і запобіжним діям, вжити заходи, які будуть спрямовувати на зменшення ряду загроз, підтримки низьких темпів інфляції, сталого валютного курсу та придатного інвестиційного клімату.

#### **Список використаних джерел:**

1. Барановський О. І Специфіка фінансової безпеки в банківській сфері. *Вісник Національного банку України*. 2014. С. 17–23.
2. Васильчишин О. Б. Фінансова безпека банківської системи України : філософські детермінанти : монографія. Тернопіль : ТНЕУ, 2017. 358 с.
3. Ситник Н. С., Самбірська О. Р. Фінансова безпека банку як основа його стійкості. *Регіональна економіка та управління*. 2019. С. 100–103.

4. Пачева Н. О. Місце трансакційних витрат у системі банківського менеджменту. *Фінансово-кредитний механізм розвитку економіки та соціальної сфери* : матеріали Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 24–25 квітня 2018 р. Кропивницький : «Ексклюзив-Систем», 2018. С. 122–124.

## **РІВЕНЬ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ**

**Мишура А. І., магістрантка,  
Устиченко А. О., магістрантка**  
*Науковий керівник: к. е. н., доцент Поливана Л. А.,  
Державний біотехнологічний університет*

В сучасному світі ринкових відносин задля підвищення конкурентоспроможності кожне гідне підприємство повинне бути забезпечене достатньо якісною економічною безпекою, яка дозволить щонайбільш ефективно використовувати наявні ресурси та стабільно стимулюватиме виробництво до постійного розвитку. Саме економічна безпека підприємства є складним комплексом пов'язаних між собою елементів, які мають за мету створення такого економічного стану на виробництві, за якого воно не тільки ефективно використовує свої ресурси та потенціал, а є конкурентоспроможним, в будь-який момент ефективно та своєчасно спрямувавши свої протидії на виключення загроз внутрішнього та зовнішнього економічних середовищ.

На сьогодні в Україні діє Закон, в якому сказано, що джерелами інформації, необхідної для проведення комплексу заходів з оцінювання ризиків у сфері економіки, є, зокрема, звітність з протидії кримінальним правопорушенням та запобігання загрозам економічній безпеці держави, аналітичні огляди та довідки учасників комплексу заходів з оцінювання ризиків у сфері економіки, відповіді учасників комплексу заходів з оцінювання ризиків у сфері економіки на запити Бюро економічної безпеки України, результати вибіркового аналізу судових рішень у кримінальних провадженнях, результати наукових досліджень, результати моніторингу громадської думки [1].



Значний внесок наукових публікацій з проблематики економічної безпеки підприємств зробили такі науковці як: Бендикова М. А., Варналій З. С., Горшкова В. В., Живко З. Б., Качинський А. Б., Лойко В. В. Як вважає Батова В. Н., аграрний сектор економіки є матеріальною основою, як продовольчого забезпечення населення, так і економіки в цілому [2, с. 538–542]. В свою чергу Попова О. Л. зазначає, що саме галузь сільського господарства здійснює прямий вплив на економіку, соціальні відносини і стан навколишнього середовища [3, с. 89–96]. Сучасна корпоративна система інформаційної безпеки покликана забезпечувати захист конфіденційної інформації від несанкціонованого доступу, запобігати зловмисним або випадковим змінам (контролювати цілісність) і давати необхідний рівень доступу [4, с. 137–140].

Майже повністю економічна безпека сільськогосподарських підприємств залежить від їх фінансового стану. Так, в Україні в 2019 році понад 25% господарств у аграрному секторі економіки були збиткові, а близько 50% – мали прострочену кредиторську заборгованість.

Однією з найважливіших складових економічної безпеки сільського господарства є людський потенціал. Адже обробка землі та якісний догляд за нею є запорукою добірного та великого врожаю. На жаль, молодь нашої країни зовсім не зацікавлена займатися сільським господарством. Тому директори виробництв повинні мати ідеї та заохочення для своїх потенційних робітників.

Також сільське господарство нашої країни зазнає великого тиску з боку імпортного продовольства, а це своєю чергою негативно впливає на обсяги продукції виробництва. Нинішнє відновлення попиту на ринку все більше розвиває свої темпи, ніж відновлення сільського господарства. Саме у зв'язку з цим є необхідність вдосконалення регіональної аграрної політики задля відтворення балансу між конкретними сферами агропромислового комплексу. До того ж є пряма необхідність задовольнити державною підтримкою суб'єктів продовольчого забезпечення населення з позицій розвитку конкурентоспроможності на національному та міжнародному рівнях.

Важливу роль економічної безпеки підприємства також грає інформаційна складова. В сучасних умовах інформатизованої та інтелектуалізованої економіки, високого темпу розвитку процесів комп'ютеризації, дуже важливою є безпека комерційної інформації. Отже, всі розділи підприємства повинні бути забезпечені необхідним рівнем інформації та електронним забезпеченням. Та всі ми розуміємо, що в Україні багато підприємств просто не можуть собі дозволити повністю вести бізнес в комп'ютерах, адже не всі кадри навчені. А з цього виливає, що не завжди вистачає коштів, як на навчання працівників, так і на забезпечення виробництв якісною електронною технікою та якісним програмним забезпеченням, яке має відносно високу вартість для сільськогосподарських підприємств.

На підприємстві повинна бути не просто занотована на папері, розписана на майбутнє і відкладена в далекий ящик схема, а налагоджена система економічної безпеки, завдяки якій виробництво буде ефективно функціонувати та стабільно розвивати свій потенціал, не зважаючи на погодні умови, ринкові ситуації та інші немало важливі зовнішні чинники. Завдяки стрімкому розвитку сучасних економічних відносин, ми пропонуємо раз в пів року переглядати й доповнювати новими ідеями розвиток економічної безпеки кожного сільськогосподарського підприємства, адже це одна з найважливіших ланок стабільного і якісного виробництва.

Ми розуміємо, що саме поняття «економічна безпека підприємств» відносно нове і ще цілком не актуалізоване, але на будь-якому виробництві треба приділяти достатню увагу цьому терміну. Адже саме економічна безпека має значний вплив на ефективне та стабільне функціонування в сучасному ринковому середовищі.

Таким чином, ми визначили декілька важливих моментів, які гальмують розвиток економічної безпеки сільськогосподарських підприємств в Україні.

Ми розуміємо, що на даному етапі розвитку наша країна тільки починає впроваджувати в систему сільськогосподарського виробництва таку важливу складову, як економічна безпека, яка грає велику роль в нинішньому та

майбутньому розвитку будь-якого підприємства, в тому числі й сільськогосподарську. Отже, рівень економічної безпеки сільськогосподарських підприємств України на даний момент значно низький.

Таким чином, можемо зробити висновок, що економічна безпека має право на місце в кожному підприємстві, оскільки вона здатна запобігати загрозам та створювати заходи для своєчасного реагування на зовнішні фактори. Це є гарантією стабільної та гнучкої роботи сільськогосподарського підприємства, збільшенням робочих кадрів, у зв'язку з більш стабільним станом виробництва. Існування низки невирішених проблем, таких як: висока ступінь зношеності ресурсного потенціалу, брак фінансово-інформаційної підтримки, низький рівень кваліфікації управлінського персоналу тощо, не дають змоги більшості сільськогосподарських підприємств України самостійно забезпечувати економічну безпеку. Також ми спостерігаємо збільшення кількості споживачів і постачальників. Саме завдяки розвитку економічної безпеки на сільськогосподарських підприємствах України виробництва будуть більш гнучкими та матимуть змогу як можна швидше реагувати на зміни зовнішнього середовища.

#### **Список використаних джерел:**

1. Про Бюро економічної безпеки України: Закон України від 28.01.2021р. №1150-ІХ. Дата оновлення: 01.10.2021 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1150-20#Text> (дата звернення: 29.10.2021р.).

2. Батова В. Н., Павлов А. Я. Забезпечення економічної безпеки бізнес-процесів в умовах реалізації концепції стабільного розвитку. *Всесвітній журнал прикладних наук*. 2013. Вип. 27(4).

3. Попова О. Л. Нові пріоритети Спільної аграрної політики ЄС на 2014–2020 роки. Стратегічні орієнтири для розвитку агросфери України. *Економіка АПК*. 2013. №12.

4. Нехай В. А., Нехай В. В. Інформаційна безпека як складова економічної безпеки підприємств. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія: Економіка і менеджмент. 2017. Вип. 24(2).

## ПЕРЕДУМОВИ І НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ

**Нагорний І. С., магістрант**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Худавердієва В. А.,  
Державний біотехнологічний університет*

Питання забезпечення фінансово-економічної безпеки держави набуло особливої актуальності для України, та стало предметом пильної уваги вчених-правознавців. Варто відзначити, що ситуація в зазначеній сфері постійно змінюється, так як інституційні перетворення спрямовані на вдосконалення соціально-економічних інститутів, що забезпечують реалізацію цивільних прав, підвищення ефективності системи державного управління та адміністративно-правового регулювання, розвиток людського капіталу та громадянського суспільства, стійке функціонування і розвиток національної економіки, подолання технологічного та промислового відставання. На теперішній час загальним стало розуміння того, що вирішити стратегічні завдання розвитку нашої держави можливо лише при комплексній модернізації економіки, державного управління, соціальної політики і правоохоронної системи [1].

Фінансово-економічну безпеку держави варто розглядати як систему показників, що включає в себе здатність економіки функціонувати в режимі розширеного відтворення, стійкість фінансової системи, раціональну структуру зовнішньої торгівлі, підтримку на необхідному рівні наукового потенціалу, збереження єдиного економічного простору і цілісності ринку, створення економічних і правових умов, що виключають криміналізацію суспільства, забезпечення необхідного регулювання економічних процесів, забезпечення належного рівня життя населення. Фінансово-економічна безпека суспільства на сьогоднішньому етапі розвитку відповідних правовідносин не носить абсолютний характер, оскільки в сучасних умовах посилюється міжнародний поділ праці. За таких обставин фінансово-економічна незалежність означає можливість контролю держави за національними ресурсами, досягнення такого рівня виробництва, ефективності і якості продукції, який міг би забезпечити її

конкурентоспроможність та дозволити на рівних брати участь у світовій торгівлі [2].

Використання особливих форм і методів адміністративно-правового регулювання при забезпеченні фінансово-економічної безпеки обґрунтовується необхідністю своєчасного реагування на виникаючі загрози економічного, політичного і військового характеру, оскільки в даних умовах використання тільки звичайних традиційних правових механізмів не завжди призводить до бажаного результату. Глобальні зміни суспільного життя в нашій державі наприкінці ХХ – початку ХХІ століть торкнулися, в першу чергу, реформування сфери законодавства. Останнім часом значно змінилася ситуація в економічній сфері українського суспільства, істотно трансформувалися його окремі складові, але в цілому проблема забезпечення фінансово-економічної безпеки зберігається, оскільки суспільство постійно стикається з новими викликами і загрозами в зазначеній галузі [3].

Прийняття Закону України «Про національну безпеку України» від 21.06.2018 № 2469-VIII передувало розуміння, що чинне, на момент прийняття нового закону, законодавче регулювання відносин у сфері національної безпеки мало серйозні недоліки. Зокрема, Законом України «Про основи національної безпеки України» була недостатньо чітко визначена сфера національної безпеки. Як загрози національній безпеці закріплені різні негативні чинники розвитку суспільства та держави, попри те, що їх подолання не може бути забезпечене діяльністю органів сектору безпеки. Також закріплення на законодавчому рівні переліку загроз національній безпеці України та заходів реагування на них не відповідало практикам держав – членів Європейського Союзу та НАТО, ускладнюючи визначення пріоритетів державної політики у сфері національної безпеки та вчасну реакцію на зміни безпекової ситуації [4, 5].

У тому ж Законі також було відсутнє чітке розмежування повноважень державних органів, насамперед органів сектору безпеки, що ускладнювало міжвідомчу координацію, зокрема за умов тривалої агресії проти України, яка

частково здійснюється у так званих «гібридних» проявах.

Закон України «Про національну безпеку України» був прийнятий з метою визначення механізмів керівництва у сфері національної безпеки та оборони, унормування структури і складу сектору безпеки і оборони, системи управління, координації та взаємодії його органів, запровадження комплексного підходу до планування у сфері національної безпеки і оборони для забезпечення сталого та ефективного цивільного демократичного контролю над органами та формуваннями сектору безпеки і оборони. Закон містить п'ять розділів [4].

У Розділі I подано визначення термінів, які використовуються у Законі. Розділ II закріплює правові засади та принципи державної політики у сфері національної безпеки і оборони, фундаментальні національні інтереси України, серед яких забезпечення державного суверенітету і територіальної цілісності, інтеграція України в європейський політичний, економічний, правовий простір, набуття членства в Європейському Союзі та в Організації Північно-Атлантичного договору. Розділ III визначає засади та механізми цивільного демократичного контролю, повноваження у здійсненні такого контролю законодавчої, виконавчої й судової влади, органів місцевого самоврядування та громадянського суспільства. Розділ IV визначає склад сектору безпеки і оборони та правовий статус основних органів, що входять до його складу, а також управління та координацію у сфері національної безпеки. Розділ V регулює планування у сфері національної безпеки і оборони, визначає основні документи довгострокового планування, зокрема Стратегії: національної безпеки України [6].

Проблеми бюджетної системи полягають не тільки у надзвичайно малих розмірах бюджету, але й у неякісному бюджетному плануванні. Прогнозні показники мають невизначеність, залежать від впливу невідконтрольних уряду чинників, що перетворює бюджет як фінансовий план на умовність і призводить до негативних наслідків. Так, В. В. Іщенко під податковою безпекою розуміє частину фінансової безпеки держави, яка визначається

наявністю сформованої податкової системи, оптимальним рівнем оподаткування, що забезпечує достатнє наповнення за рахунок податкових надходжень дохідної частини бюджету для виконання державою своїх функцій, а також забезпечує розвиток реального сектору економіки та соціальний захист населення [7].

На сучасному етапі суспільного розвитку фінансово-економічну безпеку слід розуміти, як стан захищеності фінансово-економічних прав та інтересів особистості, суспільства і держави від зовнішніх і внутрішніх загроз, що забезпечується наявністю юридичних приписів, заборон, обмежень, встановленням стандартів, нормативів в умовах здійснення різних видів господарської діяльності та контролю за нею. Не викликає сумнівів твердження щодо розуміння концептуальних засад сучасної системи забезпечення фінансово-економічної безпеки держави, та наявність певних складнощів в силу своєї багатоаспектності, що передбачає розробку як теоретико-методологічних питань, так і безпосередньо правового механізму, основних напрямків, форм і методів реалізації фінансово-економічної безпеки держави.

Забезпечення фінансово-економічної безпеки є вирішальним фактором у забезпеченні всіх складових безпеки держави. Основними напрямками забезпечення фінансово-економічної безпеки України є: аналіз і прогнозування загроз фінансово-економічній безпеці в усіх сферах їх прояву; визначення критеріїв фінансової безпеки та їх порогових значень; розроблення системи заходів та механізмів забезпечення фінансово-економічної безпеки країни; активізація діяльності законодавчих та виконавчих органів державної влади України щодо реалізації комплексу заходів, спрямованих на попередження та послаблення загроз національним фінансовим інтересам; підтримка на необхідному рівні стратегічних та мобілізаційних ресурсів держави [8].

Розуміння фінансово-економічної безпеки держави як основної і невід'ємної частини національної безпеки в правовій науці та законодавстві дозволяє по-новому підійти до заходів по її забезпеченню і виробити інноваційні шляхи усунення загроз безпеки. При встановленні завдання

функціонування ефективного державно-правового механізму забезпечення фінансово-економічної безпеки в рішенні зазначених завдань ключове значення має приділятися формуванню комплексного моніторингу соціально-економічного розвитку, що базується на системі оцінок стану національної безпеки і досягнення стратегічних національних пріоритетів, визначених Стратегією національної безпеки України, Концепцією забезпечення національної безпеки у фінансовій сфері та Закону України «Про національну безпеку України».

#### **Список використаних джерел:**

1. Дорошко М. С., Шпакова Н. В. Геополітичне середовище та геополітична орієнтація країн СНД: навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2017. 204 с.
2. Зажигаєв Б. В. Вплив геополітичних тенденцій на становлення української державності. URL: [http:// www.kyumu.edu.ua/zazhigaev.htm](http://www.kyumu.edu.ua/zazhigaev.htm).
3. Черник П. Загальні риси геополітичного положення України. URL: <http://www.ji.lviv.ua/n39texts/39-zmist.htm>.
4. Закон України «Про національну безпеку України» від 21.06.2018 № 2469-VIII. URL: <http://search.ligazakon.ua>.
5. Закон України «Про основи національної безпеки України». URL: <http://search.ligazakon.ua>.
6. Пояснювальна записка до проекту Закону України «Про національну безпеку України». URL: <http://zakon.rada.gov.ua>.
7. Іщенко В. В. Податкова складова фінансової безпеки держави. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2016. №37. С. 35–40.
8. Іващенко О. В., Гельман В. М. Фінансово-економічна безпека держави. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. 2017. № 2(1). С. 121–131.



# НОРМАТИВНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ

**Найдюнова М. І.**, *магістрант*  
*Науковий керівник: к. е. н., доцент Худавердієва В. А.,*  
*Державний біотехнологічний університет*

Держава є основним суб'єктом забезпечення фінансово-економічної безпеки, головну роль в ефективності забезпечення фінансово-економічної безпеки держави має відігравати адміністративне право, яке регламентує управлінську діяльність суб'єктів забезпечення фінансово-економічної безпеки. Норми адміністративного права забезпечують реалізацію механізму управління в різних сферах життєдіяльності, встановлюють відповідні правові режими, які повинні стати ефективним інструментом адміністративно-правового регулювання в сфері фінансово-економічної безпеки держави [1].

Відповідно до сучасних реалій держава шукає нові методи і засоби впливу на учасників відносин у сфері фінансово-економічної безпеки. У встановленні правових засад забезпечення фінансово-економічної безпеки першорядне значення має Стратегія національної безпеки України, затверджена Указом Президента України від 14 вересня 2020 року № 392/2020. Стратегія національної безпеки України (далі – Стратегія) ґрунтується на таких основних засадах: стримування – розвиток оборонних і безпекових спроможностей для унеможливлення збройної агресії проти України; стійкість – здатність суспільства та держави швидко адаптуватися до змін безпекового середовища й підтримувати стає функціонування, зокрема шляхом мінімізації зовнішніх і внутрішніх уразливостей; взаємодія – розвиток стратегічних відносин із ключовими іноземними партнерами, насамперед з Європейським Союзом і НАТО та їх державами-членами, Сполученими Штатами Америки, прагматичне співробітництво з іншими державами та міжнародними організаціями на основі національних інтересів України.

Ураховуючи фундаментальні національні інтереси, визначені Конституцією України і Законом України "Про національну безпеку України",

пріоритетами національних інтересів України та забезпечення національної безпеки є: відстоювання незалежності і державного суверенітету; відновлення територіальної цілісності у межах міжнародно визнаного державного кордону України; суспільний розвиток, насамперед розвиток людського капіталу; захист прав, свобод і законних інтересів громадян України; європейська і євроатлантична інтеграція [2, 3].

Даною Стратегією визначаються наступні шляхи забезпечення економічної безпеки: деолігархізація демонополізація і дерегуляція економіки, захист економічної конкуренції, спрощення й оптимізація системи оподаткування, формування сприятливого бізнес-клімату та умов для прискореного інноваційного розвитку; ефективне застосування механізму спеціальних економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій), унеможливлення контролю стратегічних галузей капіталом держави-агресора; створення найкращих у Центральній і Східній Європі умов для інвесторів, залучення іноземних інвестицій у ключові галузі економіки, зокрема в енергетичний і транспортний сектори, як інструменту забезпечення національної безпеки; забезпечення готовності економіки до відбиття Україною збройної агресії; розвиток оборонно-промислового комплексу як потужного високотехнологічного сектору економіки, здатного відігравати ключову роль у її прискореній інноваційній модернізації; юридичний захист в міжнародних інституціях майнових інтересів фізичних і юридичних осіб України та Української держави; підвищення стійкості національної економіки до негативних зовнішніх впливів, диверсифікації зовнішніх ринків, торговельних та фінансових потоків; забезпечення цілісності та захисту інфраструктури в умовах кризових ситуацій, що загрожують національній безпеці, та особливого періоду; ефективне використання бюджетних коштів, міжнародної економічної допомоги та ресурсів міжнародних фінансових організацій, дієвий контроль за станом державного боргу; стабілізація банківської системи, забезпечення прозорості грошово-кредитної політики та відновлення довіри до вітчизняних фінансових інститутів; системна протидія організованим економічній

злочинності та «тінізації» економіки на основі формування переваг легальної господарської діяльності та водночас консолідації інституційних спроможностей фінансових, податкових, митних та правоохоронних органів, виявлення активів організованих злочинних угруповань та їх конфіскації [3].

На сьогоднішній день, в Україні та світі, набуває все більшої розповсюдженості застосування нових форм і методів впливу держави на ринкові відносини, одним із видів яких є створення державних корпорацій – особливих суб'єктів публічного права, які поєднують в собі публічні і приватноправові функції. Організації, які виконують публічні функції не є новим явищем в світовій економіці, проте, діяльність вітчизняних державних корпорацій в різних сферах економічної та соціальної діяльності обумовлена особливостями українських ринкових відносин, складністю їх становлення і специфікою правового статусу [4].

Найважливішою гарантією забезпечення фінансово-економічної безпеки України є Конституція – основний закон держави. Саме конституційні принципи ринкової економіки утворюють основи економічного ладу нашої країни, що утворюють фундаментальні підвалини соціально-економічного, правового і, зокрема, конституційного ладу. Конституція України є фундаментом системи застосування адміністративних заходів забезпечення фінансово-економічної безпеки як окремих господарських суб'єктів, так і держави в цілому [5].

Нормативне визначення економічної безпеки закріплено, зокрема, наказом Міністерства економічного розвитку України «Про затвердження Методичних рекомендацій щодо розрахунку рівня економічної безпеки» [6]. Так, економічна безпека – це стан національної економіки, який дає змогу зберігати стійкість до внутрішніх та зовнішніх загроз, забезпечувати високу конкурентоспроможність у світовому економічному середовищі і характеризує здатність національної економіки до сталого та збалансованого зростання. Фінансова безпека, у свою чергу, визначається, як багаторівнева система, яку утворює низка підсистем, кожна з котрих має власну структуру і логіку

розвитку.

Фінансова безпека держави – це ступінь захищеності фінансових інтересів держави, стан фінансової, грошово-кредитної, бюджетної, податкової, валютної, банківської, інвестиційної, митно-тарифної, розрахункової та фондової систем, що характеризується збалансованістю, стійкістю до внутрішніх і зовнішніх негативних впливів, спроможністю держави ефективно формувати та раціонально використовувати фінансові ресурси, достатні для задоволення її потреб, шляхом виконання зобов'язань і забезпечення соціально-економічного розвитку [4].

З податковою системою та податковою політикою пов'язані інтереси не тільки держави, а й усіх громадян, верств і груп населення, підприємств і організацій. Податки впливають на стан економіки, бюджетної системи, фінансове забезпечення органів місцевого самоврядування, від них залежить здатність держави виконувати свої функції. Беззаперечно, податкова безпека є важливим елементом системи забезпечення економічної безпеки держави [7].

Відсутність концепції забезпечення фінансово-економічної безпеки держави призводить до певних складнощів та суперечностей при застосування положень Стратегії національної безпеки України. Незважаючи на досить значну кількість постанов уряду з різних економічних питань і окремих аспектів забезпечення фінансово-економічної безпеки, доводиться констатувати відсутність спеціального акту, який стверджує план реалізації Стратегії національної безпеки України, що викликано відсутністю концептуального опрацювання даного напрямку [2].

Варто виділити наступні напрями забезпечення фінансово-економічної безпеки держави: регламентація господарської діяльності, що утворює систему нормативно-правових актів для господарюючих суб'єктів, що визначають їх права і обов'язки, міру взаємної відповідальності, в тому числі і введення заборон, націлених на недопущення шкоди фінансово-економічній безпеці держави, суспільства і окремих фізичних осіб; формування організаційно-економічних структур, що забезпечують належний контроль за дотриманням

вимог забезпечення фінансово-економічної безпеки; вироблення соціально-економічної політики, визначення і результативне застосування механізмів реалізації адміністративно-правового регулювання забезпечення фінансово-економічної безпеки як особливого виду регулювання соціально-економічних процесів [7]. При запровадженні зазначеного комплексу заходів важливо враховувати особливості національних інтересів в сфері забезпечення фінансово-економічної безпеки, динаміку сучасних викликів і загроз, прийняття цілеспрямованих заходів з протидії даними загрозам, що включають встановлення адміністративно-правового режиму і відповідальності суб'єктів забезпечення фінансово-економічної безпеки за їх виконання.

#### **Список використаних джерел:**

1. Сніщенко Р. Г. Фінансова безпека учасників фінансового ринку: монографія. Кременчук : ПП Щербатих О. В., 2015. 372 с.
2. Стратегія національної безпеки України, затверджена Указом Президента України від 14.09.2020. № 392/2020. URL: <http://search.ligazakon.ua>.
3. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 6 травня 2015 року. Урядовий кур'єр, 2015. № 95. URL: <http://search.ligazakon.ua>.
4. Методичні рекомендації щодо оцінки рівня економічної безпеки України. URL: <http://search.ligazakon.ua>.
5. Конституція України. URL: <http://search.ligazakon.ua>.
6. Наказ Міністерства економічного розвитку України «Про затвердження Методичних рекомендацій щодо розрахунку рівня економічної безпеки України». URL: <http://search.ligazakon.ua> .
7. Луценко І. С. Методичний підхід до оцінювання рівня податкової безпеки держави. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2015. №12. С. 159–163.

## УМОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ

**Остахов Д. О.**, *магістрант*

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Худавердієва В. А.,  
Державний біотехнологічний університет*

У вітчизняній практиці питанням фінансової безпеки держави приділяється достатньо уваги. Проте більшість науковців розглядають впливи зовнішніх і внутрішніх дестабілізуючих факторів на фінансову безпеку без виявлення джерел і причин їх виникнення, не звертаючи уваги на наявність зворотнього зв'язку між регуляторною діяльністю держави на фінансовому ринку і реакцією конкурентного середовища. Фінансова безпека держави як регулятора фінансового ринку розглянута лише у загальному вигляді, без уточнень і конкретизації. З огляду на це, проблематика забезпечення фінансової безпеки держави як регулятора фінансового ринку є актуальною [1].

В рамках проведення в нашій державі адміністративної реформи, головна мета якої полягає в оптимізації основних функцій сучасної держави, повинні створюватися умови для розвитку економічних свобод господарюючих суб'єктів, визначатися стратегічні орієнтири подолання технологічної та промислової кризи, повинна реалізовуватися державна політика ефективного управління державною та комунальною власністю з залученням нових організаційних структур. З огляду на вищезазначене, виникає потреба в аргументації взаємодії теорії адміністративного права та теорії управління за допомогою використання такого важливого поняття, як механізм реалізації норм адміністративного права суб'єктами забезпечення фінансово-економічної безпеки держави [1, 2].

Розгляд поняття та змісту фінансово-економічної безпеки доцільно розпочати з більш загального визначення – економічної безпеки держави. Заслуговують на увагу сучасні підходи до визначення сутності економічної безпеки. Перший підхід трактує економічну безпеку як невід'ємну частину національної безпеки, тобто це захищеність життєво важливих інтересів особистості, суспільства, держави в економічній сфері від внутрішніх і

зовнішніх загроз. Другий підхід розкриває сутність економічної безпеки як «стан економіки», тобто економічна безпека – це стан економіки й інститутів влади, при якому забезпечується гарантований захист національних інтересів, соціальна спрямованість політики, достатній оборонний потенціал, навіть при несприятливих умовах розвитку внутрішніх і зовнішніх процесів. Третій підхід до визначення сутності економічної безпеки трактує економічну безпеку як сполучення або сукупність умов і факторів, що забезпечують певний необхідний рівень економічного розвитку країни. Четвертий підхід передбачає визначення економічної безпеки як якісного стану сукупності основних факторів суспільного виробництва в сполученні зі здатністю держави забезпечити їх ефективно захищене використання в національних інтересах і здійснювати економічну стратегію, адекватну викликам його мінливого економічного простору, з метою досягнення стабільного, стійкого розвитку та самовдосконалення всього суспільства [2].

Рівень фінансової безпеки визначають багато індикаторів, основними з яких є: дефіцит бюджету, обсяги боргів держави, рівень інфляції, вартість банківських кредитів, рівень монетизації економіки, обсяг міжнародних резервів Національного банку України [3].

Забезпечення фінансової безпеки держави вимагає постійного моніторингу її індикаторів, таких як: рівень перерозподілу ВВП через зведений бюджет України; рівень монетизації ВВП; дефіцит державного бюджету; ступінь доларизації національної економіки; швидкість обігу готівки; ставка рефінансування НБУ; процентна ставка за банківський кредит та ін.

До складу фінансової безпеки входять: бюджетна, податкова, боргова, грошово-кредитна, валютна, банківська, інвестиційна безпека. Серйозною загрозою бюджетній безпеці є перевищення реального бюджетного дефіциту над запланованим, що піддає сумніву ефективність роботи уряду та може спричинити труднощі у співпраці з міжнародними фінансовими організаціями.

Формування і стан державного бюджету залежить від проведення ефективної податкової політики. Гостра проблема полягає в надмірному

оподаткуванні, що зумовлює масове ухилення від сплати податків. Високий рівень прибуткового податку з громадян (15 %) змушує їх приховувати свої доходи від оподаткування. Податок на прибуток підприємств (25 %) стримує розвиток виробництва, а ставка ПДВ (20 %) також зменшує попит населення. У свою чергу, недостатнє надходження податків до бюджету може сприяти збільшенню його дефіциту і, як наслідок, загрожувати фінансовій безпеці держави [3].

Податкова безпека платників податків – це фінансово- економічний стан платника податків, який забезпечує мінімізацію податкових ризиків за умови дотримання податкової дисципліни [4].

Питання податкової безпеки повинні в обов'язковому порядку включатися в концепцію фінансово-економічної безпеки держави. Податкова безпека є також складовою частиною поняття «фінансово-економічна безпека», оскільки без протидії податковим ризикам, які безпосередньо впливають на фінансовий стан господарюючого суб'єкта, неможливе досягнення стану, при якому забезпечуються фінансова стабільність, а також поступальний, позитивний розвиток господарюючого суб'єкта. Зміни і розвиток в системі податкової безпеки не можуть бути досягнуті: без вдосконалення інформаційних систем та аналізу; без підвищення науково-технічного потенціалу; без створення інформаційних технологій; без модернізації системи обліку платників податків; без застосування нових моделей аналізу і прогнозування в податкових органах; без удосконалення системи обліку платежів [5].

При оптимізації податкового адміністрування в інтересах податкової безпеки досягається соціальний, економічний і бюджетний ефект. Соціальний ефект – це збереження робочих місць, стабілізація соціальної обстановки в регіоні, збереження містоутворюючих підприємств. Економічний ефект визначається фінансовою стійкістю і платоспроможністю підприємства. Бюджетний ефект полягає в можливості виконання підприємством своїх зобов'язань перед бюджетом, своєчасному і повному перерахуванні податкових



платежів і зборів [6].

Можна виділити наступні критерії визначення податкової безпеки: ресурсно-функціональний, статичний і нормативно-правовий. Зважаючи на багатогранність поняття податкової безпеки, складність взаємозв'язків і взаємозалежності різних її елементів, а також необхідність урахування економічних інтересів фізичних і юридичних осіб-платників податків, регіонів і держави з метою забезпечення стійкого економічного зростання, податкова безпека містить у собі такі рівні: національна податкова безпека; регіональна податкова безпека; податкова безпека платників податків. Національна податкова безпека – стан економіки, який забезпечує гарантоване надходження податкових платежів у бюджет, що дозволяє забезпечити захист національних інтересів в умовах мінливого зовнішнього середовища. Регіональна податкова безпека – це стан оподаткування в регіоні, що визначається рівнем місцевого оподаткування. Л. М. Петренко надає визначення податковій безпеці як стану податкової системи, який характеризується стійкістю і стабільністю всіх її елементів, що передбачає спроможність захищати економічні інтереси держави і протистояти зовнішнім і внутрішнім загрозам, можливість реалізації і розвитку податкового потенціалу країни, ефективного використання конкурентних переваг податкової системи в умовах глобалізації [7].

Під валютною безпекою розуміють стан курсоутворення, який характеризується високою довірою суспільства до національної грошової одиниці, її стійкістю, створює оптимальні умови для поступального розвитку вітчизняної економіки, залучення в країну іноземних інвестицій, інтеграції України до світової економічної системи, а також максимально захищає від потрясінь на міжнародних валютних ринках [8].

Світова економічна криза та загострення внутрішньополітичної ситуації в Україні поставили під реальну загрозу вітчизняну економіку. Це викликає нагальну необхідність захисту національної фінансової системи підвищення її стійкості до проявів небезпеки та загроз різного походження і характеру, відновлення позицій держави як регулятора фінансового ринку. Забезпечення

фінансово-економічної безпеки залишається складною і багаторівневою проблемою, комплексне вирішення якої потребує зосередження зусиль фахівців різних галузей науки. В свою чергу, зміст діяльності щодо забезпечення фінансово-економічної безпеки полягає в підтримці правових та інституційних механізмів, а також ресурсних можливостей держави і суспільства на рівні, що відповідає національним інтересам держави, так як стан національної безпеки України безпосередньо залежить від економічного потенціалу країни і ефективності функціонування системи забезпечення національної безпеки.

#### **Список використаних джерел:**

1. Рейтинг інвестиційної привабливості регіонів. URL: [1http://www.ukrproject.gov.ua](http://www.ukrproject.gov.ua).
2. Евса О. Что скрывает экономическая безопасность? URL: [ftp://www.psj.ru/saver\\_people/detail.php?ro=66766](ftp://www.psj.ru/saver_people/detail.php?ro=66766).
3. Оспішев В. І. Фінанси: Курс для фінансистів : навч. посіб. Київ, 2008. 567 с.
4. Фролов С. М., Козьменко О. В., Бойко А. О. Управління фінансовою безпекою економічних суб'єктів. Суми : ДВНЗ. УАБС НБУ. 2015. 332 с.
5. Єпіфанов А. О. Фінансова безпека підприємств і банківських установ: монографія. Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ». 2009. 295 с.
6. Лісовий Г. О. Податкова безпека України: загрози та ризики. *Форум права*. 2016. № 1. С. 162–168.
7. Петренко Л. М. Податкова безпека як складова фінансової безпеки держави. Моделювання та інформаційні системи в економіці: зб. наук. праць; М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана», 2012. Вип. 86. С. 89–98.
8. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо розрахунку рівня економічної безпеки України: Наказ Міністерства економічного розвитку України від 29.10.2013 № 1277. URL:<http://zakon.rada.gov.ua>.

# ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ ЯК ОСНОВИ ЗМІЦНЕННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

**Штеба Р. Ю.**, здобувач,  
*Національний університет цивільного захисту України*

В сучасних умовах проблема забезпечення національної безпеки займає важливе місце не тільки у світовій політичній практиці, а й у наукових дослідженнях, зокрема в публічному управлінні та адмініструванні. Актуальність зазначеної проблематики на всіх рівнях владних структур, у межах наукової чи суспільної дискусії пов'язана з тим, що в житті індивіда, окремих сегментів суспільства, кожної держави та світової спільноти в цілому присутня значна кількість загроз та викликів, які підривають їх безпечне існування та шкодять економічному розвитку.

Протягом тривалого часу у теорії та практиці було прийнято виокремлювати дві ключові сфери, в яких по-різному формувався набір засобів, що забезпечують боротьбу з викликами та загрозами світового розвитку. Перша сфера – «внутрішня безпека» – вимагала протидіяти загрозам, які походять від сил, які шкодять життю людини чи підривають суспільний устрій і розглядалася, як правило, у контексті кримінальних питань. Друга сфера – «зовнішня безпека» – акцентувалася на виявленні загроз та викликів з боку міжнародного середовища і тому передбачала застосування інструментів, які здатні захистити, насамперед державний суверенітет тієї чи іншої країни [1].

Глобалізаційні процеси внесли низку коректив у трактування категорії «національна безпека», як основи зміцнення економіки в умовах глобалізації.

Так, на початку ХХІ століття став очевидним процес формування принципово іншого простору, в межах якого доводиться відстоювати власну безпеку. Адже під впливом зростаючої взаємозалежності національних держав відбулося своєрідне «розмивання» кордонів між країнами, і, як наслідок, різниці між поняттями внутрішньої та зовнішньої політики держав. Тому більшість викликів сучасного світу набули в сучасних умовах

транснаціонального характеру, тобто сформувався новий «неподільний» і «прозорий» простір глобальної безпеки.

Окрім того, глобалізація супроводжувалася виходом на міжнародну арену великої кількості недержавних акторів, які посилили хаотизацію світового розвитку, серед яких особливу небезпеку викликають непередбачувані дії терористичних організацій, транснаціонального наркобізнесу, міжнародних фінансових мереж, окремих бізнес-структур. Загрози, що генеруються деструктивними недержавними акторами такого роду, інколи перевершують традиційні загрози, що походять від тих чи інших національних держав.

Також різні за своїм змістом та характером науково-технологічні трансформації вимагають відновлення інструментарію, що дозволяє вирішувати питання, що стосуються проблем безпеки, в тому числі національної. Адже поступово знижується ефективність традиційних силових підходів у цій сфері, і на перший план у міжнародній політиці все частіше виходять механізми так званої «м'якої сили» (мережеві технології просування певних ціннісних пріоритетів, формування певного інформаційного середовища, реалізація відповідних культурно-освітніх програм тощо). З огляду на це кожен актор був змушений переглядати і перелік контрзаходів, що дозволяють протидіяти новим викликами та загрозам національній безпеці. В контексті процесів демократизації сучасного світу зростала самоцінність прав людини, а становище індивіда перестало бути виключно прерогативою суверенних держав (наслідком цього є поява концепції «гуманітарного втручання» міжнародних сил у внутрішні справи держав) [2].

Слід зазначити, що глобалізація дещо змінила змістовний контекст поняття «національна безпека». Тобто, поряд з військово-політичним її виміром, на перший план в сучасних умовах виходять і такі її аспекти, як економічна, енергетична, продовольча, екологічна, інформаційна, техногенна, кліматична безпека тощо.

Значно впливає на формування та забезпечення національної безпеки в умовах глобалізації такий ключовий тренд сучасності, як процес становлення

нового світового порядку. Адже після руйнування біполярності світу у 1991 р. одним із постійних питань порядку денного світової спільноти стало питання пошуку оптимальної моделі міжнародних відносин. За тридцять років, які пройшли після краху біполярності, світовій спільноті так і не вдалося досягти певного консенсусу щодо загальних принципів побудови постбіполярного порядку. Більше того, міжнародні відносини в сучасних умовах опинилися у вкрай суперечливому та навіть кризовому стані. Про це свідчить посилення хаотизації світу, зростання економічної конкуренції, розгортання нового етапу глобальної боротьби за ресурси тощо [3].

Таким чином, розгляд новітніх глобалізаційних факторів показує суттєву трансформацію міжнародних відносин, а також самого середовища міжнародної безпеки, що безперечно впливає на всі аспекти формування та забезпечення національної безпеки в сучасних умовах. Це необхідно враховувати у питаннях реалізації державної політики у сфері забезпечення національної безпеки, як основи зміцнення економіки України в умовах глобалізації.

#### **Список використаних джерел:**

1. Государственное управление в сфере национальной безопасности: словарь-справочник / состав.: Г. П. Сытник, В. И. Абрамов, В. Ф. Смолянюк и др.; под общ. редакцией Г. П. Сытника. Київ : НАДУ, 2012. 496 с.
2. Сучасні вимірники рівня розвитку структурних та інституціональних характеристик національної та глобальної економік : навч.-метод. посіб. / В.В. Козюк [та ін.]; за ред. В.В. Козюка. 2-ге вид., випр. і доп. Тернопіль : Вектор, 2015. 248 с.
3. Booth Ken. 2007. Theory of World Security. Cambridge University Press. Josselin Daphne, Wallace William (ed.). 2001. Non-State Actors in World Politics. New York: Palgrave. Katzenstein Peter J. (ed.). 1996.

## СЕКЦІЯ 5

### ВІТЧИЗНЯНІ ТА МІЖНАРОДНІ СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ТА ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

### СИСТЕМА ТОВАРОРУХУ ЯК КЛЮЧОВА ЛАНКА МАРКЕТИНГУ ТА ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА

*Антонюк Г. О., магістрант*

*Наукові керівники: к. т. н., доцент Вишневська М. К.,  
к. е. н., доцент Крамаренко А. В.,  
Національна металургійна академія України*

Система товароруху – ключова ланка маркетингу і свого роду фінішний комплекс у всій діяльності фірми по створенню, виробництву і доведенню товару до споживача. Власне, саме тут споживач визнає або не визнає зусилля підприємства корисними і потрібними для себе і, відповідно, купує або не купує продукцію того чи іншого виробника.

Головні цілі процесу руху товару формуються в галузі забезпечення необхідного рівня задоволення запитів споживачів при мінімізації витрат на організацію і здійснення даного процесу. Від процесу руху товару споживачі очікують ефективної системи оформлення замовлень, наявності в запасах необхідних ними продуктів, можливості здійснення термінових поставок, швидкого виконання гарантійних зобов'язань, надійного після продажного обслуговування, якщо він є.

Невід'ємною складовою товароруху виступають канали розподілу. Так, за визначенням Американської асоціації маркетингу «канал розподілу – це структура внутрішньофірмових організаційних одиниць і (або) внефірмових агентів, дилерів та оптовиків, через яку товар, продукт або сервіс доставляється на ринок».

Система товароруху є найважливішим напрямком діяльності виробничого підприємства. Про значення товароруху свідчать і витрати на забезпечення цього процесу, які за даними різних джерел коливаються від 15 до 25% суми

продажів. При цьому слід зазначити, що середні витрати на рекламу і стимулювання продажів в більшості випадків істотно нижчі.

Тож в сучасних бізнес реаліях вибір оптимального каналу товароруку є одним з ключових рішень для виробничих підприємств. А при виборі каналу товароруку основною умовою має виступати його доступність для виробника. Так, для досягнення комерційного успіху при використанні того чи іншого каналу товароруку необхідно провести ретельну порівняльну характеристику витрат підприємства на можливі варіанти. Адже вибір того чи іншого каналу розподілу товарів може у подальшому чинити суттєвий вплив на конкурентоспроможність виробника, а отже і на фінансово-економічні результати його діяльності.

Слід зауважити, що під конкурентоспроможністю фірми розуміємо можливість ведення ефективної господарської діяльності та її практичної прибуткової реалізації в умовах конкурентного ринку. При цьому реалізація зазначеного має забезпечуватися усім комплексом наявних на підприємстві засобів, включаючи маркетингові.

В основу заходів щодо підвищення конкурентоспроможності виробничого підприємства повинні бути закладені рівні оцінок окремих параметрів конкурентоспроможності. Так, на власну думку, особлива увага повинна бути приділена таким параметрам, як: інтенсивність каналів збуту, бюджет трейд-маркетингу, ступінь охоплення ринку, канали та реклами бюджет реклами.

В якості заходів щодо підвищення конкурентоспроможності сучасного виробничого підприємства можна запропонувати наступне:

- оцінка асортиментної політики і виявлення неконкурентоспроможної і малорентабельної продукції, з метою її виключення з виробничої програми. Для досягнення необхідного результату доцільним буде проведення АВС-аналізу по всьому випускному асортименту продукції;
- підвищення якості продукції, що випускається;

– посилення інтенсивності каналів збуту. Для цього рекомендується проведення додаткового аналізу структури продажів по каналах збуту, включаючи відвантаження в торгові мережі, магазини традиційного роздробу, реалізацію через оптові канали продажів. Забезпечення ефективних асортиментних матриць для мережевого ритейлу, які б включали в себе обов'язкові ключові позиції асортименту для формування вигідної асортиментної пропозиції. Асортимент мереженого ритейлу, в свою чергу, дозволить забезпечити окрім того необхідні обороти продажів;

– робота зі ступенем охоплення ринку – проведення оцінки дистрибуції по поточній території представленості продукції компанії. Результатом аналізу має стати пропозиція для дистриб'юторів з розвитку клієнтської бази по кожній з територій. Пропозиція стане ефективною, якщо буде підкріплена інструментом для розвитку клієнтської бази, наприклад, програмою трейд-маркетингу;

– реалізація бюджету трейд-маркетингу підприємства. В умовах обмеженості бюджетів на просування, в тому числі трейд-маркетинг, необхідна розробка ефективних типів програм з оцінкою ефективності витрат. У типові програми необхідно закласти умови реалізації завдань компанії на тій чи іншій території. При цьому реалізація бюджету трейд-маркетингу стане ефективнішою за умови концентрації зусиль підприємства на ключових територіях серед ключових клієнтів. Додатковою умовою для розробки програм буде виступати аналіз конкурентних пропозицій по трейд-маркетингу;

– робота з вибором каналів просування і споживчої реклами. Хорошою альтернативою для підвищення ефективності поширюваної реклами може стати передача даних функцій на аутсорсинг в комплексні рекламні агентства. Адже такі агентства володіють аналітичними даними з активності використання кожного з каналів збуту, а також даними щодо потенційної кількості контактів кожного з каналів реклами.

Тож, як бачимо, підвищити конкурентоспроможність виробничого підприємства можливо різними шляхами. Цілком очевидним є те, що виробник



зацікавлений в збільшенні прибутку, а для цього необхідний якнайшвидший збут виробленої продукції за максимально можливими цінами. Оскільки до 90% маркетингових завдань, що вирішуються в організації, безпосередньо пов'язані з просуванням і збутом, система товароруку, як ключова ланка маркетингу, потребує особливої уваги у забезпеченні конкурентоспроможності сучасних підприємств.

## **КОЛАБОРАЦІЯ ЯК ЧАСТИНА ПАРТНЕРСЬКОГО МАРКЕТИНГУ**

**Башта В. С., студентка**

*Науковий керівник: к. е. н, доцент Зіньцьо Ю. В.,  
Львівський національний університет імені Івана Франка*

На сьогоднішній день, доволі часто увагу споживачів привертають незвичні поєднання, наприклад, коли тільки з'явилися перші окуляри, із вбудованими технологіями, світ дізнався про розумні (smart) окуляри. Хоч смарт окуляри і не здобули масового розповсюдження серед потенційних покупців, але увагу привернули.

Як тільки з'явилася всесвітня мережа Інтернет, яка дає змогу створювати компаніям свої web-сторінки, на яких вони розміщують інформацію про товари (послуги) та безпосередньо займаються їхніми продажами – це спричинило формування онлайн-реклами. Традиційні моделі почали швидко видозмінюватись та вдосконалюватись, в результаті чого виник партнерський маркетинг, яскравим прикладом якого може стати співпраця онлайн-магазинів з блогерами [1]. Партнерський маркетинг дає змогу привернути увагу більшої кількості споживачів, як реальних так і потенційних.

Виокремлюють п'ять основних видів партнерства:

1. Комерційне партнерство. При даному виді партнерства цільова аудиторія двох компаній, які співпрацюють – спільна. Компанії можуть виготовляти зовсім різну продукцію, але орієнтуватися на одну цільову аудиторію [3]. Виробник автомобілів BMW та французький будинок моди Louis Vuitton мали досвід комерційного партнерства. Компанії виготовляють

кардинально різні товари, але їхня цільова аудиторія одна. Вони цінують розкіш та виготовляють високоякісну продукцію для подорожей. Перша виготовляє автомобілі, а друга розробила ексклюзивний набір валіз та сумок, який складається з чотирьох елементів, що ідеально розміщуються в автомобілі [5].

2. Некомерційна форма. Переважно в такому виді партнерства використовують рекламу у своїх блогах або сторінках. Наприклад, дві компанії мають сторінки в такій соціальній мережі як Instagram. Одна з компаній організовує подію і в якості гостя запрошує відомого спікера. Інформацію про подію поширює у себе не тільки компанія-організатор, але і спікер, якого запросили [3]. Прикладом може стати американська програма «Fake Up», куди в журі запросили відому бодіарт художницю Dain Yoon. Захід не тільки рекламували організатори на своїй сторінці, але й сама художниця в своєму профілі соціальної мережі [6].

3. Партнерство обмежене. При такому виді співпраці, обов'язки діляться між компаніями та виконуються чітко за домовленостями. Наприклад, декілька компаній хочуть організувати форум. Для цього між компаніями діляться обов'язки: одна займається дизайном сайту, друга робить SEO-оптимізацію, третя формує порядок проведення форуму та знаходить місце проведення організації.

4. Бізнес-об'єднання. Партнерство, при якому об'єднуються компанії з спільним інтересом. Переважно декілька компаній створюють об'єднання з компаніями-клієнтами з метою створити нові проекти в майбутньому [3].

5. Повне партнерство. Даний вид партнерства передбачає розробку спільного продукту декількома компаніями [3]. Яскравим прикладом може стати співпраця відомого модельєра Karl Lagerfeld та компанії L'Oreal Paris. Завдяки цьому проекту, було представлено косметичну продукцію. Так як продукт вийшов після смерті самого модельєра, попит на косметичні засоби був досить великим [4]. Такий вид співпраці називається колаборацією.

Колаборація – це система управління знаннями і спільна робота над спільною метою не зважаючи на функціональні, організаційні або географічні обмеження [2]. Досить відомою є колаборація корпорації Samsung та дизайнера Thom Browne у 2020 році. Завдяки спільній співпраці випущена лімітована серія Samsung Galaxy Z Flip Thom Browne з гнучким екраном. У комплект входили телефон, смарт годинник, навушники [7]. Всього було випущено 5 000 наборів вартістю 2 288 доларів США. В цілому було отримано 11 440 000 доларів США від продажів даної серії. 1 000 з яких для корейського та китайського ринків. Бажаючих отримати даний набір було більше 230 000 осіб, тому було впроваджено лотерею для відбору покупців [8].

Ще є досить багато прикладів цікавої колаборації. Партнерські співпраці такого виду - не тільки збільшують продажі, які призводять до обміну цільовими аудиторіями між компаніями. Вони є також рекламою, яка дозволяє брендам бути на слуху в людей. Таким чином, бренди є широко обговорюючими, що дає змогу брендам залишатися у свідомості споживачів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Історія партнерського маркетингу. URL: <https://tradetracker.com/ua/about-affiliate-marketing/>.
2. Природа колаборації та механізми її побудови. URL: <https://executives.com.ua/pryroda-kolaboratsii-ta-mehanizmy-ii-pobudovy/>.
3. Партнерство як стратегія розвитку URL: <https://business.diia.gov.ua/handbook/partnerstvo/partnerstvo-ak-strategia-rozvitku>.
4. Вау-ефект: колекція L'Oréal Paris x Karl Lagerfeld. URL: <https://makeup.ru/article/vau-jeffekt-kollekcija-l-oreal-paris-x-karl-lagerfeld>.
5. 21 Examples of Successful Co-Branding Partnerships (And Why They're So Effective). URL: <https://blog.hubspot.com/marketing/best-cobranding-partnerships> .
6. Профіль бодіарт художниці Dain Yoон 윤다인. URL: [https://instagram.com/designdain?utm\\_medium=copy\\_link](https://instagram.com/designdain?utm_medium=copy_link).

7. Главная коллаборация года: Samsung x Thom Browne. URL: <https://www.samsung.com/ru/explore/brand/exclusive-look-at-samsung-x-thom-browne/>.

8. У Samsung Galaxy Z Flip будет лимитированное «дизайнерское» издание Thom Browne Edition – за \$2500. URL: <https://itc.ua/news/u-samsung-galaxy-z-flip-budet-limitirovannoe-dizajnerskoe-izdanie-thom-browne-edition/>.

9. Самый дорогой комплект Samsung Galaxy Z Fold2 Thom Browne раскупили за минуты. URL: <https://www.ixbt.com/news/2020/09/11/samsung-galaxy-z-fold2-thom-browne.html>.

## **МІСЦЕ СУЧАСНИХ ФОРМАТІВ РЕКЛАМИ У ФОРМУВАННІ ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА**

**Гречуха Ю. С., студентка**  
*Науковий керівник: к. е. н., доцент Харченко Т. О.,  
Київський національний торговельно-економічний університет*

У сучасному світі, в умовах перенасичення усіх каналів комунікації найрізноманітнішими інформаційними потоками та у зв'язку з щоденним виникненням нових конкурентів, кожен з яких має свою оригінальну креативну концепцію, ефективність будь-якої рекламної кампанії значно знижується.

Саме тому наразі перед організаціями гостро постала проблема пошуку нових підходів та швидкого впровадження прихованих можливостей стандартних практик.

Одним із основних інструментів у просуванні товарів та послуг у сучасних умовах є реклама, яку активно використовують як великі так і малі підприємства.

Рекламу можна успішно використовувати для формування позитивного іміджу організації, звичайно ж за умови систематизації належної рекламної діяльності [1].

Імідж – це емоція, враження, яке на тебе справила компанія. Імідж – це те, що змушує тебе пам'ятати про бренд та довіряти йому.

Імідж складається з зовнішнього враження (вдалі рекламні кейси та матеріали) і внутрішнього образу, який неможливо контролювати і який є суб'єктивним сприйняттям людини або споживача.

Основні етапи створення іміджу:

– визначення цільової аудиторії, вивчення її роду занять, інтересів, віку, розташування та ін.;

– розробка концепції іміджу. Концепція іміджу – це те, що є значиме для споживача: напрям діяльності, головні принципи, мотиви і цінності, характерні для фірми і її товарів;

– формування, впровадження і закріплення іміджу у свідомості споживача [2].

Основою іміджу на сьогодні є фірмовий стиль, візуальні засоби формування іміджу вивіски, реклама, біл-борди, словесні вербальні салогани, пісні чи мелодії, що використовуються для формування іміджу, виставки, презентації, конференції, спонсорські заходи, або іншими словами – будь-що, що зможе у сьогоднішній звернути увагу людину та залучити її інтерес [3].

1. Фірмовий стиль – основа іміджу, те, без чого імідж не може існувати, його основа. Основні елементи: логотип, корпоративні кольори, слоган/гасло. Також – це єдине стильове оформлення товарного знаку, ділової документації, фірмового блоку/вивіски, рекламних оголошень/буклетів, дизайн офісу тощо.

Формування індивідуального стилю, безперечно, дуже сильно підвищує інтуїтивне сприйняття бренду, як чогось добре знайомого, непомітно розташовуючи споживача до бренду.

2. Візуальні засоби – дизайнерський засіб формування іміджу, у який входить створення упакування, оформлення вітрин, офісів, виставок, розробка макетів оголошень. У сучасному контексті до візуальних засобів у першу чергу треба віднести створення відео-контенту та його просування. Комунікація через аудіо-візуальні канали наразі є найефективнішим способом реклами, адже людина у перенасиченому інформацією світі готова споживати

лише те, що їй цікаво, виглядає інноваційно та не потребує особливої концентрації (як наприклад рекламні статті, які необхідно вдумливо читати).

3. Вербальні (словесні) засоби – політика бренду орієнтована на споживача. Спеціально підібрана стилістика, що ґрунтується на нестатках споживача. Погодьтесь, лише компанія, що формує сприятливе ставлення споживача через розуміння болі клієнта та чіткого розуміння як розкрити та піднести свої послуги у потрібному контексті, може стати справді успішною серед конкурентів.

4. PR-заходи – продумані, сплановані дії, що орієнтовані на підвищення взаєморозуміння між підприємством і громадськістю. Презентації, спонсорські заходи, акції, та прес-конференції залучають активну цільову групу та формують у неї позитивне враження про організацію.

Для забезпечення високої ефективності використання рекламних засобів при формуванні та підтримці іміджу підприємства у сучасному світі шаленої конкуренції та неймовірного темпу споживання інформації, реклама, як елемент комунікаційної політики, спрямована на формування зрозумілого для громадськості та успішного для компанії іміджу, обов'язково повинна бути інноваційною, безперечно креативною, залучати увагу споживача та бути орієнтованою на свою цільову аудиторію.

#### **Список використаних джерел:**

1. Вардеванян В. А. Практичні аспекти використання реклами у формуванні іміджу підприємства. *Сучасний стан розвитку економіки, управління та рекламної діяльності України* : матеріали наук.-практ. конф. молодих вчених та студентів, м. Івано-Франківськ, 2 квіт. 2015 р. Івано-Франківськ, 2015. С. 286–291.

2. Горячко К. К. Сучасні аспекти формування іміджу підприємства. *Модернізація та наукові дослідження: парадигма інноваційного розвитку суспільства і технологій* : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 24–25 січня 2020 р. Київ, 2020. С. 149–153.

3. Строцюк Ю. В. Сутність та значення позитивного іміджу для підприємства. URL: <http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/18766/1/52-243-248.pdf>.

## **ФАКТОРИ УСПІХУ ПРИ ВИВЕДЕННІ НОВОГО ПРОДУКТУ НА РИНОК**

*Делікатна К. В., студентка  
Науковий керівник: к. е. н., доцент Богашко О. Л.,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Основна мета будь-якої компанії отримання прибутку, а також його максимізація. В умовах сучасного ринку, який часто піддається змінам, і посиленої конкурентної боротьби, для того, щоб займати лідируючі позиції, бізнесу необхідно вміти швидко реагувати на зміни в потребах своєї цільової аудиторії, поточного законодавства і положення конкурентів. Це вимагає від компаній постійного оновлення свого продуктового портфеля. Пропозиція нового продукту є дуже перспективним напрямком, але також це пов'язано і з високими ризиками.

У період, коли маркетинг і дослідження ринку не виділялися в окрему сферу діяльності компанії, виведення на ринок нового продукту мав стихійний характер. Фактори успіху і невдачі не були вивчені. У середині 60-их років ХХ століття проблема успіху і провалу нового товару привернула увагу консалтингових компаній, які для визначення ключових факторів проаналізували величезну кількість статистичних даних. За даними міжнародного глобального дослідження компанії «PDMA» (було опитано 189 міжнародних компаній) і визначено, що поставлених цілей при виведенні нового товару компанії досягали в 58% випадках [4].

Великий масив дослідних даних створив підґрунтя для визначення факторів, що впливають на успіх та невдачу. З того моменту до виведення нової пропозиції компанії стали підходити досконально, із застосуванням відпрацьованих та перевірених методологій.

До факторів, що збільшують шанс успіху нового товару на ринку, відносять [3, с. 176]:

- відповідність товару потребам ринку;
- відповідність товару перевагам і ключовим компетенціям компанії;
- унікальні переваги товару над товарами конкурентів;
- особистість керівника компанії, його авторитет;
- дотримання стандартів при розробці нового товару;
- сприятливі конкурентні умови;
- високі стандарти менеджменту компанії;
- інтенсивність пробного маркетингу;
- організація відбору ідей для нових товарів в компанії та синергія з технологіями виробництва і комерційного середовища;
- належна організаційна структура, яка сприяє генерації нових ідей, координації дій підрозділів при розробці нового продукту, авторитет і узгодженість вищого керівництва.

Всі перераховані вище фактори пов'язані безпосередньо з діями та організацією процесу всередині компанії.

Серед факторів зовнішнього середовища виділяють конкуренцію і привабливість базового ринку з точки зору потенціалу росту (збільшення кількості споживачів в майбутньому).

До факторів, що негативно впливають на успіх виведення нового товару на ринок, відносяться [2; 5]:

- відсутність унікальних характеристик, властивостей товару;
- нечітке уявлення про товар, його концепцію та ринки до етапу розробки;
- відсутність технологічних, професійних, виробничих ресурсів компанії, необхідних для реалізації концепції;
- переоцінка ступеня привабливості ринку.



Встановлено, що при виведенні нового продукту на ринок компанії найчастіше скоюють аналогічні помилки.

Концентрація на розв'язання технічної задачі, а не на потреби споживачів. Найчастіше така проблема виникає в компаніях з високим розвитком технологічної складової. Інженери, захоплюючись розв'язанням технічної задачі, постійним удосконаленням технології, забувають про те, що основна мета роботи компанії – отримання прибутку шляхом задоволення потреб покупців.

Недоліки позиціонування полягають в недостатній увазі до помітних особливостей товару. При виведенні нової пропозиції найчастіше компанії говорять про фінансові вигоди й можливості, які отримує споживач при його використанні. Однак, найчастіше для залучення й утримання споживача досить сформулювати чітке уявлення клієнта про відмінності і переваги товару перед товарами компаній-конкурентів. Крім того, при виведенні продукту на ринки необхідно проаналізувати географічні, соціально-економічні, політичні особливості ринку, демографічну складову і встановити ціну відповідно до цих характеристик.

Необхідно робити прогнози на більш тривалі періоди, не обмежуючись стандартними короткими проміжками. Для цього необхідно брати до уваги, що попит на товар з плином часу буде знижуватися, оскільки [1; 6]:

- споживчі переваги динамічні, немає гарантії, що до моменту, коли товар надійде на ринок, він буде відповідати вимогам, задовольняти потреби й відповідати цінностям споживачів;

- науково-технічний прогрес призводить до постійного оновлення асортименту продукції на ринку, немає гарантії, що витрати на випуск нового товару встигнуть окупитися до того, як на ринок прийде новий, поліпшений продукт;

- конкуренти можуть повторити товар, скопіювати його і тоді прибуток від товару доведеться ділити з конкурентом.

Отже, факторами, що визначають успіх чи невдачу нового продукту є: унікальність ціннісної пропозиції, ретельне вивчення споживачів та подальша сегментація, пробний маркетинг серед лояльних споживачів, гнучкість та адаптація під умови ринку. Додатковими факторами, які покращують шанс на успіх є: складність копіювання бізнес-моделі та технологічних процесів, сильна організаційна структура з оптимізованими бізнес-процесами та виробництвом.

#### **Список використаних джерел:**

1. Богашко О. Л. Теоретичні аспекти дослідження конкурентоспроможності національної економіки в умовах глобалізації. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2014. Вип. 1 (25). С. 32–37.

2. Богашко О. Л. Регіональний маркетинг в умовах розвитку цифрового простору. *Конкурентоспроможність вітчизняних підприємств-надавачів послуг громадського транспорту: актуальні проблеми та європейський досвід їх вирішення* : зб. тез доп. III Всеукраїн. наук.-практ. конф. студ., аспір. та молодих вчен. з міжнар. участю (м. Тернопіль, 19–20 трав. 2020 р.) / редкол. : Г. Л. Монастирський, Т. М. Борисова, І. І. Стец, Н. Р. Іванечко; відп. за вип. Т. М. Борисова. Тернопіль : ТНЕУ, 2020. С. 40–43.

3. Нордстрем К., Риддерстррале Й. Бизнес в стиле фанк навсегда / К. Нордстрем, Й. Риддерстррале: Капитализм в удовольствии. М.: Изд «Манн, Иванов и Фербер», 2008. 256 с.

4. Организация маркетинга. Определение емкости рынка. URL: <http://b2blogger.com/articles/manage/46.html> (дата звернення: 25.10.21).

5. Стратегический маркетинг. Разработка нового товара или услуги: как избежать ошибок и рисков. URL: [http://www.elitarium.ru/2008/12/10/razrabotka\\_tovara\\_uslugi.html](http://www.elitarium.ru/2008/12/10/razrabotka_tovara_uslugi.html) (дата звернення: 25.10.21).

6. Bohashko O. «The «Knowledge Triangle» Is a Modern Concept for Managing the Development of Education, Science and Innovation. Proceedings of the 35th International Business Information Management Association Conference (IBIMA), 1-2 April 2020, Seville, Spain, P. 5964–5971.

## МАРКЕТИНГОВА ХАРАКТЕРИСТИКА КАПІТАЛЬНОГО РЕМОНТУ ТЕПЛОВОЗІВ ЯК РИНКОВОГО ТОВАРУ

*Жибуль Г. А., магістрант  
Науковий керівник: к. е. н., доцент Семенова Т. В.,  
Національна металургійна академія України*

Заводський серійний капітальний ремонт тепловозів (КРТ) як товар на ринку має свої специфічні особливості, які визначають сегментацію ринку і позиціонування товару. Перш за все, ця послуга по ремонту регламентована. Відносини між заводом як виробником ремонтних робіт і замовниками, як України, так і країн СНД, регламентуються «Основними умовами ремонту і модернізації тягового рухомого складу, вузлів та агрегатів на ремонтних заводах» [1]. Також ремонтні роботи детально регламентуються «Правилами заводського капітального ремонту» і нормативними документами галузевих НДІ, ПКТБ [1], заводів – виробників, які встановлюють технологію виробництва ремонтних робіт. Така багаторівнева регламентація забезпечує високу якість ремонту, надійність і безпеку експлуатації тепловозів.

При заводському капітальному ремонті тепловозів відновлюються вузли та деталі або окремі агрегати, приводячи їх у стан, який забезпечує роботу тепловоза до наступного капітального ремонту згідно з установленими нормами пробігу і періодичності ремонтів. Для тепловозів серії ЧМЕ-3 на «Укрзалізниці» встановлені періоди 9 років після КР-1 і 12 років після КР-2 при їх змінному чергуванні.

Капітальний ремонт КР-1 забезпечує відновлення експлуатаційних характеристик тепловозів ремонтом або заміною тільки зношених або пошкоджених вузлів і деталей, перевірку технічного стану всіх інших вузлів з усуненням знайдених несправностей.

Капітальний ремонт КР-2 передбачає повне або близьке до повного відновлення зношених деталей і вузлів з їх заміною або ремонтом, включаючи базові, і забезпечення роботи тепловоза до наступного капітального ремонту.

Тепловоз, як об'єкт ремонту, являє собою досить складну,

високотехнологічну машину. Її ремонт вимагає високого рівня культури виробництва, відповідної кваліфікації інженерного і виробничого персоналу, необхідної технічної підготовки і матеріально-технічного забезпечення [2]. Все це визначає структуру і порівняно високий рівень собівартості ремонтних робіт, а також визначає вимоги до профілю ремонтного заводу.

З точки зору маркетингу КРТ є досить дорогою послугою промислового призначення для підприємств залізничного транспорту і промислових підприємств, які експлуатують власний парк тепловозів. Ринок КРТ володіє наступними характеристиками, які різко відрізняють його від ринку товарів широкого призначення:

- порівняно невелика кількість споживачів – замовників КРТ;
- порівняно невелика кількість конкурентів;
- жорстка посерійна конкуренція;
- стабільна посерійна спеціалізація конкурентів;
- велика частка крупних замовників КРТ;
- низька цінова еластичність;
- номенклатурна стабільність попиту;
- професіоналізм замовників КРТ;
- складна процедура прийняття рішення на замовлення КРТ.

Сегментування ринку капітального ремонту тепловозів доцільно проводити за такими ознаками:

1) країна (географічний принцип). За цією ознакою виділяються наступні сегменти ринку: дороги «Укрзалізниці» і промислових підприємств України; Молдавська залізниця, Молдова; «Туркмендеміреллари», Туркменістан; Азербайджанська залізниця і промислові підприємства Азербайджану; Узбецька залізниця; Грузинська залізниця; «Казахстан Темір Жоли» і промислові підприємства Казахстану; Північна, Горьковська та Приволжська залізниці;

2) наявність в локомотивному парку потенційного замовника тепловозів 2ТЕО-10, ЧМЕ-3, ТЕМ-2;

3) кількість тепловозів в парку потенційного замовника: найбільші підприємства з парком в сотні тепловозів (залізниць); середні підприємства з парком в десятки тепловозів (ГЗК, металургійні комбінати); дрібні підприємства з парком в одиниці тепловозів (заводи, кар'єри, ППЖТ);

4) серія тепловоза;

5) платоспроможність потенційного замовника КРТ.

Проведена сегментація ринків капітального ремонту тепловозів представлена в таблиці 1.

Таблиця 1

### Сегментація ринків капітального ремонту тепловозів

№ п/п	Назва ринку КРТ	Товарні позиції
1.	Україна; «Укрзалізниця»	1. КР тепловозів ЧМЕ-3; 2ТЕ-10 2. Поставка запчастин ЧМЕ-3; 2ТЕ-10 3. Ремонт агрегатів ЧМЕ-3
2.	Росія; МПС РФ	1. КР тепловозів ЧМЕ-3; 2ТЕ-10 2. Поставка запчастин ЧМЕ-3; 2ТЕ-10
3.	Україна: промислові підприємства металургії, вугледобувної, хімічної галузей	1. КР тепловозів ТЕМ-2; ЧМЕ-3; 2ТЕ-10 2. Ремонт агрегатів ТЕМ-2; ЧМЕ-3; 2ТЕ-10 3. Поставка запчастин ЧМЕ-3; 2ТЕ-10
4.	Казахстан; РГП «Казахстан темир жолі»	1. КР тепловозів ЧМЕ-3; 2ТЕ-10; ТЕМ-2 2. Поставка запчастин ЧМЕ-3; 2ТЕ-10 3. Ремонт агрегатів ЧМЕ-3
5.	Туркменістан; «Туркмендемиреллары»	1. КР тепловозів ЧМЕ-3; 2ТЕ-10 2. Поставка запчастин ЧМЕ-3; 2ТЕ-10
6.	Азербайджан; Государственная железная дорога	1. КР тепловозів ЧМЕ-3 2. Поставка запчастин ЧМЕ-3
7.	Грузія; Грузинська залізниця	1. КР тепловозів ЧМЕ-3 2. Поставка запчастин ЧМЕ-3 3. Ремонт агрегатів ЧМЕ-3
8.	Молдова; Молдавська залізниця	1. КР тепловозів ЧМЕ-3; 2ТЕ-10 2. Поставка запчастин ЧМЕ-3 3. Ремонт агрегатів ЧМЕ-3
9.	Промислові підприємства країн СНД	1. КР тепловозів ЧМЕ-3; 2ТЕ-10; ТЕМ-2 2. Поставка запчастин ЧМЕ-3; 2ТЕ-10 3. Ремонт агрегатів ТЕМ-2; ЧМЕ-3

Загальна характеристика всіх сегментів – крайня нестабільність, низька платоспроможність замовників, загальна динаміка – стиснення ринків. Для всіх ринків КР залізниць країн СНД характерна тенденція відмови від виконання

ремонтів в Україні і орієнтація на розвиток власних ремонтних баз, освоєння капітального ремонту нових серій тепловозів. У той же час вони не мають (за винятком Росії) виробничих потужностей, не освоїли випуск запасних частин для ЧМЕ-3, що відкриває перспективи на цих ринках. Кількісні характеристики ринків КРТ постійно змінюються та підлягають подальшому вивченню. Існує цінова конкуренція і жорстка цінова політика замовників. Ринок КРТ для промислових підприємств характеризується низькою платоспроможністю замовників і конкуренцією з галузевими ремонтними підприємствами.

При позиціонуванні послуг на ринку капітального ремонту тепловозів необхідний також облік тенденцій на виконання ремонту власними силами підприємств, які експлуатують парк тепловозів. Ця тенденція характерна і для залізниць, і для великих та середніх підприємств. Причини виникнення таких негативних трендів як в хронічному недостатньому фінансуванні ремонтних робіт в бюджетах потенційних замовників, так і в завищених цінах на КРТ. В такому стані ринку існує небезпека незворотної втрати конкурентних позицій на старих, привабливих сегментах і вельми важкого завоювання нових.

З урахуванням поганого технічного стану парків тепловозів в умовах економічного зростання і збільшення вантажних перевезень послуги заводу з капітального ремонту тепловозів будуть користуватися достатнім попитом.

#### **Список використаних джерел:**

1. Нормативна документація. URL: [https://www.uz.gov.ua/about/technical\\_and\\_social/](https://www.uz.gov.ua/about/technical_and_social/) (дата звернення: 29.10.2021).
2. Грицай В. В. Особливості експлуатації та організації ремонту локомотивів на промисловому підприємстві. *Збірник наукових праць УкрДАЗТ*. 2013. Вип. 141. С. 122–126.

## ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ

Лога Б. В., студент

Науковий керівник: к. е. н., доцент Гуменюк А. В.,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

На сьогоднішній день, як ніколи постає проблема розвитку міжнародного маркетингу. Кожне підприємство стикається з конкурентами - аналогічними виробниками схожої продукції. Чим їх більше, тим важче проникнути на ринок чи втриматись на ньому. Виробляючи той чи інший товар можна зазнати фіаско, якщо не правильно вибрати сегмент ринку, сюди також входить співвідношення ціна-якість товару, не зробити рекламу або відзняти примітивний рекламний ролик. Одним із ринків збуту для підприємства може стати закордонний.

Існують такі особливості маркетингу, які повинні враховувати вітчизняні підприємства, на зарубіжних ринках:

1. На зовнішніх ринках необхідно більш ретельно дотримуватися всіх принципів і методів маркетингу, ніж на внутрішніх ринках.
2. Маркетингові дослідження зовнішніх ринків—це більш трудомісткий процес, ніж схожі вивчення внутрішніх ринків.
3. Зовнішній ринок вимагає творчого і гнучкого використання маркетингових концепцій і технологій.
4. Компанія на зовнішньому ринку зіткнеться як з іноземними, так і місцевими конкурентами, що значно загострить боротьбу за ринок.
5. Організація і методи застосування міжнародного маркетингу повинні враховувати національну незалежність, національні валютні системи, законодавство конкретної країни, мовні, культурні та інші особливості і звичаї тієї чи іншої держави [1].

До основних маркетингових заходів на зарубіжному ринку належать:

- система ефективного спостереження за сукупністю ринків, яка дозволяє швидко дізнаватися про зміни, які відбуваються на ринку, і приймати відповідні заходи;

- швидке реагування на специфічні потреби, що припускає більшу пристосованість до них виробничих і адміністративних служб;
- система, яка дозволяє відслідковувати результат і контролювати ефективність прийнятих заходів з урахуванням розходжень у формах звітності, розмаїтості валют і культурних особливостей;
- здатність розробити і застосувати різні прийоми збирання інформації та поведінки на ринку, які відповідають всім його можливим станам [2].

Підготовка і прийняття рішень також відіграє велику роль, а саме: рішень про доцільність виходу на зарубіжні ринки, цілі, можливості і загрози, які можуть виникнути при цьому; про вихід на ринок конкретної країни або регіону; про характер експортованої продукції; про форму виходу на зарубіжні ринки; про програму заходів маркетингового комплексу на обраному ринку; про організацію на підприємстві процесу розробки і здійснення програми міжнародного маркетингу.

На розвиток сучасного міжнародного маркетингу впливає ряд глобальних чинників:

- наявність безліч нових держав, які ще не до кінця визначилися в своїй політиці і своїх інтересах;
- політична та економічна криза в Східній Європі і СНД, що переростає в багатьох регіонах у військово-політичну;
- криза світової фінансово-кредитної системи;
- технологічна революція;
- загострення енергосировини, екологічної та продовольчої проблем;
- посилення взаємозалежності національних господарств, їх економічної політики [3].

Україна сьогодні потребує відповідного фінансування та державної підтримки в першу чергу у сферу навчання, оскільки тільки висококваліфіковані фахівці маркетингологів можуть якісно розробляти і здійснювати нововведення і виконувати свої обов'язки з просування продукції:

1. Маркетолог зобов'язаний підібрати кращий товар за ціною і якістю,



який може задовольнити споживача, але і правильно його позиціонувати для конкретної країни.

2. Маркетолог повинен виконати аналіз регулюючих процедур експорту та імпорту, які вживаються в певній країні. Після аналізу слід прийняти рішення, наскільки бар'єри ґрунтовні, і чи вартий обсяг розрахованого ринку старань на роботу з даними перешкодами.

3. Податкове законодавство, пов'язане з імпортованими в країну товарами, вимагає від маркетологів розуміння і знань з платіжного балансу. Залежно від ситуації з платіжним балансом країни, маркетолог може зробити висновки щодо того, наскільки реально вийти на ринок окремо взятої країни.

4. У будь-якій країні спеціально приділяють увагу соціальному захисту прав працівників, і завдання маркетолога буде полягати в тому, щоб проаналізувати, скільки буде обходитися компанії взяти на роботу і тримати одного співробітника.

5. Знаходження найкращих способів транспортування товару – це теж задача маркетолога, тому що часто саме від успіху даного етапу залежить задоволеність споживача.

6. Певні особливості країни, пов'язані з тим, як прийнято вести бізнес. Наприклад, рівень корупції, особливості укладення договорів, робота з державними органами і т.д.

#### **Список використаних джерел:**

1. Акуліч І. Л. *Міжнародний маркетинг*: навч. посіб. Мн. : Вищ. шк., 2006. 544 с.

2. Буров А. С. *Международный маркетинг* : учебн. пособие. М : Изд. Дом «Дашков и Ко». 2005. 638 с.

3. Решетнікова В. Етапи становлення та розвитку маркетингу в Україні *Маркетинг в Україні*. 2006. №5. С. 15–18.

## QR-КОДУВАННЯ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

**Манелюк А.**, *здобувач*

*Науковий керівник: ст. викладач Гарматюк О. В.,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

В умовах сучасної ринкової економіки для ефективнішого просування свого продукту та утримання лідерських позицій, організації почали використовувати найсучасніші технології. QR-код (Quick Response) – це двовимірний штрих-код, який дозволяє людям використовувати свої смартфони для завантаження контенту. В залежності від типу коду, він може направити людину на сайт, зробити телефонний дзвінок, написати текстове повідомлення і багато іншого. Щоб отримати можливість сканувати QR-коди, користувач повинен мати камеру на своєму мобільному телефоні і завантажити додаток для читання QR-кодів [2]. Вони є особливо актуальними для українських підприємств, адже на сучасному споживчому ринку більшість компаній стикається не з необхідністю створювати бренд товару чи послуги, а з необхідністю комунікувати зі споживачами. Важливе значення надається QR – технології в маркетинговій комунікаційній діяльності підприємств, застосуванню QR-коду в маркетингових комунікаціях [1].

Вивчивши ринок QR-кодів було досліджено, що цільовою аудиторією його користувачів є люди віком від 18 до 35 років, які використовують смартфони та планшети та є новаторами за своєю природою. Не зважаючи на свою більш ніж десятирічну історію QR-кодування почало розглядатися відносно недавно. Воно стало відмінним інструментом для бізнесу та повсякденного життя людей, що використовується не тільки в громадських інформаційних комунікаціях (відомості про туристичні об'єкти), а й в реєстраційно – контролюючих процесах (наприклад: перевірка квитків будь-якого типу). Споживач все частіше виявляє бажання комунікувати з брендом: не лише цікавиться продукцією в магазині, а й отримувати цінні знання про

бізнес, обговорювати актуальні теми з іншими покупцями того чи іншого підприємства[3].

Процес комунікації QR-товару можна ілюструвати так:

- кодування контенту (вільне ПЗ, посилання, текст, картинка);
- розміщення на поверхні;
- зчитування (вільне ПЗ, висока швидкість);
- відображення (будь-який пристрій з камерою, сканер QR-кодів);

Розглянемо використання QR-коду різними засобами інтегрованих маркетингових комунікацій (табл. 1) [5].

Таблиця 1

### Способи впровадження QR-кодування в класичний комплекс маркетингу

Засоби ІМК	Цілі застосування	Формат розміщення	Зміст інформації
<b>Реклама</b>			
Реклама на телебаченні	А) збільшення кількості контактів Б) надання споживачеві більшої кількості інформації	Присутність QR- коду а протязі всього рекламного оголошення, так споживачеві буде зручно його відсканувати	QR-код має містити: контактну інформацію про компанію, посилання для участі в акціях, посилання на сайт компанії
Реклама в Інтернеті	А) покращення комунікації із споживачами Б) збільшення кількості особистих контактів	Розміщення QR-коду на самому рекламному оголошенні	Інформація про контакти компанії: адреса, номер телефону, контактна особа
Реклама в друкованій пресі	Інформування споживачів про товари чи послуги компанії	1) QR-код як елемент рекламного оголошення 2) QR-код як повноцінне рекламне оголошення	Посилання на активний Інтернет-ресурс, де вказана додаткова інформація про товар, знижки, вказані діючі акції
<b>Стимулювання збуту</b>			
Цінове стимулювання	Спрощення процесу надання знижок	Може розміщуватися як на банерній рекламі чи під час реклами на телебаченні, так і безпосередньо на самому товарі	Посилання на отримання знижки або участь в акції чи програмі лояльності
Товарне стимулювання	Надання більшої кількості інформації про товар, акції, знижки	Розміщується безпосередньо на самому товарі	Посилання на ролик, в якому вказана інформація про товар

Також досліджено, що найбільший вплив на споживачів QR-кодування має в сфері послуг. Варто починати вже з самого екстер'єру, за допомогою QR-коду можна розповісти безліч інформації: починаючи з історії закладу та цін, закінчуючи фотографіями інтер'єру або переліком доступних або заброньованих місць. Також на практиці використовують різні види QR-кодів: різнокольорові, у формі картин, або просто фігурні коди. Для конкретно ресторанного бізнесу популярним зараз сало використання QR-коду для вивчення меню, також в нього можна вмістити детальну інформацію про кожну страву: інгредієнти, спосіб приготування, ексклюзивність, історію страви та багато іншого, що не так просто розмістити на папері.

Також дуже ефективним в умовах пандемії Коронавірусу є розміщення в кодах інформації щодо часу роботи закладу та контактів, це дасть змогу збільшити кількість замовлень в офіси і додому. Багато компаній використовують двовимірні коди для налагодження взаємозв'язків зі своїми клієнтами, під час їх сканування користувач потрапляє на платформу де можна залишити відгук або рекомендацію для покращення бренду чи роботи кафе чи магазину [6].

Українському бізнесу ще притаманна радянська консервативність і страх нового, том у в нас використання цього засобу лише набирає обертів. Так, у багатьох містах України біля визначних місць або пам'ятників встановлено таблички з QR-кодом, просканувавши який ви можете прослухати історичний екскурс. У туристичній столиці України – Львові їх встановлено більш ніж на 80 об'єктах. В нашій країні за допомогою такого коду можна сідати до деяких поїздів та користуватися послугами Приватбанку. В найближчому майбутньому за допомогою цифрових квадратиків можна буде простіше оплачувати комунальні послуги. Деякі київські агентства по розробленню візитів пропонують своїм клієнтам розміщати QR-код на візитівках, які отримують потенційні клієнти компанії, це спрощує процес збереження контактних даних на телефон [4].

Отже, узагальнюючи власні та вже існуючі дослідження можна сказати, що сучасні ІТ технології широко розповсюджені та їх активно застосовують в маркетингових комунікаціях. Український бізнес теж розуміє актуальність цього інструменту та широко впроваджує його для більш тісного зв'язку з громадськістю. Адже володіючи лише мобільним телефоном та фотокамерою споживач може отримати вичерпну інформацію про товар, послугу, заклад або навіть безпосередній зв'язок з представником бренду. Також актуальним є твердження деяких дослідників про те, що QR-кодування доцільно розглядати в контексті переходу від недиференційованого до диференційованого та концентрованого маркетингу, збільшення ефективності каналів розподілу, покращення способів стимулювання збуту, використання державними установами та підтримання тісних зв'язків із контактними аудиторіями.

#### **Список використаних джерел**

1. Діброва Т. Г., Цурканова І. В. Особливості застосування QR-коду в інтегрованих маркетингових комунікаціях. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. 2013. Вип. 49. 5 с.
2. Власюк Н. Для чого потрібні QR-коди в маркетингу, 2020. URL: <https://marketer.ua/why-do-you-need-qr-codes-in-marketing/> (дата звернення: 15.09.2021 р.).
3. Примак Т. О. Маркетингові комунікації на сучасному ринку: навч. посіб.. Київ, 2003. 200 с.
4. Секрети застосування QR-кодів для просування бізнесу: Блог. 2020. 1с.
5. Гуменна О. В. Сучасні інструменти цифрового маркетингу в системі інтегрованих маркетингових комунікацій. *Наукові записки НаУКМА*. 2016. Т.1. Вип. 1. С. 48–53.
6. Гарматюк О. В. Використання діджитал-маркетингу у комплексі просування. *Економіка та суспільство*. 2021. № 25. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-25-3>.

## МАРКЕТИНГ ВЗАЄМОДІЇ У РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

**Маричик А. В., Соловійов В. І., студенти**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Пачева Н. О.,*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

На сучасному етапі розвитку традиційний маркетинг не дає належних результатів, це спонукає і підприємства, і вчених шукати та досліджувати нові способи й форми ефективного здійснення маркетингової діяльності. Однією із сучасних концепцій маркетингу є маркетинг взаємодії або, як по-іншому його називають, маркетинг відносин.

Концепція маркетингу відносин, яку сьогодні досліджують багато теоретиків та практиків, характеризується раціональністю та можливістю підвищити ефективність у системі постачання, виробництва та розподілу продукції на будь-якому ринку [1].

Головну ідею маркетингу взаємодії можна визначити, як створення стійких, ґрунтовних відносин зі споживачами товарів чи послуг, які пропонує компанія. Використання маркетингу взаємодії дозволяє компанії завоювати постійних покупців, збільшити фінансовий результат діяльності та укріпити свої позиції на ринку.

Серед інструментів маркетингу відносин Колотова Н. Б. називає такі: спільна зі споживачем розробка товару, особливі види сервісу, гарантії якості, індивідуальні технічні вимоги, особисті контакти, спеціальні акції, спеціальні пропозиції, "гаряча лінія", маркетинг заходів (фестивалі, конференції, форуми, конкурси, презентації, демонстрації), директ-маркетинг, Інтернет-маркетинг, простір із зануренням (он- та офф-лайн), вірусний маркетинг, клієнтські спільноти, віртуальні спільноти, Web 2.0 (контент, що розробляють користувачі) [2].

Маркетинг відносин формує довготривалі взаємовідносини співпраці і довіри між суб'єктами ринку задля отримання двосторонньої вигоди [3].

Також маркетинг взаємодії можна розглядати в контексті відносин між бізнес-партнерами. Як зазначають Красноручський О. О. та Грищенко В. А.,

завдяки активному обміну інформацією між партнерами закріплюються набагато кращі умови для виявлення їх сильних і слабких сторін і визначення їх впливу на спільну діяльність. І це має знаходити відображення у рішеннях щодо розвитку інноваційного потенціалу кожного учасника партнерської взаємодії – залежно від того, якого роду стратегії обрані його менеджментом для забезпечення позитивної динаміки у конкретному ринковому контексті [4].

Вдале реагування компанії на потреби клієнтів дає можливість звести більш вагомі зв'язки із споживачам та сприяти зниженню витрат, збільшенню доходів і створенню стійких конкурентних переваг. Визначним складовими маркетингу відносин є ідентифікація, створення, вдосконалення, підтримка та варіація відносин із клієнтами-споживачами для виявлення лояльності клієнтів й отримання прибутку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Борисенко О. С., Фісун Ю. В. Маркетинг відносин як сучасна концепція маркетингу. *Економіка та управління підприємствами*. 2017. Вип. 7. С. 107–113.

2. Колотова, Н. Б. Принципи маркетингу відносин інноваційних проектів машинобудівних підприємств. *Економічний аналіз* : гол ред. В. А. Дерій. Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2015. Т. 21. № 2. С. 115–121.

3. Пачева Н. О. Інноваційний розвиток національної економіки: маркетинговий аспект. *Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій* : матеріали I Всеукр. наук.-практ. інтернет. конф., 5 жовтня 2018 р. Луцьк : ІВВ Луцького НТУ, 2018. С. 339–341.

4. Красноручський О. О., Грищенко В. А. Маркетинг взаємодії в розвитку інноваційного та ринкового потенціалу підприємства рослинницького напрямку. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства. Сер. Економічні науки*. 2018. Вип. 191. С. 37–51.

## СУЧАСНІ МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ

**Олійніченко В.,** *магістрант*

*Науковий керівник: ст. викладач Гарматюк О. В.,*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Останнім часом постійно зростає інтерес до різних аспектів маркетингу, оскільки маркетинг та маркетингові стратегії займають одне з центральних місць у функціонуванні фірми. Компанії, зорієнтовані на маркетинг, розробляють і послідовно реалізують цілеспрямовану маркетингову політику, розраховану на певний період. А найголовнішою складовою цієї політики є визначення маркетингової стратегії поведінки. Саме стратегія є основою прийняття рішень з усіх питань. Наявність стратегічних цілей та продумана політика фірми на певний період часу дозволяє правильно оцінити та визначити шляхи прибуткової реалізації товару, освоєння нових ринків, зміну частки на ринку, зміну номенклатури виробленої продукції, дає можливість знайти нові конкурентні переваги, вийти на рівень прибутку та створити фінансові резерви для виходу на ринок з допомогою маркетингу. Таким чином, маркетингові стратегії включають усі основні питання, пов'язані з виробничою та збутовою діяльністю компанії.

Світове конкурентне середовище характеризується наявністю великої кількості компаній, які змагаються між собою за платоспроможний попит, а також посиленням вхідних бар'єрів до майже будь-якої галузі підприємництва. Тому підприємствам, які планують розвивати свій бізнес за кордоном довготривалий час, доводиться притримуватися стратегії поступового розвитку – повільного збільшення ринкової долі та завоювання довіри споживачів. Єдиною можливістю пришвидшення даного процесу є об'єднання фірм у різного роду конгломерати, що, в свою чергу, сприяє концентрації виробництва і послаблює конкуренцію [3].

Маркетингова стратегія займає особливе місце серед стратегій підприємства, визначаючи головний напрямок всієї виробничої та збутової



діяльності. Кожна стратегія передбачає виконання у часі і просторі певної послідовності кроків для досягнення визначеної цілі [4].

Маркетингова стратегія, як правило, включає комплекс маркетингових дій, пов'язаних з розробкою стратегічних нормативів конкурентоспроможності керованих об'єктів на основі прогнозування потреб, стратегічної сегментації ринку, позиціонування товарів та організації, аналізу параметрів конкуренції на ринках продавців та покупців, управління конкурентними перевагами об'єктів.

Тільки після того, як компанія розробить свою власну маркетингову стратегію, вона має можливість спланувати щоденну операційну діяльність та тактику досягнення цілей.

На вибір маркетингової стратегії впливають як внутрішні резерви (здібності) компанії (її внутрішнє середовище, включаючи наявні ресурси та компетенції), так і зовнішнє середовище (особливості попиту, конкуренції, інституційні чинники тощо).

Вибір конкурентної стратегії визначають два основні моменти. Перший - це структура галузі, в якій функціонує підприємство. Сутність конкуренції у різних галузях сильно відрізняється, а ймовірність довгострокового отримання прибутку на різних галузях неоднакова. Другий головний елемент – це позиція, яку підприємство займає в межах галузі. Деякі позиції вигідніші, ніж інші, незалежно від середньої прибутковості галузі.

Враховуючи зміст різних видів маркетингових стратегій, дослідження показали, що успішна стратегічна концепція є результатом не правильного вибору однієї з них, а розробка єдиного комплексу численних стратегічних компонентів одночасно. Тобто кожне підприємство повинно з багатьох запропонованих у стратегічній мережі стратегій сформулювати лише йому одному властивий стратегічний профіль, який відповідає можливостям та цілям підприємства, з обов'язковим присутністю однієї чи кількох стратегій.

Отже, маркетингові стратегії – одне із головних моментів стратегічного планування. Правильно підібрана стратегія здатна забезпечити стабільний

прибуток підприємству і позбавити проблем, що виникають під час виробництва.

### **Список використаних джерел:**

1. Гуменюк А. В., Школенко О. Б. Маркетингове забезпечення процесу створення конкурентоспроможної овочевої продукції. *Економіка та суспільство*. 2017. № 12. URL: <http://economyandsociety.in.ua/journal/12.pdf> (дата звернення: 18.09.2021).

2. Маркетинг у фармації : навч.-метод. посіб. / МОН України, Уманський державний пед. ун-т імені Павла Тичини; уклад.: О. Г. Чирва, С. М. Подзігун, О. В. Гарматюк. Умань : Візаві, 2020. 206 с.

3. Шульга Л. В., Терещенко І. О., Шарлай О. В. Сучасні маркетингові стратегії управління підприємством. *Ефективна економіка*. 2020. № 9. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8192> (дата звернення: 26.09.2021). DOI: 10.32702/2307-2105-2020.9.63.

4. Щербина Т. В., Федірко Т. В. Сучасні маркетингові стратегії в системі глобальних цінностей міжнародних фірм. *Ефективна економіка*. 2013. № 4. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1933> (дата звернення 16.09.2021 р.).

### **МАРКЕТИНГ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ**

**Саленкова Е. О., магістрант**  
*Науковий керівник: к. т. н., доцент Шпортюко Г. Ю.,  
Національна металургійна академія України*

Зміни в економічному житті нашої країни зачіпають всі сфери людської життєдіяльності. У сучасних умовах соціально-економічний стан держави безпосередньо залежить від вкладу, внесеного в розвиток цивілізації, в тому числі, в розвиток науки і освіти. Освіта, як один з провідних чинників соціального і економічного процесів суспільства займає особливе місце.

До 1991 року всі українські заклади освіти (школи, інститути, спортивні та різні гуртки) належали до комунальних закладів і знаходилися на балансі у

міста, але після проголошення Незалежності країна перейшла до ринкової економіки і керівники освітніх закладів самостійно знаходили шляхи для ефективної роботи та розробляти стратегію розвитку та концепцію для виокремлення свого продукту в ринково-конкурентних умовах.

На сьогоднішній день в Україні зростає кількість споживачів освітніх послуг. Це новий вид соціально-економічних відносин між приватним навчальним закладам та споживачем. Ф. Котлер і К. Фокс під маркетингом освітніх послуг мають на увазі дослідження, планування, здійснення і контроль ретельно сформованих програм, з метою ініціювання добровільного обміну цінностями з цільовими ринками для досягнення цілей навчальних закладів [1].

Специфіка функціонування організацій, що створюють соціальні (освітні) послуги, накладає свій відбиток і на маркетинговий інструментарій, тому виникає таке поняття як «соціальний маркетинг».

Термін «соціальний маркетинг» вперше з'явився в науковій літературі в 1971 році, він позначає планування, виконання та контроль програм, основною метою яких є реалізація певної соціальної ідеї або завдання якоїсь цільової групи. Це процес, який використовує технології маркетингу та його принципи для того, щоб вплинути на поведінку цільової аудиторії, принести користь для суспільства і окремого його члена. Соціальний маркетинг побудований на традиційних процесах і принципах комерційного маркетингу, особливо це стосується орієнтації на споживача, теорії обміну, конкуренції, сегментації, 4P, відносин і орієнтації на обслуговування. Основне завдання комерційних маркетологів полягає в тому, щоб збільшити доходи компанії завдяки збільшенню добробуту індивідів. Особливість полягає в тому, що основною відповідальністю соціальних маркетологів є збільшення індивідуального і суспільного добробуту.

У Декларації про унікальні принципи та особливості соціального маркетингу (A Declaration of Social Marketing's Unique Principles and Distinctions By: Nancy R. Lee, Michael L. Rothschild, William Smith - March, 2011) в якості одного з базових унікальних принципів соціального маркетингу вказано

принцип обміну цінностями, який свідчить, що споживач вибере деяку модель поведінки в обмін на вигоду, оцінювану їм як значущу і (або) в обмін на усунення перешкод які він вважає для себе важливими. При цьому обмін може відбутися тільки в тому випадку, якщо маркетологу вдасться створити програму, що має цінність для кожної зацікавленої сторони.

Традиційний маркетинг займається дослідженням обмінних відносин, що виникають між двома рівноправними учасниками ринку, які можна описати простою схемою «СПОЖИВАЧ (потреба) – ВИРОБНИК (послуга)». У сфері соціального сервісу ці процеси стають складніше, так як надання послуг суттєво відрізняється від продажу товарів. Крім загальних для всіх послуг відмінних рис, соціальні послуги характеризуються тим, що їх отримання гарантується державою, тобто обмінні процеси не носять лінійного характеру.

Маркетинг освітніх послуг щодо сутності поняття маркетингу в цілому визначається довгостроковими інтересами всіх суб'єктів ринку освітніх послуг і суспільних відносин в цілому в сфері установ і системи управління в освіті, а також можливістю створення інтелектуального потенціалу.

У функції маркетингу освітніх послуг входить аналіз структур маркетингових основ і прогнозування особливості ринку освітніх послуг, виявлення перспективних освітніх послуг і необхідності модернізації. Маркетинг освітніх послуг повинен забезпечувати і власний розвиток, вирішуючи проблеми персоналу для здійснення маркетингової діяльності в освіті.

Враховуючи, що освітні установи змушені самостійно виробляти і реалізовувати стратегію виживання в умовах нерозвиненого вітчизняного ринку і багато в чому надані самі собі, маркетинг стає важливим елементом життя освітньої установи. Тому, маркетингова орієнтація управління навчальним закладом повинна передбачати наступне:

– надаються лише ті освітні послуги, що відповідають чи будуть відповідати потребам ринку праці, попиту населення на освітні послуги;

- асортимент освітніх послуг досить широкий та постійно оновлюється з урахуванням попиту ринку праці і населення;
- ціни на освітні послуги формуються під впливом активності конкурентів, обсягів та динаміки платоспроможного попиту населення;
- комунікативна діяльність проводиться активно, направлена на конкретні цільові групи споживачів освітніх послуг, враховує можливості посередників;
- стратегічні рішення щодо управління навчальним закладом приймаються висококваліфікованими і компетентними керівниками;
- науково-педагогічні дослідження здійснюються як у сфері підготовки кадрів навчального закладу, так і в сфері ринку праці та освітніх послуг;
- організаційна структура навчального закладу включає кадрове агентство, що здійснює маркетингові дослідження і розробки, працевлаштування своїх випускників, забезпечує зв'язок з роботодавцями.

#### **Список використаних джерел:**

1. Kotler Philipp, Fox. Karen F.A. (1985), Strategic Marketing for Educational Institutions. New Jersey, P.7.

## **НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ МЕДІА-МАРКЕТИНГУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

**Токарчук Я. О., студент**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Харченко Т. О.,*

*Київський національний торговельно-економічний університет*

В сучасних умовах Інтернет став важливою складовою сучасного ділового світу. Наразі, інструментів використання Інтернету існує дуже багато. Інтернет застосовують нарівні з традиційними підходами та способами для пошуку споживачів, дослідження ринку, спілкування з контрагентами, розповсюдження інформації на ринку про свої товари та послуги тощо.

Практика засвідчила, що інтернет-технології урівнюють шанси на успіх малих і великих компаній, тих, хто міцно закріпився на ринку, і новачків. Це стало можливим через те, що затрати на їх застосування є малими,

використовуються доступні й фактично стандартизовані механізми, можливо забезпечити недосяжну за інших умов широту охоплення і при цьому пряму адресність впливу на цільову аудиторію, забезпечується практично миттєвий доступ на ринок будь-якої держави чи регіону, можна у реальному масштабі часу проаналізувати ефективність бізнесу тощо. Особливо значного поширення набуває використання інформаційних інтернет-технологій у маркетингу як методології і практично-орієнтованого інструментарію здійснення бізнесу.

Існують різні підходи до визначення медіа-маркетингу (рис 1).

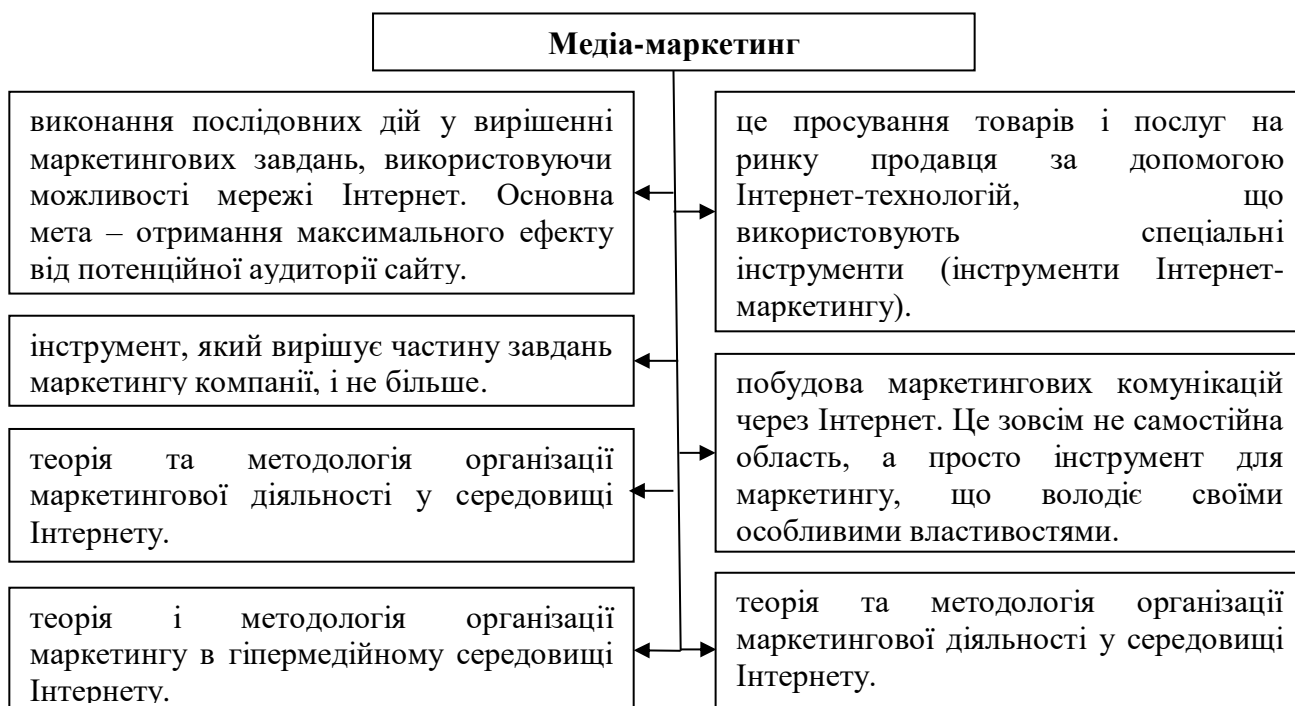


Рис 1. Підходи до визначення медіа-маркетингу

Специфіка діяльності фірм та організацій в мережі інтернет накладає відповідні особливості у формуванні комплексу маркетингу в процесі розробки маркетингової програми. З цих позицій медіа-маркетинг необхідно розглядати як новий вид маркетингу, що передбачає застосування традиційних та новітніх інструментів маркетингової програми у мережі Інтернет для встановлення і задоволення потреб і запитів споживачів (покупців) на основі обміну з метою отримання товаровиробником (продавцем) прибутку чи інших вигід [3].

Отже, при визначенні медіа-маркетингу автори мають доволі різні думки: від підходу до медіа-маркетингу як до інструменту просування до визначення

як теорії та методології маркетингової діяльності в новому гіпермедійному середовищі.

Відтак, під медіа-маркетингом будемо розуміти новий вид маркетингу, який передбачає застосування традиційних та інноваційних інструментів і технологій у мережі Інтернет для визначення і задоволення потреб і запитів споживачів з метою отримання підприємством прибутку чи інших вигод. Тобто, це ще один зручний, проте не зовсім легкий спосіб задоволення споживчих потреб та завоювання більшої частки ринку.

Узагальнення літературних джерел і практики діяльності підприємств та установ у мережі Інтернет дозволяє систематизувати основні елементи сучасної системи медіа-маркетингу (рис. 2).



Рис. 2. Елементи сучасної системи інтернет-маркетингу на підприємстві [1]

Отже, вигідне позиціонування підприємства в Інтернеті є однією з найважливіших складових успіху. Більш того, відсутність інтернет-проектів у діяльності підприємства сприймається цільовою аудиторією як показник низького рівня підприємства, незалежно від реальної якості продукції або послуг, що надаються. Це змушує усі сучасні компанії, використовувати в своїй

діяльності медіа-технології. На даний момент веб-сайт є майже у кожного підприємства, незалежно від його спрямованості та величини.

Відтак, інтернет поступово стає одним з основних засобів комунікацій та спілкування між людьми як в побуті, так і в бізнесі. При чому інтенсивність цього явища динамічно зростає. Вже невід'ємною частиною стала наявність корпоративного сайту для компанії, а Інтернет – провідним інструментом ведення маркетингових заходів та реклами.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бушуева Л.И. Роль Интернет-услуг в практической маркетинговой деятельности. URL: <http://www.cfin.ru/press/marketing/2013-4/07.shtml> (дата звернення: 1.11.2021).

2. Вертайм К., Фенвик Я. Цифровой маркетинг. Как увеличить продажи с помощью социальных сетей, блогов, вики-ресурсов, мобильных современных технологий. Москва : Альпина Паблишер; Юрайт, 2015. 334 с.

3. Даниленко М.І. Мобільний маркетинг: реалії та перспективи. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Херсон. 2014. № 7. С. 172–175.

4. Івашова Н. В. Застосування Internet-технологій у маркетингу: міжнародний досвід. *Механізм регулювання економіки*. 2015. № 4. С. 55–68.

## **СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ПОТУЖНИЙ ІНСТРУМЕНТ БУДУВАННЯ БРЕНДУ РОБОТОДАВЦЯ**

*Хмільовська Л. В., магістрант  
Науковий керівник: к. е. н., доцент Фасолько Т. М.,  
Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова*

Донедавна здавалося, що соціальні мережі служать виключно для розваг та підтримання міжособистісних зв'язків. Однак спостереження багатьох авторів доводять зворотне: в сучасних умовах діджиталізації спостерігається тенденція до максимально ефективного використання інтернет-простору. Соціальні медіа перетворилися на інформаційні бази, де люди обговорюють найрізноманітніші питання, обирають лідерів думок та активно взаємодіють з бізнес-акаунтами. Ця тема на даний момент є мало дослідженою, але дуже



актуальною, тому що кожна фірма, яка прагне побудувати по-справжньому сильний бренд роботодавця та постійно підтримувати його на належному рівні, не може ігнорувати використання такого потужного інструменту як соцмережі. Метою роботи є висвітлення важливості ведення бізнес-профілю в соціальних медіа, що обумовлено його безпосереднім впливом на імідж підприємства як роботодавця.

Бренд роботодавця це відносно новий термін, який вперше з'явився на світ у 1996 році, а зараз є пріоритетним пунктом у стратегічних планах більшості провідних організацій. Для його позначення також часто вживається англomовний варіант – Employer Branding (EB) або HR-бренд. Означає сукупність економічних, професійних та психологічних переваг, що пропонуються працівнику в обмін на виконання ним професійних обов'язків [1].

Існує безліч мережевих та стаціонарних інструментів, що сприяють становленню іміджу підприємства, однак не всі вони однаково ефективні. За результатами дослідження, яке було проведено в 2019 році, охоплюючи 32 країни і понад 75% світової економіки, – 62% кандидатів перед відправленням резюме шукають інформацію про майбутнє місце праці у соцмережах та інших інтернет-ресурсах [2].

Вищезгаданий канал просування фірми має безліч переваг. Він доступний на величезній кількості пристроїв для користувачів будь-якого віку та незалежно від географічного розташування, зручний з точки зору безкоштовного ведення облікового запису (за винятком платної реклами [3], яку теж можна ефективно налаштовувати). Організації, що дбають про своє добре ім'я на ринку праці, приділяють належну увагу корпоративному блогу, бо його створення та постійне оновлення допомагає охопити якомога більшу кількість підписників, які в подальшому зацікавляться умовами працевлаштування.

Така тенденція призводить до поступового нівелювання кордонів між HR-менеджментом та маркетингом (рис. 1). Амбітні рекрутери та управлінці

впевнено опановують сфери PR та SMM, тому що несуть відповідальність за імідж компанії через створення якісного контенту [4].

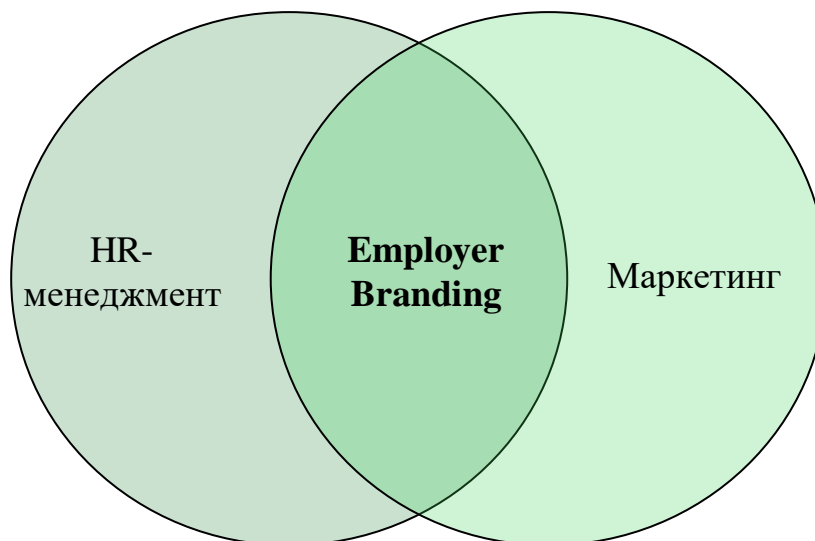


Рис 1. Складові будовання бренду роботодавця

*Джерело: власне опрацювання на основі [4]*

Без винятку кожне підприємство в стані створити привабливий акаунт в котрійсь із широкої гама сьогодні існуючих соцмереж. Блог повинен містити не лише актуальну інформацію про діяльність компанії, але також може служити місцем для розміщення актуальних пропозицій щодо відкритих вакансій [5]. Люди, які стежать за профілем компанії, люблять її продукти, цікавляться всіма новинами, подіями та мають усі необхідні компетенції для подання резюме, із задоволенням повідомлять про це у коментарях, через особисті повідомлення чи електронну пошту.

Отже, можна зробити висновок, що позиціонування фірми у соціальних мережах шляхом створення привабливого контенту є ефективним способом створення іміджу роботодавця. У результаті збільшується впізнаваність компанії, шляхом розповсюдження актуальних новини про події, публікацій цікавих фактів з професійного життя працівників та організації загалом, інформації про вакансії та перспективи кар'єрного розвитку. Однак варто пам'ятати, що соцмережі – місце лише для сміливих роботодавців, які не бояться регулярно отримувати як виправдану, так і необґрунтовану критику у

коментарях чи особистих повідомленнях, завжди мають багато переконливих аргументів і готові до безперервного спілкування з користувачами мережі.

#### **Список використаних джерел:**

1. Шевченко І. Б. Innovative views in to the future : Корпоративна культура як елемент медіа менеджменту підприємства. 2017. 9 с.
2. Ancor 2019. Дослідження бренду роботодавця. URL: [https://eba.com.ua/wp-content/uploads/2018/10/UA\\_REBR-2019\\_Mironov.pdf](https://eba.com.ua/wp-content/uploads/2018/10/UA_REBR-2019_Mironov.pdf) (дата звернення: 9.10.2021).
3. Табачник П. Я. Поняття рекрутингу в трудовому праві України. *Соціальне право*. 2019. № 1. 172 с.
4. Василик А. В., Іщенко О. В. Використання соціальних мереж у сучасному рекрутингу України. *Економічний простір*. 2018. №131. 57 с.
5. Коноваленко Н. Р. Роль соціальних мереж у сучасному рекрутингу. Проблеми та шляхи забезпечення ефективного функціонування і стабільного розвитку банківської системи та економіки. 2020. 344 с.

**СЕКЦІЯ 6**  
**РОЗВИТОК СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТУ В ОРГАНІЗАЦІЯХ РІЗНИХ**  
**ФОРМ ВЛАСНОСТІ**

**АНАЛІЗ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМ КАПІТАЛОМ**  
**ПІДПРИЄМСТВА**

**Брагінець Т. О., магістрант**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Пачева Н. О.,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

За всіх часів управління людським капіталом підприємства було однією з найскладніших сфер діяльності в менеджменті, оскільки воно поєднує в собі соціальні, економічні, виробничі та інші інтереси як власників та менеджерів, так і найманих працівників, тобто безпосередньо персоналу підприємства. В сучасних умовах персонал відіграє ключову роль в концепції управління, основним напрямком якої є розкрити здібності та компетентність працівників, які можна ефективно використовувати для розвитку та процвітання підприємства. Саме тому розвиток працівників займає одне з найважливіших місць в системі стратегічного управління.

Майстерне використання необхідних знань, досвіду та компетенцій робітників дозволяє організації адекватно реагувати на зміни навколишнього середовища, а отже, уникнути можливих загроз, втрат і стабільно збільшувати ефективність своєї діяльності. Необхідність удосконалення системи управління обумовлене вимогами сучасної економіки. Організаційно-економічні умови функціонування сучасних підприємств відрізняються зростаючою потребою в кваліфікованих і компетентних працівниках, посиленням ролі людського фактора як необхідних умов ефективності виробництва і впровадження інновацій.

Проблема управління людськими ресурсами є актуальною для будь-якого підприємства, особливо на сучасному етапі, адже людський фактор відіграє

важливу роль і підвищенні ефективності виробництва та забезпечує її конкурентоспроможність [1].

Все більша кількість керівників підприємств концентрують свою увагу на управлінні виробництвом, фінансами, маркетингом, в той час як удосконалення такою вагомою складовою управління підприємством, як людські ресурси, не перестає бути слабкою ланкою в загальній системі управління. Останнім часом функція управління людськими ресурсами стає все більше значущою для підприємства, тому що ефективність організації, її конкурентні переваги залежать від ефективності використання її головного ресурсу - людини. У зв'язку з цим підвищуються вимоги до працівника, зростає важливість творчого ставлення до праці, високого рівня професіоналізму [2].

Все більш зрозумілим стає те, що продуктивність праці, мотивація і творчий потенціал персоналу є одними з найважливіших конкурентних переваг, які визначають успіх стратегії управління підприємством. Будь-яке підприємство повинно чітко знати, як воно буде розвивати свій потенціал успіху, важливим компонентом якого є можливості і досвідченість персоналу.

Мотивація – це рушійна сила людської поведінки, а мотивація персоналу є важливою умовою ефективної роботи працівників в інтересах організації. Ефективний менеджер має розуміти зміст мотивації, забезпечувати здоровий моральний настрій в колективі та стимулювати співробітників до праці з повною віддачою [3].

Провівши аналіз наукової літератури можна зробити висновок, що у залежності від характеру впливу на людину вітчизняні вчені виокремлюють такі методи як:

- методи стимулювання, вони пов'язані з задоволенням визначених потреб співробітника;
- методи інформування, які припускають передачу співробітнику відомостей, які дозволять йому самостійно будувати свою організаційну поведінку;

– методи переконання, тобто безпосереднього цілеспрямований вплив на внутрішній світ та систему цінностей людини;

– методи (адміністративного) примушування, засновані на погрозі чи застосуванні санкцій щодо працівників [4].

Отже, у системі управління підприємством можна виокремити такі передумови підвищення ефективності використання персоналу: в першу чергу необхідно ефективно застосувати інтелектуальний, організаторський та творчий потенціал персоналу для покращення змісту праці та забезпечення її гуманізації; гарантування безпеки та надійності виробничих процесів; забезпечення нормальних умов праці, раціональних режимів праці та відпочинку; визначення здібностей працівника, встановлення характеристик, які безпосередньо або опосередковано впливають на ефективність діяльності персоналу.

#### **Список використаних джерел**

1. Кірдіна О. Г. Завдання системи управління людським капіталом підприємства. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2013. Вип. 42. С. 375–378.

2. Турило А. М., Короленко Р. В. Основи формування стратегії управління людським капіталом працівника підприємства. *Економічний форум*. 2014. № 3. С. 208–214.

3. Пачева Н. О. Місце мотиваційного менеджменту в діяльності організації. *Сучасні проблеми і перспективи економічної динаміки* : матеріали VII Всеукр. наук.-практ. Інтернет-конф. молодих вчених та студентів, 19–20 листопада 2020 р. Умань : ВПЦ «Візаві», 2020. С. 254–257.

4. Зибарева О. В., Петрацак О. О. Стратегія управління людським капіталом в економічних системах. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Сер. Економічні науки*. 2013. Вип. 1. С. 26–33.

## **ЕФЕКТИВНІСТЬ ПРОЦЕСІВ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ**

**Валєбний О., магістрант**

*Науковий керівник: ст. викладач Гарматюк О. В.,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Посилення конкуренції між організаціями, процеси глобалізації у світовій економіці зумовлюють необхідність створення ефективної системи управління організації на базі впровадження бізнес-процесів, що дозволить зміцнити конкурентні позиції українських організацій на внутрішньому та світовому ринках. Основою для створення ефективної системи бізнес-процесів організації є застосування процесного підходу. Особливе місце в системі менеджменту якості займають управлінські процеси, результатом здійснення яких є координація всіх виконуваних на підприємстві процесів.

Прийняття рішень є основою здійснення процесу управління в побудові програми дій організації для досягнення її стратегічних цілей, що охоплює терміни, послідовність виконання етапів робіт і заходів, коло відповідальних виконавців управлінських рішень. Суб'єктами управління виступають керівники підрозділів, менеджери, колегіальний орган, наділені повноваженнями вибору альтернативи прийняття управлінських рішень у рамках їх посадових повноважень та компетенцій, що визначає результативність процесів, що проходять у системі управління, і спрямованої на досягнення поставленої мети.

Кожна конкретна ситуація вимагає певної аналітичної роботи на основі певних методологічних підходів для обґрунтування управлінських рішень з метою підвищення надійності очікуваних результатів та зменшення ризику збитків [1].

У свою чергу ефективність процесу управління - як окремий випадок ефективності системи управління характеризує результативність самого процесу впливу суб'єкта на керований об'єкт; кількісно оцінюється відносною зміною організаційно-технологічного показника.

У свою чергу, бізнес-процес – це сукупність взаємозалежних заходів, операцій чи завдань, які за певною технологією перетворює входи у виходи, що становлять цінність для споживача (клієнта). Іншими словами, бізнес-процес є певною схемою діяльності організації, описом її функцій, послідовності та варіацій процесів, а також міжфункціональних зв'язків усіх процесів організації (рис.1).

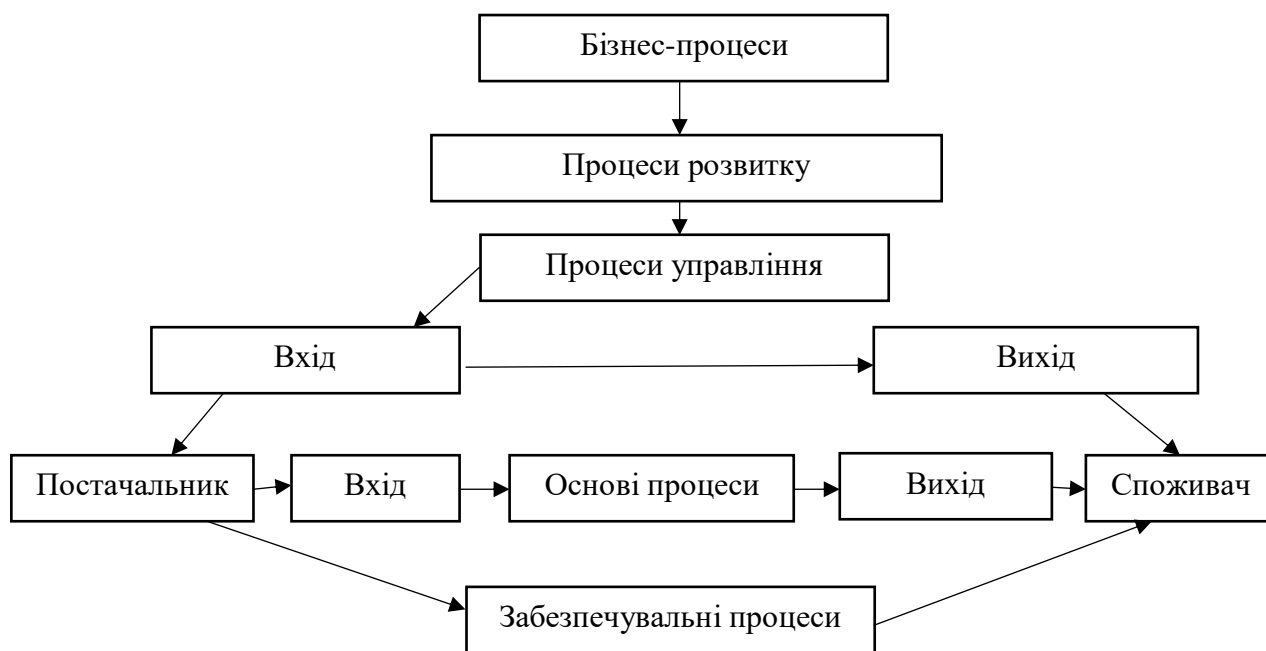


Рис. 1. Графічна модель бізнес-процесу організації

Рівень ефективності управлінської діяльності багато в чому визначається рівнем раціональної організації керованої системи та процесу управління. Ефективність проявляється у різних показниках як об'єкта управління, і власне управлінської діяльності.

Ефективність управління розглядається як результативність діяльності конкретної системи управління, яка характеризується показниками, що належать до об'єкта управління у вигляді техніко-економічних результатів виробництва та до суб'єкта управління: фінансові витрати на утримання керуючої системи, затрати часу на виконання певних операцій і всього процесу управління [2].



Змістовний аспект процесу управління передбачає розгляд різних складових процесу управління, серед яких найбільш важливими для розуміння його суті виступають методологічна, інформаційна, функціональна, економічна та соціальна складові.

За нестачі інформації управлінські рішення – стрижень процесу управління – приймаються за умов невизначеності. Тому найважливішою проблемою підвищення ефективності управління в цілому та процесу управління, у тому числі, є організація та інтеграція інформаційних потоків для прийняття управлінських рішень. Ухвалення рішень вимагає не тільки техніки генерування, збору та обробки даних, а й створення інформаційної інфраструктури.

Суть інформаційної ефективності виявляється у тому, що у міру того, як у процесі управління зростає складова, пов'язана зі створенням, зберіганням та переміщенням інформації, у них виникають передумови інтенсивного розвитку. Крім того, що інформаційний ресурс виступає як засіб оптимізації взаємодії між усіма виробничими компонентами та економії всіх задіяних ресурсів (трудових, матеріальних, енергетичних і т.д.), він дозволяє підняти на якісно новий рівень організацію зворотних зв'язків, якими надходить інформація про ефект, що досягається в результаті управлінського впливу. З'являється можливість спрямовувати процес управління найбільш точним траєкторіям.

У практиці ведення управлінської діяльності з оцінки її результативності зазвичай застосовують такі показники, як рентабельність, прибутковість, ліквідність. Для розрахунку цих основних показників використовують інформацію з офіційної звітної документації підприємства. Проте, який завжди розрахунок саме цих показників дозволяє бачити повну картину стану організації загалом. Дедалі частіше з метою оцінки управлінської діяльності використовують системи показників, а чи не розрахунок окремих величин.

Система показників є комбінацією окремих розрахункових значень, які об'єднуються за загальними ознаками й у результаті становлять єдину логічну ланцюжок. Як правило, вибираються для проведення дослідження показники

вишиковуюються в піраміду, вершину якої займає найбільш значуща для конкретного підприємства розрахункова величина.

Таким чином, підбиваючи підсумки, можна зробити висновок, що механізм управління є рушійною частиною системи управління, що забезпечує дієвий вплив на фактори, стан яких зумовлює результат діяльності об'єкта управління, складається з певних елементів. Оцінювати ефективність та системність управління підприємства необхідно на базі комплексного підходу сформуванню певної множини показників економічної ефективності організації в цілому та показників, що характеризують ефективність процесів управління.

#### **Список використаних джерел:**

1. Круковська О. В., Борковська В. В., Короленко О. Б. Прийняття управлінських рішень, моделі та методи в аналізі, та аудит. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 6. С. 10–16.

2. Щеглова О. Ю., Судакова О. І., Лаже М. В. Ефективність управління підприємством та підходи до її визначення. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2017. Ви. 12. Ч. 2. С. 186–190.

## **НЕОБХІДНІСТЬ РЕІНЖІНІРИНГУ В ОРГАНІЗАЦІЯХ ДЕРЖАВНОЇ ФОРМИ ВЛАСНОСТІ**

**Вишневська Я. Д., магістрант**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Кравчук О. І.,  
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана*

Під час постановки завдань в організації, важливу роль відіграє система менеджменту. Адже без побудови бізнес-процесу неможливо знайти оптимальну сукупність бізнес операцій, що являють собою потоки роботи, які необхідно правильно розподілити між робітниками.

Кожен бізнес-процес має свої межі: вхід та вихід ресурсу, який використовується для виконання процесу та має споживчу цінність. Виходячи з цього, розподіл структури бізнес-процесів має вплив на споживача. Тому

необхідно проводити постійний аналіз та удосконалення процесів з метою оптимізації управлінських рішень.

На сьогодні світ охопила глобалізація, що відобразилося на управлінні організацій, зокрема в управлінні людським капіталом. Внаслідок злиття економік різних країн, виникає необхідність реструктуризації бізнес-процесів. Саме тому, в багатьох транснаціональних корпораціях активно використовують реінжиніринг для систематизації процесів та моделювання цілісної структури, яка буде оптимальна для використання в управлінській діяльності організації.

В результаті розвитку науково-технічної діяльності установи різних форм власності пристосовуються до нових тенденцій та постійно перебудовують бізнес-процеси. Згідно з дослідженнями Кривоконь М. О., реінжиніринг як метод управління активно використовується за кордоном – в Україні ним користуються лише деякі компанії та підприємства. Тому необхідно впроваджувати методи реінжинірингу відповідно до вітчизняних економічних умов.

Як вище зазначалося існують різні форми власності. Основні – це державна, приватна та комунальна форми [1]. Через те, що глобалізація вплинула більше на приватну власність – підприємці були вимушені застосовувати реінжиніринг, на відміну від державних установ, для підтримання конкурентних позицій на світовому ринку. Взагалі реінжиніринг як технологія управління для приватної форми власності, набув поширення як метод певного революційного перетворення діяльності підприємства. Тому впровадження концепції електронного урядування, розробка програм докорінного реформування системи публічного управління в Україні, обумовлюють потребу здійснювати перетворення на основі технології реінжинірингу бізнес-процесів.

Проблематикою державних установ є відсутність постійного моніторингу процесів та недостатня взаємодія між структурними підрозділами. У 2010 році Кабінет Міністрів України ухвалив Концепцію розвитку українського електронного урядування, в якій вказано, що одним із пріоритетів України є

розвиток інформаційного суспільства [2]. Реінжиніринг в установах державної власності необхідно впроваджувати для формування високотехнологічного суспільства, яке визначається як орієнтований на людей, відкритий для всіх інноваційний простір.

Кожен індивід має можливість створювати та накопичувати інформацію та знання, а також може вільно отримувати, використовувати та ділитися ними, для ефективної реалізації інтелектуального потенціалу та забезпечити соціальний розвиток. З цього випливає, що для оптимізації діяльності необхідно аналізувати організаційну структуру, візуалізувати процеси організації та вилучити неактуальні. Тому можна розглянути методи для реінжинірингу бізнес-процесів та оцінити їх доцільне застосування в організаціях державної форми власності.

Так, як для початку необхідно визначити вектор проблеми – доцільно застосувати метод аналізу проблем процесу, який вважається найпростішим засобом якісного дослідження. Він використовується для ідентифікації основних причин або першопричин наявної проблеми. Після формування схеми бізнес-процесу ми отримаємо цілісну систему на якій зображено всі функції та їх виконавці.

Для виявлення проблемних ланок в управлінні людським потенціалом організацій державної форми власності можна застосувати й інший метод, або можливе поєднання двох методів. Також для визначення слабких сторін та загроз можна використати SWOT-аналіз, що допоможе оцінити процес та отримати результат для подальшого визначення оптимізації роботи.

Наступним етапом є використання методів оптимізації. Вони поділяються на три групи: формалізовані універсально-принципові методи (далі ФУПМ), методи бенчмаркінгу та методи групової роботи. Останній часто використовується в державних освітніх організаціях, але являється не ефективним для таких установ. Тому на практиці буде доцільно застосувати або бенчмаркінг, або ФУПМ.

Але проблема проявляється у тому, що необхідно звертати увагу на специфіку нашого устрою – механізми управління міжнародних компаній, використання західних тенденцій не можливо застосувати в нашій структурі менеджменту. Тому метод бенчмаркінгу являється актуальним тільки за умови використання західних моделей з урахуванням вітчизняної специфіки.

Найбільш ефективним буде використання ФУПМ, зокрема впровадження інформаційних систем для контролю процесів та ресурсів організацій. Перспективою застосування таких систем є відхід від бюрократії та оптимізація рішень та часу для виявлення проблематики.

Існують різні системи які впроваджуються в наслідок реінжинірингу, наприклад CRM (управління відносинами), ERP (управління ресурсами), HRM (адаптація працівників), ECM (структуризація інформації), MRP (планування потреб ресурсів), BMR (координація для досягнення мети), CSRP (планування ресурсів для забезпечення попиту).

Для державних організацій розглянемо HRM, CRM та ECM системи. Це системи які можна застосувати для контролю на управління інтелектуальним та людським капіталом. Перспективою застосування цих систем є ефективне використання ресурсного потенціалу, вилучення дублювання процесів, рівномірне навантаження між усіма працівниками, що сприяє зменшенню бухгалтерських та економічних витрат. Адже на сьогодні охопити всі показники вручну – неможливо, тому Реінжиніринг бізнес-процесів є необхідною складовою для організацій державної форми власності.

#### **Список використаних джерел:**

1. Види та організаційні форми підприємств: Нормативний акт Господарського кодексу України стаття №63. URL: <https://i.factor.ua/ukr/law-56/section-329/article-15444/> (дата звернення: 29.10.21)

2. Про схвалення Концепції розвитку електронного урядування в Україні: розпорядження Кабінету Міністрів України від 13.12.2010 р. № 2250-р. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2250-2010-%D1%80> (дата звернення: 29.10.21).

## ВПЛИВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ НА РОЗВИТОК СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ

**Ганушевич В. В.**, студентка

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Хмурова В. В.,  
Київський національний торговельно- економічний університет*

Використання системи менеджменту орієнтують компанію на постійне самовдосконалення всіх внутрішніх процесів і завдяки цьому дозволяє досягти позитивних економічних ефектів. Сьогодні відбуваються постійні зміни країни в інформаційному суспільстві на основі використання нових технологій та платформ.

Цифровізація українських компаній передбачає ефективне використання інформаційних технологій, залучення стейкхолдерів до участі в діяльності компанії при створенні її цінності та іміджу на ринку. Цифрова ера для компаній вже не тільки можливість грати «по-крупному», але часто імператив, тобто необхідність це робити, щоб залишитись на ринку.

В масштабному емпіричному дослідженні, яке проводилось інститутом McKinsey, оцінювався вплив цифрових технологій на розвиток компаній держави на основі результатів звітності служби державної статистики, публікацій зарубіжних та українських дослідників з питань цифровізації економіки. В результаті аналізу було виявлено, що цифрові технології змінюють саму операційну модель компанії, особливо в банківському та телекомунікаційному секторах, підвищують ефективність затрат і виявляють нові можливості на ринку [1].

Для сфери послуг вигоди від цифрової трансформації полягають у скороченні витрат на 40 – 60% і пришвидшенні появи нових продуктів на ринку. Ще одним результатом стає підвищення лояльності клієнтів, що призводить до росту доходності клієнтської бази. Створення партнерств або співпраці з компаніями суміжних галузей дозволяє також отримати доступ до нових клієнтських сегментів [2].

Для промисловості використання робототехніки, штучного інтелекту, системи великих даних, дозволяє виробляти високотехнологічну продукцію, що користується великим попитом на ринку.

В дослідженні, що проводилось Вищою школою економіки, оцінювався вплив цифрових технологій на діяльність компаній. Методом дослідження було експертне опитування, вибірка складала більше 100 організацій. В результаті аналізу виявилось, що отриманий ефект від реалізації проектів з використання цифрових технологій відповідає очікуванням компаній або ж перевищує їх. Основний ефект виразився в спрощенні та прискоренні процесів, а також в підвищенні точності та якості роботи. Найбільш вагомими проблемами, що виникали при реалізації проектів, компанії вважають ті з них, котрі пов'язані з організацією самих проектів: відсутність досвіду, нестача кваліфікаційних менеджерів проектів, погана взаємодія підрозділів. Погана організація проектів також може виявлятися в тому, що команда яка їх реалізує, концентрує увагу виключно на впровадженні затверджених проектів, забуваючи про роботу з майбутніми користувачами, реорганізацію бізнес-процесів, необхідність більш ретельної роботи з вхідною задачею.

З приводу сфери HR експерти порахували, що в результаті активного використання таких форм цифрових технологій, як віртуальні колаборації, реер – to – реер, репутаційні системи оцінки, цифрове (дистанційне) інтерв'ювання, нові веб-портали з пошуку і найму персоналу, середні витрати в даній сфері можуть скоротитися на 7% протягом десятиліття.

Міжнародна компанія The Boston Consulting Group Ціллю проводячи дослідження оцінила перехід українських компаній від управління балансом зайнятості до управління балансом компетенцій в умовах цифровізації. Це означає заміщення працівників категорії «Вміння» і «Правило» на «Знання», де більше 50% задач натякають на аналітичну роботу, імпровізацію, творчість, роботу в умовах невизначеності. На робочих місцях категорії «Знання» є висока автономність при прийнятті рішень, вимагається високий рівень освіти, довгий цикл підготовки, широкий кругозір. Ефект такого заміщення оцінюється в

+1,5% ВВП в рік, або сумарно 10 трлн. грн в сьогоднішніх цінах до 2025 року. Проте, дослідники виявили ряд проблем, пов'язаних з відсутністю критичної маси попиту на знання у компаній, система освіти не готує таланти для економіки знань, а українське суспільство обирає стабільність, а не ріст [3].

Велику цінність мають результати міжнародного дослідження експертів з людського капіталу інституту «Делойт», які виявили ряд напрямів переходу до цифрового стратегічного планування компаній. Дослідження підготовлено по результатах опитування більш ніж 10400 керівників компаній і служб по роботі з персоналом в 140 країнах. Серед напрямлень цифровізації компаній вони виявили наступні: по-перше, посилення людських ресурсів (роботизація, штучний інтелект, автоматизація); по-друге, здійснення когнітивного підбору персоналу (мобільний спосіб взаємодії з кандидатами, зміцнюючий HR – бренд); по-третє, розвиток цифрового лідерства (цифровий лідер, який може формувати команди, забезпечувати постійну взаємодію та залученість працівників, розвивати культуру інновацій, контролювати ризик – апетит і створювати умови для безперервного самовдосконалення); по-четверте, безперервне навчання працівників [4].

Таким чином, використання цифрових технологій для розвитку системи менеджменту буде супроводжуватися підвищенням якості та доступності продукції/послуг для споживачів, що призведе до очікуваного росту прибутку і конкурентоспроможності.

#### **Список використаних джерел:**

1. Цифрова Європа: реалізація потенціалу континенту. URL: <https://www.mckinsey.com/business-functions/mckinsey-digital/our-insights/digital-europe-realizing-the-continent-potential> (дата звернення: 31.10.21).

2. Цифрова економіка: тренди, ризики та соціальні детермінанти. URL: [https://razumkov.org.ua/uploads/article/2020\\_digitalization.pdf](https://razumkov.org.ua/uploads/article/2020_digitalization.pdf) (дата звернення: 31.10.21).



3. Никифорок О. І., Стасюк О. М., Чмирьова Л. Ю., Федяй Н. О. Цифровізація в транспортному секторі: тенденції та індикатори розвитку. *Статистика України*. 2019. №3. С. 70 – 81.

4. Тренди у сфері людського капіталу. URL: [https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ua/Documents/human-capital/2021-hc-trends-cases\\_ua.pdf](https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ua/Documents/human-capital/2021-hc-trends-cases_ua.pdf) (дата звернення: 31.10.21).

## **ЗОВНІШНІ ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ ТРУДОВОГО КОЛЕКТИВУ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ**

**Гасюк Н.**, *магістрант,  
Київський національний університет будівництва і архітектури  
Науковий керівник: к. е. н., Кліпкова О. І.,  
Університет банківської справи*

Колектив – це соціальна спільність людей, об'єднана на основі суспільно-значущих цілей, спільних ціннісних орієнтацій, спільної діяльності та спілкування. Суттєвим структурним компонентом, що сприяє розвитку колективу, його впливу на особистість. На успішність розвитку і становлення колективу впливає низка таких соціально-педагогічних чинників [1]:

- глибоке знання теорії та практики формування й розвитку колективу;
- забезпечення наступності та єдності дій у роботі з колективом;
- володіння технікою створення перспективних ліній;
- наявність соціально-педагогічних умов для ефективної діяльності членів колективу;
- наявність традицій у життєдіяльності колективу;
- дотримання належного стилю і тону в колективі [2]

До факторів зовнішнього впливу на формування колективу належать:

- 1) фактори міжнародного середовища функціонування підприємств;
- 2) фактори макросередовища;
- 3) фактори мезосередовища.

Серед цієї множини можна виокремити попит на ринку праці окремих спеціальностей, кон'юнктуру ринку, діяльність організацій регулювання ринку праці тощо.

Ринок праці – найбільш складний елемент ринкової економіки. Тут переплітаються інтереси робітника та роботодавця при визначенні ціни праці та умов її функціонування. Від того, наскільки успішно функціонує економіка, у якій фазі економічного циклу вона знаходиться, залежить попит на робочу силу та її пропозиція [3].

Значний вплив на поведінку суб'єктів ринку праці чинять традиції, що склалися у трудовій сфері, та національні особливості поведінки. Тому ринки праці в Україні, Росії, Японії, Німеччині мають чітко визначені специфічні риси.

Забезпечення відповідності між попитом на робочу силу та її пропозицією за обсягом і структурою для досягнення їх ефективної збалансованості відбувається за допомогою регуляторів ринку праці, яких, як відомо, є чотири:

- 1) нормативно-правові акти держави, а також конвенції та рекомендації Міжнародної організації праці;
- 2) економічні закони, що характерні для всіх країн з ринковою системою (закон попиту, закон пропозиції, закон конкуренції, закон ціноутворення);
- 3) рівень розвитку і впливу профспілкового руху та засобів масової інформації;
- 4) національні особливості, менталітет нації, кліматичні умови країни.

Кон'юнктура ринку праці – це співвідношення попиту і пропозиції праці на даний період, яке визначає ставки заробітної плати на конкретні види праці та рівень зайнятості населення.

Поточна кон'юнктура ринку праці України характеризується диспропорціями в співвідношенні попиту та пропозиції праці, які носять застійний характер, що стримує рух працівників між підприємствами, галузями і секторами економіки [4].

Система відносин на ринку праці складається з трьох основних компонентів: відносини між найманими працівниками і роботодавцям; відносини між суб'єктами ринку праці і її представниками (профспілки, асоціації роботодавців, служби зайнятості населення); відносини між суб'єктами ринку праці та державою.

До функцій організацій, які впливають на формування конкурентоздатного колективу належать:

- організація зустрічі роботодавців та найманих працівників;
- забезпечення конкуренції на ринку праці між роботодавцями та між найманими працівниками;
- встановлення рівноважних ставок заробітної плати;
- вирішення питань щодо зайнятості населення;
- виконання соціальної підтримки безробітних.

Фактор освіти і кваліфікації відіграє досить важливу роль при формуванні конкурентоздатного колективу в сучасних умовах господарювання. Чим вища освіта і кваліфікація працівника, тим більше шансів у нього не потрапити в число безробітних. Підвищена конкурентоздатність високоосвічених людей на ринку праці пояснюється не тільки інноваційним вектором сучасного економічного розвитку, і зростаючої ролі людського капіталу, але і значною гнучкістю працівників цієї категорії, їх здатності швидше освоювати нові професії та види трудової активності.

### **Список використаної літератури**

1. Кузьмінський А. І. Педагогіка у запитаннях і відповідях: навч. посіб. Київ : Знання. 2006. 311 с.

2. Редьква О. З. Фактори впливу на формування системи управління персоналом машинобудівних підприємств. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2013 .№ 2 (1). С. 60–67.

3. Павлюк Т. І. Особливості ринку праці в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. Вип. 8. С. 876–878.

4. Даньків В. В. Ринок праці як елемент ринкової кон'юнктури. *Науковий вісник Ужгородського університету : Серія: Економіка*. 2013. Вип. 3(40). С. 127–130.

## **ТЕХНОЛОГІЇ РОЗРОБКИ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ В ОБ'ЄДНАННЯХ ПІДПРИЄМСТВ**

*Душин Б. О., магістрант  
Науковий керівник: к. е. н., доцент Линенко А. В.,  
Запорізький національний університет*

Ухвалення рішень є важливою функцією менеджменту, що становить основу процесу управління в об'єднаннях підприємств. Управлінське рішення є результатом вибору суб'єктом менеджменту найкращої альтернативи, спрямованої на розв'язання певної управлінської проблеми, що відіграє значну роль у бізнес-процесах консолідованих структур. Основна мета управлінського рішення – забезпечення координуючого впливу на об'єкт управління для досягнення певних цілей організації.

Зрозуміло, що управлінські рішення в об'єднаннях підприємств мають бути науково обґрунтованими, цілеспрямованими, оптимальними, кількісно визначеними, своєчасними та комплексними. Процес управління може суттєво відрізнятися у різних об'єднаннях підприємств. Так, наприклад, для тресту характерним є підпорядкування членів об'єднання єдиному органу управління, в той час як особливістю холдингової компанії є забезпечення централізованого управління [5].

Об'єднання підприємств зазвичай здійснюється на добровільних засадах для спільної діяльності на основі комерційного розрахунку і самофінансування. По суті об'єднання підприємств є цілісною системою, в якій засновники доручають спеціально сформованому центру управління виконання постійної координації діяльності підприємств у соціальній, економічній, господарчій і виробничій сферах. Члени таких об'єднань підприємств, як корпорація, консорціум або картель, беруть участь в їх управлінні на засадах рівності [2].

Створюючи об'єднання, підприємства самостійно визначають структуру

його управління та реалізують свої права з управління об'єднанням за допомогою уповноважених органів. Органи управління в свою чергу здійснюють цю діяльність на основі та у відповідності з установчими документами об'єднання, що робить процес управління трудомістким але більш ефективним [3].

На чолі вищого органу об'єднання підприємств стоїть голова загальних зборів (президент), основною функцією якого є визначення стратегії об'єднання, що потім затверджується зборами учасників. Саме від правильності розробки управлінських рішень, яка включає в себе значну кількість дрібних нюансів, залежить рівень прибутку та добробуту підприємства. Зазначимо, що управління підприємств розробляє і керує реалізацією стратегії та програм діяльності об'єднання, які були прийняті його загальними зборами. Управлінські рішення регулюють діяльність всередині об'єднання, з наступним затвердженням загальними зборами. Така технологія розробки управління об'єднанням підприємств є досить ефективною, проте потребує багато часу задля дотримання всіх необхідних вимог управління організацією [2].

У сучасній теорії прийняття управлінських рішень зазвичай виділяють дві основні теорії: нормативну чи раціональну теорію, більш зорієнтовану на нормативний бік прийняття рішень і поведінкову або психологічну теорію, в якій виявляється і описується те, як суб'єкти управління насправді приймають і формують рішення. Відповідно до цих теорій виділяють три основні моделі прийняття рішень (табл. 1).

Таким чином, при розробці управлінських рішень в об'єднаннях підприємств зазвичай використовується класична модель. Технологія розробки управлінських рішень в об'єднаннях підприємств створюється таким чином, щоб рішення було об'єктивним та логічним, мало чітку мету та можливість для його виконання. Також важливою складовою є розрахунок можливих позитивних і негативних наслідків реалізації управлінських дій. Процесі прийняття рішень зазвичай спрямований на вибір найкращої альтернативи серед можливих [1].

## Основні моделі прийняття управлінських рішень у консолідованому бізнесі

Моделі прийняття управлінських рішень	Ключові поняття	Основні характеристики	Сфера застосування
Класична модель	Раціональність	Суб'єкт прийняття рішення має вичерпну вихідну інформацію для прийняття управлінського рішення, повну інформацію про всі можливі альтернативи, ймовірності їх настання та можливі наслідки	Умови визначеності
Поведінкова модель	Раціональність із деякими обмеженнями	В суб'єкта прийняття рішень немає достатньої інформації для прийняття рішення управління, імовірності настання альтернативних варіантів та їх наслідки важко спрогнозувати	Повна або часткова невизначеність
Ірраціональна модель	Ірраціональність	Альтернативи зазвичай не вивчаються, рішення приймається без дослідження альтернативних варіантів	

*Побудовано автором на основі джерела [1]*

Управлінські рішення в об'єднаннях підприємств найчастіше бувають формалізованими. Формалізоване рішення є результатом виконання раніше визначеної чіткої послідовності певних дій. Формалізація прийняття управлінських рішень підвищує рівень ефективності управління, робить меншою ймовірність якоїсь суттєвої помилки та значно економить час. Однак, ефективність управлінських рішень досягається лише при дотриманні всіх необхідних вимог. Останні тенденції зумовлюють необхідність переходу від чіткої формалізації до більш гнучких моделей, які враховують велику кількість факторів, що швидко змінюються, впливаючи на перебіг бізнес-процесів щодо діяльності об'єднань підприємств.

### Список використаних джерел:

1. Методи прийняття управлінських рішень. URL: [https://pidru4niki.com/85087/menedzhment/metodi\\_priynyattya\\_upravlinskih\\_rishen](https://pidru4niki.com/85087/menedzhment/metodi_priynyattya_upravlinskih_rishen) (дата звернення: 25.10.2021).

2. Об'єднання підприємств. URL: <https://leschishin.org/review/r004.php> (дата звернення: 27.10.2021).

3. Технології розробки управлінських рішень. URL: <https://kazedu.com/referat/125441/1> (дата звернення: 28.10.2021).

4. Шуляр Р. В. Формування та розвиток економіко-управлінського інструментарію забезпечення бізнес-процесів : дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.04. Львів, 2019. 433 с.

5. Ясиновська О. С. Правовий статус державних господарських об'єднань : дис. канд. юрид. наук : 12.00.04. Київ, 2020. 182 с.

## ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ВЕБ-АНАЛІТИКИ У БІЗНЕСІ

**Заїць Д. В., студентка**

*Науковий керівник: д. е. н., доцент Гордополов В. Ю.,  
Київський національний торговельно-економічний університет*

Важливість веб-аналітики настільки висока, що навіть великі компанії з багаторічним досвідом в офлайн ризикують загубитися на останніх сторінках пошукової системи, якщо будуть ігнорувати аналітичні дані або їх неграмотно інтерпретувати.

У будь-який момент роботи умовно старого і з перших днів роботи нового сайту потрібно підключити до нього один або кілька сервісів. Цим професійно займаються фахівці – веб-аналітики, які:

- збирають і аналізують дані активності користувача: кількість переглянутих сторінок і тривалість перегляду, регіони відвідувачів та їх інтереси.

- виявляють джерела трафіку: інші сайти, соціальні мережі, месенджери, прямі заходи, сервіси контекстної реклами

- перевіряють коректність збору семантичного ядра: за результатами з текстового контенту відсіюються неефективні і додаються нові ключові фрази.

- оцінюють відвідуваність ресурсу – від вивчення зведених звітів до аналізу популярності конкретних сторінок сайту – контентних, продуктових (сторінки послуг або картки товарів), контактних. Веб-аналітик може побачити

тут, скільки користувачі проводять часу на сторінках, за якими посиланнями зі сторінок вони переходять, а з яких йдуть взагалі [1].

– інтерпретують та передбачають дії користувачів, щоб розуміти, хто з них помітив та відреагував на СТА («call to action» – підписка на розсилку, натискання кнопки «Купити», відправка контактних даних тощо), а хтось застряг на певному етапі та залишив сайт [2].

На даний момент 90% бізнесу так чи інакше працює в мережі, а головна зброя онлайн-бізнесу – дані. І чим їх більше, тим більше правильних рішень приймають співробітники компанії.

Важливо працювати з даними, бо сьогодні це джерело точних відповідей на питання про продукт і маркетинг. Раніше доводилося або гадати, або спиратися на тривалі дослідження. Останні не завжди встигали за ринком. І якщо раніше на це закивали очі, то зараз, в умовах світової економічної нестабільності, на рахунку кожна гривня.

На початку століття доступних даних було зовсім мало. Потім навчилися працювати з аналітикою в реальному часі, а з об'ємом інформації справлявся інтернет-маркетолог. Тепер даних критично багато, настільки, що ними повинна займатися окрема людина.

Під онлайн-бізнесом ми розуміємо будь-який бізнес, продукт якого повністю або частково знаходиться в мережі, або залучає клієнтів через інтернет. Тобто майже будь-який усвідомлений бізнес в 2021-му році.

Як приклад можна взяти навіть невеликий інтернет-магазин, який заводить 200–300 рекламних кампаній в тиждень. Ці кампанії діляться на різні сегменти, різні ціннісні пропозиції і проходять кілька кроків. Щоб зрозуміти, які кампанії працюють, потрібно відстежувати шлях по кожній з них від першого торкання до цільової дії. А ще є інші джерела і поведінка користувача після покупки [1].

Робота з даними виглядає так: є замовник і виконавець. Наприклад, маркетологу потрібно порахувати ROI від проведених рекламних кампаній. Він просить веб-аналітика побудувати воронки по кампаніям. Далі, знаючи бюджет



і витрати на виробництво, маркетолог робить висновок, спрацювала кампанія чи ні [3].

Замовниками зазвичай виступають як уже згадані маркетологи, так і продакт-менеджери, бізнес-девелопери, трафік-менеджери, UX-експерти і навіть піар-менеджери. Веб-аналітик є їхніми очима, без яких робота ускладнюється.

Дані потрібно збирати, очищати і робити на їх основі правильні висновки.

Збирати – вміння знаходити дані. Це можна порівняти з полюванням: потрібно розставити капкани в потрібних місцях, якщо хочете когось зловити.

Очищати – вміння відкинути непотрібну інформацію, яка може заплутати. Веб-аналітик повинен точно знати, що саме важливо для прийняття рішення. Це вимагає розуміння бізнес-метрик та бізнес-завдань.

Інтерпретувати – досвід в розумінні логіки прийняття рішень, щоб зробити правильний висновок. В остаточному підсумку інтерпретують дані замовники, але без розуміння логіки, веб-аналітик ризикує дати неправильну відповідь.

ІТ-фахівцям з галузі управління продуктом, маркетингом, бізнесом і призначеним для користувача досвідом теж непогано б мати навички роботи з даними, це значно полегшить життя [1].

Проаналізувавши важливість діджиталізації на сьогоднішній день, можна стверджувати, що компаніям, які хочуть залучити більше покупців, а тим паче в період пандемії, варто наймати веб-аналітиків, які проводять аналіз та дослідження стосовно того, яким саме способом покупцям легше робити покупки (зручний веб-сайт чи мобільний додаток). З цього випливає, що якщо власник підприємства бажає «йти в ногу» з часом, необхідно розширювати можливості і розвивати власний сайт.

#### **Список використаних джерел:**

1. Трирівнева веб-аналітика для eCommerce: описова, прогнозована, розпоряджаюча. URL: <https://promodo.ua/ua/blog/trehurovnevaya-analitika-dlya-ecommerce-opisatel'naya-prognoznaya-i-predpisyvayuschaya.html>.

2. CTA (Call to Action): формування ефективного заклику до дії. URL: <https://www.interkassa.com/ua/blog/cta-call-to-action-formirovanie-effektivnogo-prizyva-k-deystviyu/>.

3. Детально про ROI і ROAS: як правильно аналізувати рекламні кампанії. URL: <https://pengstud.com/ua/blog/roi-i-roas-ua/>.

## **САЙТИ ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ ЯК ОСНОВНЕ ДЖЕРЕЛО ЗАЛУЧЕННЯ ПЕРСОНАЛУ В УМОВАХ СОЦІАЛЬНОГО ДИСТАНЦІЮВАННЯ**

**Зайцева О. С., магістрант**  
*Наукові керівники: к. е. н., доцент Крамаренко А. В.,  
к. т. н., доцент Вишневська М. К.,  
Національна металургійна академія України*

Рекрутинг є важливим процесом від якого залежить досягнення конкурентних переваг та стратегічних цілей підприємства. Для пошуку персоналу застосовуються різні інструменти, серед яких слід виділити найбільш популярні нині – job-портали.

З метою дослідження ефективності використання сайтів працевлаштування необхідно узагальнити їх специфіку як інструмента по залученню персоналу та проаналізувати попит та пропозицію робочої сили на найбільш популярних з них.

Job-портали – це пошукові системи, які збирають базу даних вакансій від роботодавців та дозволяють користувачам шукати вакансію на основі ключових слів, локації, посади, заробітної плати тощо.

Популярність сайтів працевлаштування зумовлена низкою причин:

- можливість отримати інформацію швидко та в одному місці;
- зручний пошук вакансії;
- збільшення обсягів залучення персоналу дистанційно та ін.

В більшості компаній добір і дистанційна робота раніше були скоріш винятком, але в умовах глобальної пандемії та політики локдаунів роботодавці стали більш лояльними до віддаленого формату роботи персоналу.

В сучасному сьогодні сайти працевлаштування стають основним місцем прямої оперативної взаємодії між роботодавцями і кандидатами.

Для вибору каналу залучення персоналу через мережу Інтернет потрібно дослідити наявні різні портали для пошуку роботи. При виборі job-порталу роботодавцю слід спиратися на такі основні критерії:

- кількість вакансій та резюме;
- зручність інтерфейсу та зрозумілість використання;
- вартість послуг і сукупні витрати на залучення персоналу;
- наявність зручного та повного функціоналу;
- охоплення різних професійних сфер;
- репутація job-порталу.

Для кандидатів користування більшістю сайтів працевлаштування є безкоштовним, а для їх використання потрібно просто ввести назву вакансії та інші важливі критерії.

Найбільш популярними в Україні job-порталами є:

- Work.ua;
- Rabota.ua;
- Jobs.ua;
- UA.Jooble.org;
- OLX;
- Trud.com;
- Novarobota.ua;
- Superjob.ua та ін.

Зі всіх перерахованих сайтів найбільш популярними в Україні є Work.ua та Rabota.ua. Порівнюючи попит та пропозицію на робочу силу на цих сайтах зроблено висновок, що обсяг як попиту так и пропозиції на робочу силу майже за всіма сферами професійної діяльності більший на Work.ua, проте відхилення несуттєве. Що стосується трафіку на цих сайтах, то на сайті Work.ua кількість користувачів в місяць складає 10,6 млн. користувачів проти 7,4 млн. – на

Rabota.ua. Це також свідчить про більшу популярність сайту Work.ua як серед кандидатів, так і серед роботодавців.

Конкуренцію сайтам працевлаштування складає найбільша у світі професійна соціальна мережа LinkedIn. Її перевагою є можливість додавати рекрутерів та роботодавців до особистої віртуальної мережі, що надає способи безпосереднього зв'язку з рекрутерами.

Слід зазначити, що добір персоналу через job-портали майже не відрізняється від традиційних методів і включає такі етапи:

- розміщення вакансії;
- ознайомлення з резюме;
- співбесіди з перспективними кандидатами;
- надсилання їм job-оферу тощо [1].

Проте є й відмінності: в умовах соціального дистанціювання усі або частина процедур та операцій переносяться в віртуальне цифрове середовище та реалізуються з використанням мережі Інтернет.

Опитування, проведене наприкінці травня 2020 р. показало, що до пандемії COVID-19 лише 6,3% працівників працювали вдома. За даними опитування компанії WWR близько 52% з 1000 опитаних людей хотіли б працювати з дому, якби їм була надана така можливість [2].

Особливостями процесу добору персоналу в епоху пандемії є використання онлайн реклами на job-порталах, штучного інтелекту для відбору кандидатів на основі алгоритмів фільтрації резюме, онлайн тестування навичок, електронні комунікації, співбесіди за допомогою відеоінтерв'ю тощо.

#### **Список використаних джерел:**

1. Кравчук О. І. Інноваційні технології віддаленого добору персоналу в цифровому середовищі. *Modern Economics*. 2021. № 27. С. 56–59. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua/issue/27-2021/kravchuk.pdf>.

2. The State of Remote Work – June 2021 Q2 Quarterly Report // WWR [Website]. 2021. URL: <https://weworkremotely.com/the-state-of-remote-work-june-2021-q2-quarterly-report>.

## МОТИВАЦІЯ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

**Краснова Х. Д., студентка**  
*Науковий керівник: к. е. н., доцент Пачева Н. О.,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

В сучасних умовах ведення підприємницької діяльності перед кожним керівником гостро постає питання підвищення ефективності праці та посилення конкурентоспроможності на ринку. Мотивація є однією з найважливіших функцій управління підприємством. Адже саме мотивація персоналу сприяє економічному зростанню підприємства в цілому. Натомість низький рівень мотивації унеможливорює зростання показників ефективності. Успішна діяльність підприємства залежить від продуктивної роботи персоналу. Найважливішим стратегічним ресурсом будь-якої організації є команда досвідчених працівників, що зацікавлені в її ефективній діяльності.

Проблематику мотивації персоналу та шляхів його підвищення висвітлено в працях таких вітчизняних та зарубіжних вчених: В. Абрамов, Д. Богиня, А. Грішнова, Г. Дмитренко, М. Дороніна, А. Єськов, І. Завадський, М. Карлін, А. Колот, О. Віханський, Н. Любомудрова, В. Сладкевич, К. Альдефер, В. Врум, Ф. Герцберг, О. Кузьмін, Д. Мак-Клелланд, А. Маслоу, Е. Мейо, М. Мескон, Р. Оуена, та ін. Науковці досліджували теоретичні й практичні питання щодо ефективного управління персоналом. Проте, на даний час більшість вітчизняних підприємств мають не ефективну систему мотивації персоналу.

Мотивація – це рушійна сила людської поведінки, а мотивація персоналу є важливою умовою ефективної роботи працівників в інтересах організації. Ефективний менеджер має розуміти зміст мотивації, забезпечувати здоровий моральний настрій в колективі та стимулювати співробітників до праці з повною віддачою [1].

А. М. Колот також розглядає мотивацію як сукупність внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, які заохочують до діяльності, визначають поведінку,

форми діяльності, надають цій діяльності спрямованість, орієнтованої на досягнення власних цілей і цілей організації [2].

Тоді як на думку А. Я. Кібанова, мотивація являється процесом свідомого вибору людиною певної поведінки під дією зовнішніх і внутрішніх факторів [3]. Для того, щоб зрозуміти суть мотивації необхідно ближче ознайомитися з поняттями «мотив», «потреба» та «особиста ціль». Мотив (лат. moveo – штовхаю, рухаю) – стійка особистісна властивість, яка охоплює потреби, є спонукальною причиною дій і вчинків.

За своїм мотиваційним значенням особливо важливою є потреба. Потреба – стан індивіда, пов'язаний з відчуттям необхідності в чомусь важливому для існування й розвитку людини. Серед основних потреб особистості виокремлюють: біологічні (потреби в їжі, повітрі тощо); матеріальні (потреба в одязі, житлі тощо); соціальні (потреба в предметно-суспільній діяльності, в усвідомленні свого місця в суспільстві); духовні (потреба в інформації – пізнавальній, моральній) [4]. Мотивація повинна відповідати тактиці підприємства та управління персоналом, а також цілям підприємства.

В основному підвищенню та вдосконаленню мотивації персоналу сприяє:

- покращення продуктивності роботи персоналу;
- оперативне досягнення цілей підприємства;
- взаємозв'язок продуктивності праці персоналу з заробітною оплатою;
- активний розвиток системи заохочування;
- удосконалення психологічного клімату в колективі;
- підвищення ефективності командної роботи.

Стратегічне управління людськими ресурсами сконцентовано на тому, що різнить підприємство/організацію від її конкурентів, встановлюючи методи досягнення цілей, при цьому стратегія встановлює загальні підходи до виявлення ключових факторів успіху, а стратегічні рішення спрямовані на те щоб зробити довготривалий вплив на перспективи даної організації [5].

Способи поліпшення мотивації праці прийнято ділити на матеріальні і нематеріальні. Перший спосіб відображає роль мотиваційного механізму

оплати праці в системі підвищення продуктивності праці. Він включає як елементи вдосконалення системи заробітної плати, надання можливості персоналу брати участь у власності і прибутку підприємства. Безумовно, мотиваційний механізм оплати праці є важливим, але постійне підвищення рівня оплати праці не сприяє як підтримці трудової активності на належному рівні, так і зростанню продуктивності праці. Застосування цього методу може бути корисним для досягнення короточасних підйомів продуктивності праці [2].

Отже, створення ефективного мотиваційного середовища в організації є головним завданням керівництва для забезпечення стабільного економічного розвитку. Насамперед цього можна досягти, зацікавивши персонал у реалізації власного потенціалу та подальшого кар'єрного зростання, а також за допомогою матеріального та морального заохочення працівників. Чим краще налагоджена мотивація персоналу, тим оперативніше працівники досягнуть намічених результатів. Реалії сьогодення диктують потребу пошуку нових механізмів і інструменти, які створюють могутні стимули для продуктивної, високоякісної праці і повної реалізації потенційних здібностей людини.

#### **Список використаних джерел:**

1. Пачева Н. О. Місце мотиваційного менеджменту в діяльності організації. *Сучасні проблеми і перспективи економічної динаміки* : матеріали VII Всеукр. наук.-практ. Інтернет-конф. Молодих вчених та студентів, 19-20 листопада 2020 р. Умань : ВПЦ «Візаві», 2020. С. 254–257.
2. Колот А. М., Цимбалюк С. О. Мотивація персоналу : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2011. 397 с.
3. Управление персоналом организации : учебник / под. ред. А. Я. Кибанов. Москва : ИНФРА-М, 1997. 512 с.
4. Змістовні теорії мотивації. *Навчальні матеріали онлайн*: веб-сайт. URL://[http://pidruchniki.com/13660212/psihologiya/zmistovni\\_teoriyi\\_motivatsiyi](http://pidruchniki.com/13660212/psihologiya/zmistovni_teoriyi_motivatsiyi).
5. Пачева Н. О. Стратегічне управління персоналом. *Сучасні проблеми і перспективи економічної динаміки матеріали* : матеріали VI Всеукр. наук.-

практ. Інтернет-конф., 31 жовтня – 1 листопада 2019 р. Умань: ВПЦ «Візаві», 2019. С. 144–146.

## **БІЗНЕС ТА ІННОВАЦІЇ – ЯК ДОСЯГТИ УСПІХУ СУЧАСНОМУ ПІДПРИЄМСТВУ**

**Марк О. Д., студентка**  
*Науковий керівник: викладач Максимова Ю. О.,  
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова*

З появою електронної комерції один з найстаріших атрибутів ринкової економіки – сам ринок як місце проведення операцій купівлі-продажу – зазнав кардинальних змін.

Більшість підприємств України знають, що вони повинні вводити інновації, щоб не відставати від ринкових змін. Оскільки технологічний прогрес охоплює всі галузі, підприємствам необхідно впроваджувати інновації, щоб залишатися актуальними і не залишатися позаду конкурентів. Перш за все, інноваційні підприємства отримують переваги не лише за готовність до майбутнього, а й за найвищий талант та підвищений споживчий попит.

Переваги використання підприємствами електронних ринків, як інноваційних технологій можна умовно поділити на три групи. По-перше, продавці одержують можливість залучення більшої кількості покупців, отримувти своєчасно інформацію про їх потреби та зауважняя, що дає можливість працювати ефективніше на сучасному конкурентному ринку. По-друге, електронні ринки створюють нішу діяльності для посередників, які організують збирання та аналіз інформації, процеси замовлення та оплати продукції, консультаційні послуги. По-третє, найбільших переваг досягають покупці, які з появою електронних ринків одержують можливість вільного порівняння умов угод і цін, чим ініціюють активнішу конкуренцію між продавцями [1].

Інновації – це процес оновлення будь-якої галузі підприємства. Сьогодні, якщо підприємець бажає утримати певну позицію та досягати більшого, однією з головних його рис повинен бути – ризик, вміння приймати поразку,



цілеспрямованість, готовність до змін та швидких адаптацій. Поняття «інновація» включає чотири компоненти: креативність, стратегія, реалізація, прибутковість [2, с. 75]. Сучасний ринок є досить різноманітним і має високий рівень конкуренції, тому початківці обирають шлях вступу в бізнес через нову продукцію. Саме тому більшість інновацій походять від новачків, більшість яких не справляється з конкурентною галуззю та можливими труднощами в розвитку. Тож бачимо, що головна проблема не в формуванні інновацій, а в успішному використанні нової ідеї.

Також важливу роль у діяльності сучасних підприємств займає робота з великими масивами неструктурованих даних. За останні кілька років обсяги даних значно збільшилися. Підприємства використовують ці дані, щоб краще зрозуміти своїх клієнтів і покращити прийняття рішень, тим самим вони перевершують усіх інших. Хмарні рішення дозволяють отримувати доступ до даних з будь-якого місця. Підприємства повинні захищати дані так само, як і будь-який інший актив. Ще одна важлива річ, яку бізнес повинен розглянути, — це підвищити рівень грамотності даних на своєму підприємстві, щоб прийняття рішень було більш ефективним. Для цього також потрібні інвестиції в сучасне програмне забезпечення, яке буде ефективно обробляти, аналізувати та зберігати дані, що передаються на підприємстві.

Інноваційна діяльність дає можливість на великий прибуток і швидкий успіх, але потрібно врахувати великі ризики підприємства. Згідно статистики маємо дані, що приблизно 80-90% підприємств закриваються до 5 років діяльності, тому вміння оцінювати ситуацію та ризикувати є дуже важливими факторами організатора бізнесу [3, с. 40].

Важливу роль у роботі підприємств сьогодні відіграють системи управління взаємовідносинами з клієнтами. Вони дозволяють підтримувати постійний контакт, відстежувати інтереси клієнтів і реалізовувати їх індивідуальні потреби. З урахуванням конкуренції в усіх галузях, яка зростає, дані системи стають ключовим фактором досягнення конкурентних переваг і успішного розвитку бізнесу. Такі інтернет-рішення дають допомогу

маркетинговій службі підприємства у визначенні цільової аудиторії споживачів і формуванні стратегії поведінки щодо цієї аудиторії; удосконалення процесів обміну інформацією всередині компанії та раціоналізацію наявних процесів; поліпшення індивідуальних взаємовідносин з покупцями з метою підвищення їх задоволеності та зростання прибутку підприємства, виявлення найприбутковіших клієнтів і забезпечення їм особливого рівня послуг [4].

На сучасному рівні розвитку економіки інновація базується на споживачі. Тобто, підприємець повинен проводити аналіз потреб і думок майбутньої купівлеспроможної аудиторії, для врахування результатів спостережень в розробці концепцій. Враховуючи унікальність для розповсюдження товару можна використовувати договори угод франшизи, лізингу, франчайзингу та інше. З виходом нового товару на ринок підприємству потрібно сформулювати діагностику проекту. Це прогноз попиту на товар; оцінка власної конкурентоспроможності, адже якщо товар є перспективним, з'являться охочі займатись вигідною справою; пріоритети та інструменти посилення позицій на ринку; оцінювання витрат, продажів на ринку, необхідних інвестиційних коштів та оцінювання ризиків діяльності.

Грамотне управління підприємствами електронного бізнесу здатне значно скоротити витрати та збільшити обсяги продажів. У цьому зв'язку завдання українського бізнесу полягає у виборі раціональної ніші застосування і в ефективному управлінні підприємствами електронної комерції [4].

Можна зробити висновок, що розбудова інформаційного суспільства в Україні вимагає прискорення процесів та інформатизації всіх сфер виробничо-господарської діяльності. Людство невпинно просувається до інформаційної епохи, в якій економіка та бізнес стають електронними і здійснюються у мережі Internet. Підприємства повинні йти в ногу з основними технологічними тенденціями і готуватися до постійних інновацій, пандемія, ще більше підкреслила, наскільки важливими можуть бути інновації для бізнесу не тільки для виживання, але і для процвітання навіть у найтяжчих обставинах.

### Список використаних джерел:

1. Кириленко А. В., Тищук Т. О. Від традиційної до цифрової: як «ботани» і «нерди» побудували найдинамічнішу галузь української економіки. URL: <https://voxukraine.org/longreads/plugged-in-economy/index.html> (дата звернення: 27.10.2021).
2. Данніков О. В, Січкаренко К. О. Концептуальні засади цифровізації економіки України. *Інфраструктура ринку*. №17. 2018. С. 73–80,
3. Піжук О. І. Сучасні методологічні підходи до оцінювання рівня цифрової трансформації економіки. *Бізнес Інформ*. 2019. № 7. С. 39–47.
4. Подольчак Н. Ю., Білик О. І., Левицька Я. В. Сучасний стан цифровізації в Україні. *Ефективна економіка*. 2019. № 10. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7300> (дата звернення: 27.10.2021).

## РЕІНЖИНІРИНГ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ В РЕСТОРАННІЙ ІНДУСТРІЇ

**Онопрієнко К. Ю., магістрант**

*Науковий керівник: к. е. н., ст. викладач Сегеда І. В.,  
Харківський національний університет  
міського господарства імені О. М. Бекетова*

В сучасних умовах жорсткої конкурентної боротьби, підприємствам ресторанного бізнесу дуже важко адаптуватися до швидких змін у зовнішньому економічному середовищі та до збільшення вибагливості гостей закладів ресторанного господарства. Через це практичного значення набуває реінжиніринг бізнес-процесів, який дає змогу закладам ресторанного господарства активно розвиватися і бути конкурентоздатними як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Отже, метою дослідження є значення та вплив реінжинірингу бізнес-процесів на ефективність управління в ресторанній індустрії.

Даному питанню приділяли увагу такі зарубіжні та вітчизняні вчені як В. Г. Мединський, С. В. Ільдемінов, В. В. Репін, Майк Ротер, Джон Шук, Джеймс Харрінгтон, Майк Робсон та інші. В своїх роботах автори дослідили

теоретичні основи та підходи до визначення реінжинірингу бізнес-процесів та можливостей його застосування в ресторанній індустрії [1–5].

Бізнес-процес – це сукупність різних видів діяльності, в рамках якої «на вході» використовується один або більше видів ресурсів і в результаті цієї діяльності «на виході» створюється продукт, що представляє цінність для споживача [1].



Рис.1. Схема бізнес-процесу

*Джерело: розроблено автором*

Реінжиніринг бізнес-процесів – це радикальна перебудова, перепроєктування бізнес-процесів підприємства для отримання суттєвого ефекту щодо зниження вартості, підвищення якості і зростання обсягів продажів [6].

Саме завдяки реінжинірингу бізнес-процесів суб'єкти господарювання можуть перемогти в сучасних умовах боротьби не лише з конкурентами, а й з кризовими явищами, які все частіше мають місце в сучасних умовах. Реінжиніринг бізнес-процесів визнається найбільш радикальним управлінським підходом, і в той же час він може використовуватись як в умовах кризи, так і в умовах успішної діяльності, щоб надати підприємству конкурентні переваги [7].

Основними етапами запровадження реінжинірингу бізнес-процесів в ресторанному бізнесі є такі:

– ідентифікація основних процесів на підприємстві і виявлення недоліків;

– переосмислення вибраних процесів і розроблення замість них нових, які зможуть взаємодіяти з іншими процесами підприємства. На цьому ж етапі їх необхідно протестувати, щоб мінімізувати можливі помилки та ризики;

– впровадження нових бізнес-процесів в роботу підприємства ресторанного господарства, організація навчання для співробітників, проведення кадрових перестановок тощо [8].

У ресторанному бізнесі реінжиніринг може використовуватися, наприклад, при плануванні закупівель. У сучасному світі, закупки вже не робляться телефоном, все частіше використовують CASE-засоби, які забезпечують високу якість діяльності закладу, відсутність помилок і є простими при обслуговуванні програмних продуктів. Реінжиніринг системи планування закупівель у ресторанах дасть змогу контролювати та ретельніше обирати постачальників, орієнтуючись не тільки на ціну і якість, а і на вчасність здійснення поставок у потрібній кількості та асортименті [9].

Ще одним прикладом може бути впровадження нової послуги, наприклад, такої як кейтерінг. В наданні цієї послуги допоможе такий інструмент, як аутсорсинг. Аутсорсингом називають передавання певних не ключових функцій підприємства на виконання іншій організації, що спеціалізується в даній області [11]. Заклад ресторанного господарства співпрацює з фірмами, що мають у своєму підпорядкуванні кваліфікований персонал, який обслуговує організовані підприємством-замовником заходи: весілля, ювілеї, церемонії, корпоративи тощо. Таким чином, аутсорсинг у ресторанному бізнесі дає можливість підприємству зекономити на оплаті праці робітників, так як найняти окремого висококваліфікованого фахівця обходиться досить дорого. Кінцевою метою застосування даного інструменту є зниження витрат, поліпшення якості та результатів його діяльності.

Результативність реінжинірингу бізнес процесів на підприємствах ресторанного господарства має досить багато переваг, серед них можна виокремити такі:

1. Зменшення собівартості продукції чи послуг за рахунок реінжинірингу виробничих бізнес-процесів.

2. Зменшення часу простоїв виробничого обладнання, збільшення обсягів виробництва та ефективності основних засобів унаслідок проведення реінжинірингу виробничих процесів.

3. Збільшення обсягів реалізації продукції, послуг за рахунок реінжинірингу виробничого та збутового бізнес-процесів.

4. Приріст чистого прибутку після проведення процедури реінжинірингу бізнес-процесів на підприємстві відповідно до розміру чистого прибутку без запропонованих змін.

5. Приріст рентабельності підприємства після запровадження реінжинірингу бізнес-процесів та оцінка впливу цих змін на досягнення стратегічних цілей.

6. Приріст долі ринку підприємства після проведення процедури реінжинірингу, розширення ринків збуту або вихід на нові ринки.

7. Поліпшення взаємодії горизонтальних та вертикальних зв'язків, забезпечення гнучкості структури, надання переваг не функціям, а процесам.

8. Підвищення рівня задоволеності споживачів, збільшення кількості нових потенційних гостей закладу.

9. Поліпшення організації бізнес-процесів, відмова від використання зайвих елементів у системі, чітке розподілення обов'язків та відповідальності.

10. Підвищення конкурентоздатності підприємства за рахунок впровадження реінжинірингу бізнес-процесів [9–10].

Отже, реінжиніринг бізнес-процесів відіграє вагомую роль в менеджменті ресторанного господарства та допомагає підвищити ефективність управління, покращити фінансові показники підприємства, спростити процес управління, організаційну структуру, моделі менеджменту, значно прискорити реакції підприємства на зміни вимог споживачів при багатократному зниженні всіх видів витрат, таким чином, збільшити потік потенційних споживачів, вийти на

новий рівень, збільшити рентабельність та конкурентоздатність підприємства ресторанного господарства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Мединський В. Г., Ільдемінов С. В. Реінжиніринг підприємств. М.:ЮНИТИ, 2009. 414 с.
2. Репін В. В. Бізнес-процеси. Моделювання, запровадження, управління. М.: Манн, 2013. 512 с.
3. Ротер М., Шук Дж. Вчиться бачити бізнес-процеси. Бруклін, Массачусетс, США., 2008. 144 с.
4. Харрінгтон Д. Оптимізація бізнес-процесів: документування, аналіз, управління, оптимізація. АЗБУКА БМикро. 2007. 314 с.
5. Robson M. The Journey to Excellence. Wantage: MRA International, 1986. 190 p.
6. Виноградова О. В. Реінжиніринг бізнес-процесів у сучасному менеджменті : монографія. Донецьк: ДонДУЕТ, 2017. 195 с.
7. Ковальчук Т. Г. Реінжиніринг бізнес-процесів як спосіб успішного розвитку ресторанного господарства. *Вісник Одеського національного університету ім. І. І. Мечнікова*. 2019. Вип. 5 (47). С. 219–222.
8. Гвоздь М. Я., Парій І. В. Реінжиніринг бізнес-процесів як засіб підвищення ефективності функціонування виробничих підприємств : зб. наук. пр. нац. ун-ту «Львівська політехніка». *Проблеми економіки та управління*. Львів. 2017. № 668. С. 253–257.
9. Демиденко В. В. Управління бізнес процесами як складова процесного підходу до управління : матеріали III регіон. наук.-практ. конф., м. Запоріжжя, 29 листопада 2018 р. Запоріжжя, 2018. С. 115–119.
10. Степанова Н. І. Реінжиніринг бізнес-процесів як інструмент покращення діяльності підприємств ресторанного господарства. *Управління розвитком*. 2017. № 20. С. 22–24.

11. Александрова С. А. Аутсорсинг як чинник підвищення діяльності ресторанного господарства: матеріали регіон. наук.-практ. конф., м. Київ, 12 грудня. 2017 р. Київ, 2017. С. 408–413.

## **СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ НА РИНКУ РОБОЧОЇ СИЛИ**

**Пачева Н. О.**, *к. е. н., доцент,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

На сучасному етапі розвитку економіки стратегічне управління ринком робочої сили покликане сприяти забезпеченню відповідності вимогам динамічного конкурентного середовища людських ресурсів. Для забезпечення розвитку та економічного зростання вагоме місце займають саме людські ресурси (талановиті, віддані професіонали). Конкуренція в бізнесі, між організаціями, регіонами і навіть країнами відбувається не лише через впровадження сучасних технічних засобів та інновацій, але й через поліпшення управлінських технологій та методів. Стратегічне управління допомагає розширити горизонти передбачення, створивши можливості для миттєвої реакції на трансформації зовнішнього середовища на ринках праці, товарів та послуг і т.д.

Концепція управління людськими ресурсами (“human resources management” або “HR-management”) виникла в середині 1980-х рр. Вона стала наслідком і продовженням досліджень з питань конкурентних переваг фірм (організацій). Так, на початковому етапі становлення цієї концепції виділяли три групи стратегій, які можуть забезпечити досягнення переваг: 1) стратегія новизни – виробництво унікального товару (послуг); 2) стратегія якості – пропонування високоякісних товарів і послуг споживачам; 3) стратегія мінімізації витрат – політика, скерована на уникнення зайвих витрат [1]. Управління людськими ресурсами має на меті завдяки потужному кваліфікованому персоналу створити умови для досягнення конкурентних переваг починаючи від організації і завершуючи країною. Розробка стратегічних цілей та дієвої політики на ринку робочої сили сприяє динаміці



країни у нестабільному середовищі задля досягнення власних економічних інтересів через задоволення індивідуальних і колективних потреб соціальної спільноти.

Вагоме місце у побудові стратегічних цілей підвищення ефективності управління розвитком національного господарства (на макрорівні), повинна передувати вдало вибрана стратегія на рівні підприємства (на мікрорівні), що базується на розробці відповідної організаційної структури. Великі підприємства повинні створювати робочі групи з інноваційного розвитку, метою яких є формування та впровадження корпоративних стратегій і стратегій інноваційного розвитку підприємства. Формування стратегій інноваційного розвитку можливе шляхом створення системи цілеспрямованого управління інноваційним розвитком та зайняття нової ніші на ринку, переважно на основі нової продукції, нових методів організації, виробництва і збуту, що забезпечить умови сталого розвитку. Стратегічне управління інноваційним розвитком національного господарства повинно враховувати наступне: контроль та координацію запланованих заходів інноваційної діяльності; забезпечення високих темпів зростання; збільшення частки на ринку; підняття якості; підвищення репутації (іміджу) підприємства, галузі; розвиток інноваційних процесів через створення необхідних умов у фінансовій, маркетинговій та інформаційній сфері; підбір «сучасного» персоналу; зниження рівня витрат; зацікавлення інвесторів [2].

Існує чимало визначень стратегічного управління. О. С. Віханський стверджує, що це таке управління, яке спирається на людський потенціал як основу організації, орієнтує виробничу діяльність на запити споживачів, гнучко реагує і проводить своєчасні зміни в організації, що відповідають виклику з боку оточення і дозволяють досягати конкурентних переваг, що в сукупності дає можливість організації виживати в довгостроковій перспективі, досягаючи при цьому своїх цілей [3]. Формування вдалої стратегії потребує знань та розуміння принципів побудови стратегії, вміння аналізувати і мати здібності стратегічно мислити.

Успіх стратегічного управління людськими ресурсами буде досягнутий завдяки висококваліфікованим і мотивованим працівникам готовим віддано працювати. Щодо мотивації праці, варто запозичити ідеї з теорії людських відносин, що виділяє працю домінуючим фактором ери науково-технічного прогресу.

Визначено основні заходи щодо розроблення механізму забезпечення ефективного управління персоналом, які включають вибір складових елементів механізму, виявлення їх взаємодії та взаємообумовленості; надання мотивації високопродуктивної праці головного пріоритету в підвищенні результативності персоналу; постійний контроль та моніторинг показників ефективного використання персоналу в управлінні підприємством [4]. Для підвищення показників на ринку праці варто застосовувати комплекс заходів, який охопе питання нормування праці та планування робіт і їх оплати.

Важливим напрямом роботи органів влади є стратегічне планування забезпечення людськими ресурсами потреб регіону, країни. Достовірні, довготермінові показники обраховані з використанням комп'ютерних моделей, визначені на перспективу, можуть надати інформацію для аналізу зовнішнього середовища для бізнесу який організовує свою роботу в певному регіоні. Наявність даної інформації у потенційних інвесторів розширює їх поінформованість, доповнюючи початкові дані для розробки ефективної стратегії і планування розвитку території.

#### **Список використаних джерел:**

1. Стратегічне управління людськими ресурсами : навч. посіб. / Є. Г. Матвіїшин. Львів : ЛРІДУ НАДУ, 2011. 200 с.
2. Пачева Н. О. Стратегічне управління інноваційним розвитком національного господарства. *Інтернаука. Сер. Економічні науки*. 2018. № 11(19). С. 56–59. URL: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/15416763509921.pdf>.
3. Виханский О. С. Стратегическое управление : учебник. Изд 2-е., перераб. и доп. Москва : Гардарика, 1998. 296 с.

4. Бовкун О. А., Пачева Н. О. Розробка механізму забезпечення ефективного використання сучасних форм і методів роботи з персоналом. *Бізнес-навігатор*. 2018. № 6 (49). С. 57–60.

## **СУЧАСНІ ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

**Побережник І. Ю.**, магістрант

*Науковий керівник: д. е. н., доцент Макаренко С. М.,  
Херсонський державний університет*

У сучасних умовах функціонування вітчизняної переробної промисловості одним із ключових видів технологій управління є технологія управління за результатами. Зазначена технологія орієнтована на досягнення запланованих результатів на кожній стадії виробничого процесу та внесенні відповідних коригувань за необхідності у зв'язку із форс-мажорними обставинами на ринках сировини та збуту продукції. Управління, орієнтоване на результати, здійснюється відповідно до аксіоми, що всі процеси на підприємстві, пов'язані із виробництвом продукції, наданням послуг, сприяють досягненню бажаних результатів та мають тісний взаємозв'язок із діючою стратегією мотивації.

Разом з тим, для прийняття обґрунтованого управлінського рішення стосовно ключових напрямів підвищення ефективності використання виробничих ресурсів необхідно запровадити дієву методику оцінювання впливу кожного ресурсу на загальну результативність господарської діяльності підприємства. Зазначене дозволить не лише оцінити ступінь впливу кожного окремого виробничого ресурсу, а й побудувати обґрунтовану прогностичну модель розвитку підприємства із урахуванням кількісних та якісних змін у людських, фінансових ресурсах, виробничих потужностях тощо.

Враховуючи результати проведеного дослідження у науковій праці [1], під час оцінювання ефективності господарської діяльності ПрАТ «Південна винокурня» (м. Олешки, Херсонська область) за підсумками 2018-2020 років пропонується використовувати наступні показники: середня продуктивність

праці персоналу; фондівдача; коефіцієнт обігу активів; розмір витрат на персонал (як показник, що характеризує інтелектуальний рівень працівників підприємства) (табл. 1).

Таблиця 1

**Аналітичні матеріали для проведення оцінювання ефективності господарської діяльності ПрАТ «Південна винокурня»\***

Показник	Роки			Відхилення (2020 р. у порівнянні з 2018 р.)
	2018	2019	2020	
Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн	357522	450521	448126	90604
Середня кількість працівників, осіб	145	153	146	1
Середня продуктивність праці, тис. грн / люд.-рік	2465,67	2944,58	3069,36	603,69
Основні засоби, тис. грн	13363	13524	12253	-1110
Фондовіддача	26,7546	33,3127	36,5728	9,8182
Загальна вартість майна, тис. грн	271594	243562,5	253954,5	-17639,5
Коефіцієнт обігу активів	1,3164	1,8497	1,7646	0,4482
Витрати на персонал, тис. грн	11019	12911	12537	1518
Розмір витрат на персонал, тис. грн. / люд.-рік	75,9931	84,3856	85,8699	9,8768

\*Джерело: розраховано автором

Використовуючи матеріали, наведені у таблиці 1, та метод таксономічного аналізу, у таблиці 2 відображено отримані результати щодо розрахунку інтегрального показника, за яким можна оцінити ефективність господарської діяльності ПрАТ «Південна винокурня».

Таблиця 2

**Визначення інтегрального показника ефективності господарської діяльності ПрАТ «Південна винокурня»\***

Стандартне значення (питома вага)	Роки			Точка еталон	$\bar{C}_0$	$S_0$	$C_0$
	2018	2019	2020				
Середня продуктивність праці	-1,3868	0,4537	0,9332	0,9332	-	-	-
Фондовіддача	-1,3370	0,2693	1,0677	1,0677	-	-	-
Коефіцієнт обігу активів	-1,3985	0,8812	0,5174	0,8812	-	-	-
Розмір витрат на персонал	-1,4004	0,5295	0,8709	0,8709	-	-	-
Евклідова відстань	4,6391	0,9920	0,3638	-	1,998	1,885	5,768
Інтегральний показник	0,20	0,83	0,94	-	-	-	-

\*Джерело: розраховано автором

Отримані результати свідчать про те, що протягом 2018–2020 років інтегральний показник ефективності господарської діяльності ПрАТ «Південна винокурня» постійно зростає і за підсумками 2020 років досяг максимуму і склав 0,94. Разом з тим, досліджуючи показник, який характеризує ефективність використання наявного майна підприємства (коефіцієнт обігу активів), виявлено, що у 2020 році його значення зменшилося на 0,3638 пункти, що свідчить про зниження рівня якості прийнятих управлінських рішень стосовно використання фінансових ресурсів.

Таким чином, використовуючи технологію прийняття управлінських рішень за результатами, пропонуємо переглянути наявну стратегію розвитку господарської діяльності ПрАТ «Південна винокурня». Зазначене пов'язано також і з тим, що вартість майна підприємства на кінець 2020 року зросла на 41,1 млн грн у порівнянні з початком 2020 року у той час як чистий дохід від реалізації продукції за підсумками 2020 року зменшився на 2,3 млн грн. у порівнянні з 2019 роком.

Також потрібно зазначити, що розглянуті технології та методи управління щодо планування виробничих процесів, розробки фінансових планів, аналізу рентабельності капіталовкладень, управління проектами стосовно виробничого розширення та покращення соціального захисту працівників підприємства, можуть бути морально застарілими в умовах перманентних змін в оточуючому бізнес-середовищі. Тому в умовах сьогодення обов'язковою умовою їх використання є врахування помилок та похибок, які накопичувалися протягом останніх років, а також залучення інноваційного методичного інструментарію. Особливо зазначене є актуальним під час формування сучасної системи планування, яка повинна забезпечити взаємозв'язок планів розвитку усіх напрямків діяльності підприємства, та орієнтуватися на досягненні встановлених цілей функціонування.

### Список використаних джерел:

1. Макаренко С. М. Формування інноваційної стратегії розвитку промислового підприємства: дис. докт. екон. наук: 08.00.04; Одеський національний університет імені І. І. Мечникова. Одеса, 2021. 455 с.
2. Innovative Approaches to Enterprise Competitiveness Assessment. / N. Tyukhtenko et al. *Marketing and Management of Innovations*. 2021. Issue 1. P. 278–289.
3. Innovative Development of the Regions: Cooperation Between Enterprises and State Institutions / N. Tyukhtenko et al. *Marketing and Management of Innovations*. 2019. Issue 3. P. 354–365.

### УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ КОМПЛЕКСУ МІСТОБУДІВНОЇ ЕНЕРГОРЕКОНСТРУКЦІЇ «КНТК МЕРек»

**Постернак І. М.**, к. т. н., доцент,  
*Одеська державна академія будівництва та архітектури*

**Постернак О. С.**, студент,  
*Одеська державна академія будівництва та архітектури*

**Постернак С. О.**, к. т. н., доцент,  
*Приватне підприємство «Композит», м. Одеса*

У містобудуванні проявляється тенденція до інтеграції, як у сфері матеріального виробництва, так і в сфері управління. Розширене відтворення вимагає подальшого підвищення рівня поділу праці, концентрації й спеціалізації будівельного виробництва, інтенсифікації обміну результатами виробничо-господарської діяльності. У якості однієї з перспективних форм інтеграції виступають у містобудівній структурі різні комплекси. У процесі формування планів соціального й економічного розвитку великих міст всі частіше складається ситуація, коли для підвищення ефективності використовуваних фінансових, матеріальних і трудових ресурсів потрібна не просто концентрація зусиль, але й нові прогресивні форми організації будівельного виробництва. Нами пропонується створити корпоративні комплекси, що мають різні масштаби, мети, структуру (у містобудівній

реконструкції – Корпоративні науково-технічні комплекси містобудівної енергореконструкції «КНТК МЕрек») [1].

Розробка і впровадження нових і вдосконалення існуючих технологій в капітальному будівництві визначається необхідністю зниження матеріальних і трудових витрат на їх виконання, щорічні розміри яких обчислюються мільйонами гривень прямих витрат і мільйонами люд.-дн. трудових витрат, а також необхідністю скорочення інвестиційного циклу будівництва будівель та споруд.

Застосування механізованих методів виробництва внутрішніх опоряджувальних робіт підвищує ефективність застосування будівельних сумішей, оскільки дозволяє організувати виконання робіт потоковим методом і скоротити тривалість комплексних процесів виробництва робіт. Широке впровадження в практику будівництва сухих будівельних сумішей відкрило можливість механізації виробництва штукатурних робіт з використанням як закордонного, так і вітчизняного обладнання.

Завдяки застосуванню механізованих технологій при виробництві штукатурних робіт в два рази скорочується кількість спеціалізованих бригад і тривалість виконання робіт. Це досягається, по-перше, за рахунок скорочення трудовитрат на стадії заготівельних і транспортних робіт, обумовлених поєднанням процесів з приготування і доставки суміші на робоче місце, по-друге, за рахунок різкого підвищення продуктивності роботи на стадії проведення основних робіт, пов'язаного із заміною технологічних операцій набризгу, ґрунту і накривки в єдиний процес нанесення штукатурного розчину. Залежно від обраної схеми механізації виробництва штукатурних робіт, продуктивність роботи істотно підвищується в порівнянні з ручним способом виконання робіт.

Календарний план – це такий проектний документ, в якому динамічно (тобто в часі) відображаються терміни і вартості виконання робіт. Календарний план може бути представлений в різних формах (дескриптивній, матричній, табель-календаря, графічній та інших), з яких найбільш наочною є графічна

форма. Остання широко застосовується в вигляді лінійного календарного графіка (діаграма Ганта) і сітьового графіка (графа). У змістовному аспекті календарний план системно об'єднує технологію, організацію та економіку будівельного виробництва. Календарні плани є основою як для організації будівельного виробництва, так і для управління проектами. Календарні плани розробляється в складі наступних проектів: бізнес-плану інвестиційного будівельного проекту; проекту організації будівництва; проекту обґрунтування інвестицій; оферти для її подання на підрядні торги; проекту виконання робіт; проекту річної організації робіт будівельної організації; технологічних карт і іншого.

Календарний план також є основою для формування графіка фінансування будівництва і графіка грошового потоку (Cash Flow), пов'язаного з оцінкою економічної ефективності проекту.

Початковий етап календарного планування пов'язаний з вибором моделі організації робіт, яка найбільшою мірою задовольняє потребам виробництва, конкретним економічним і технічним умовам. Залежно від наявних умов визначається організаційно-технологічна схема, яка є основою для розробки моделі календарного плану. Організаційно-технологічна схема головним чином визначає топологічну постановку задачі календарного планування, а також істотні умови, критерії та обмеження. Методи і способи організації робіт визначаються конкретними умовами будівництва, характером ув'язки робіт в їх технологічній послідовності, в часі і в просторі. Створення організаційно-технологічної схеми будівництва об'єкта є складним творчим процесом, що вимагає високої кваліфікації фахівця в області календарного планування будівництва.

У календарних планах мають місце загальні елементи. Розглянемо основні з них:

#### А) Поділ будівельного простору на приватні фронти робіт

Будівельний простір, що включає в себе або окремий об'єкт, або групу об'єктів, може бути розділений на окремі приватні фронти робіт в залежності



від характеру проектних рішень і можливостей послідовного виконання робіт на виділених приватних фронтах. Виділення приватних фронтів робіт із загального будівельного простору є необхідною умовою організації будівельного потоку, основною ознакою якого слід вважати поєднання в часі виконання різних видів робіт на різних частинах об'єкта або комплексу об'єктів. Слід зазначити, що приватний фронт – це узагальнена назва виділеної частини будівельного простору.

#### Б) Поділ будівництва на приватні потоки робіт

Поділ будівельного простору на приватні fronti показує, де виконуються роботи. На відміну від цього поділ будівництва на приватні потоки визначає, які повинні виконуватися роботи. В якості верхнього рівня ієрархії, що відбиває спеціалізацію праці в будівництві, можуть бути виділені цикли робіт. У свою чергу, цикли робіт включають в себе окремі види робіт. Відповідно до ієрархії за видами роботи йдуть будівельні процеси, їх результатом виконання є випуск проміжної або кінцевої будівельної продукції. Будівельні процеси можуть бути простими і комплексними, тобто включають в себе прості процеси. Далі прості процеси поділяються на робочі операції, інваріант яких є фіксований склад виконавців, засобів і знарядь праці. Виробництво робочих операцій здійснюється за допомогою їх розкладання на окремі робочі прийоми.

Таким чином, існує цілком чітка ієрархія при організації праці в будівельному виробництві: цикл робіт → вид роботи → комплексний процес → простий процес → робоча операція → робочий прийом.

Для опису умов виконання видів робіт служать технологічні карти, для опису процесів – карти трудових процесів. У ряді випадків ці описи доповнюються технологічними нормалями, які визначають всі істотні умови і способи контролю робіт і операцій, що необхідні для їх якісного та ефективного виконання.

Між будь-якими двома роботами, які входять в певний комплекс робіт, точніше між будь-якими двома подіями, що визначають факти початку і

закінчення двох робіт комплексу, можуть існувати зв'язки або залежності. Зв'язки – це те, що об'єднує окремі елементи в систему, встановлює відносини, взаємні залежності, обумовленості і, нарешті, спільності елементів в системі. Зазвичай в будівництві враховується два основних типи зв'язків.

Ресурсний зв'язок – це залежність між двома суміжними роботами одного виду (виконуваних на суміжних приватних фронтах), яка показує, що початок виконання подальшої роботи може бути здійснений після закінчення виконання попередньої роботи. Ресурсні зв'язки можуть змінюватися в часі (розтягнення ресурсних зв'язків). Отже, вони відображають ступінь безперервності виконання робіт на суміжних приватних фронтах і в підсумку – ступінь безперервності використання ресурсів усередині кожного приватного потоку.

Фронтальний зв'язок – це зв'язок між двома суміжними роботами різних видів, які виконуються на одному приватному фронті. Фронтальний зв'язок показує залежність початку виконання роботи наступного виду від закінчення виконання роботи попереднього виду в межах одного приватного фронту. Фронтальні зв'язки можуть змінюватися в часі (розтягнення фронтальних зв'язків). Отже, фронтальні зв'язки відображають ступінь безперервності освоєння приватних фронтів робіт.

Будь-який комплекс робіт може бути виконаний різними методами з різними термінами початку і закінчення робіт, з різним характером використання ресурсів і освоєння приватних фронтів робіт і відповідно з різними за величиною техніко-економічними показниками. В основному методи розрахунку організації робіт визначаються з урахуванням обмежень, що накладаються на зв'язки між роботами.

Поточний метод організації робіт формується за допомогою просторового розподілу загального фронту робіт на приватні fronti робіт та паралельного виконання на них різнотипних приватних потоків робіт.

#### **Список використаних джерел:**

1. Posternak I. M., Posternak S. A. Corporate scientific and technical complex town-planning power reconstruction "CSTC T-PPR" Odessas. *The development of*

*international competitiveness: state, region, enterprise: materials of the International scientific conference, Portugal, Lisbon, December 16, 2016; Nova university and Nova school of business and economics. Baltija publishing, 2016. Part II. Volume 1. Business economics and corporate management: innovation problem. P. 6–8.*

## **ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКІ ОБ'ЄДНАННЯ ПІДПРИЄМСТВ, ЇХ ФОРМИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ**

**Радіонова Т. В.**, *магістрантка*  
*Науковий керівник: к. е. н., доцент Богашко О. Л.,*  
*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Різне зростання рівня науки й техніки водночас з ускладненими умовами можливості успішного функціонування організації на ринку зумовлює необхідність виявлення певного механізму, який би підвищив конкурентоспроможність підприємства, його інноваційність, дав змогу диверсифікувати види діяльності та підвищити результативність в цілому. Це, в свою чергу, матиме позитивний вплив на регіон, сприятиме збільшенню масштабів ринку та його можливостей, приваблюватиме інвесторів. Одним із варіантів вирішення перелічених викликів є об'єднання підприємств.

Складні умови на ринку зумовлені високою конкуренцією, частково викликані змінами в системах мікроекономіки та макроекономіки. Це стало поштовхом для розвитку форм підприємництва. Функціонувати в ринковому середовищі як окрема господарська одиниця стає дедалі важче, тому керівництво окремих суб'єктів господарювання все частіше приймає рішення про об'єднання і відповідно створення виробничо-господарських об'єднань. Найчастіше в основу береться вигідне територіальне розміщення підприємств або галузева спорідненість. Метою об'єднання є розв'язання соціальних, економічних, фінансових, матеріально-технічних та інших завдань.

Згідно з Господарським кодексом України [3] та іншими законами, підприємства мають право на добровільних засадах об'єднувати свою господарську діяльність, тобто утворювати виробничо-господарські об'єднання

підприємств.

Об'єднанням підприємств є господарська організація з правами юридичної особи, яка створена двома або більшою кількістю підприємств з метою координації їх виробничої, наукової, комерційної та іншої діяльності для вирішення спільних економічних та соціальних завдань. У виробничо-господарські об'єднання підприємств можуть входити підприємства інших країн, так само як і вітчизняні підприємства можуть бути частиною об'єднань підприємств, які засновані на території іноземних держав.

Організаційні форми, які приймає підприємство в процесі об'єднання, обумовлені процесами вертикальної та горизонтальної інтеграції.

Вертикальна інтеграція – зростання підприємства в результаті об'єднання підприємства по технологічному ланцюжку або по етапах виробничого процесу.

Горизонтальна інтеграція – зростання підприємства всередині галузі шляхом об'єднання однотипних підприємств.

Вертикально та горизонтально інтегруючись, підприємства переслідують різні цілі: зростання прибутку; подовження терміну функціонування; забезпечення ефективності процесу виробництва; кращі умови праці; забезпечення виконання в межах одного об'єднання всіх операцій виробничого процесу; проведення уніфікованої єдиної цінової чи збутової політики та ін.

Основними завданнями, які впливають з мети створення виробничо-господарських об'єднань, є:

- ефект економії від масштабу – при збільшенні обсягів виробництва і реалізації товарів/послуг знижується собівартість і, відповідно, витрати на одиницю, що сприяє економії на постійних витратах;

- розвиток співробітництва та партнерства між промисловими, машинобудівними, науковими, виробничими, будівельними, харчовими, проектними та іншими підприємствами різних галузей;

- можливість залучення капітальних інвестицій з нижчими витратами – масштаб, партнери й імідж корпорації сприятимуть цьому;

- диверсифікація діяльності, а також зростання обсягів виробництва сприятимуть зміцненню позиції на вже наявних ринках та виходу на нові;
  - можливість виникнення монополії, оскільки за рахунок масштабу велика компанія має більшу силу впливу на ринок товарів і послуг;
  - зростання рівня якості товарів та послуг шляхом залучення новітнього обладнання;
  - зменшення ризиків зумовлене диверсифікованими видами діяльності.
- При погіршенні діяльності одного з підприємств завжди є інші, які частково знівелюють збитки, та при потребі сприятимуть виходу з кризи першого.

У табл. 1 подані основні класифікаційні ознаки інтегрованих підприємств та їх види.

*Таблиця 1*

**Основні класифікаційні ознаки інтегрованих підприємств та їх види**

№ з/п	Класифікаційні ознаки підприємств	Види
1.	Ступінь стійкості взаємозв'язків	– довгострокові; – короткострокові.
2.	Спосіб створення	– добровільні; – інституційні.
3.	Форма утворення	– жорсткі; – м'які.
4.	Форма внутрішньої взаємодії	– горизонтальні; – вертикальні; – конгломератні.
5.	Ефект синергії	– наявний синергетичний ефект; – відсутній синергетичний ефект.
6.	Характер власності	– приватні; – державні та муніципальні; – змішані; – змішані за участі державного капіталу.
7.	Галузеве охоплення	– моногалузеві; – полігалузеві.

*Джерело: узагальнено автором на основі [1; 2; 3; 4]*

Реорганізація підприємства передбачає зміну організаційно-правової форми ведення господарської діяльності. Способи та види реорганізації представлені в табл. 2.

## Способи та види реорганізації підприємства

№ з/п	Способи реорганізації підприємства	Їх види
1.	Укрупнення	Злиття, приєднання, поглинання
2.	Подрібнення	Поділ, виділення
3.	Без змін розмірів підприємства	Перетворення

*Джерело: узагальнено автором на основі [3; 4; 5]*

Результатом процесів злиття, поглинання чи приєднання підприємств і є утворення виробничо-господарських об'єднань. Злиття – це процес утворення нової структури шляхом об'єднання підприємств зі спільними інтересами. Злиття може бути двох форм – вертикальне та горизонтальне. Горизонтальним називають злиття двох фірм з однаковим типом товарів чи послуг. Вертикальним є злиття організації з фірмою, чия діяльність є суміжною і може бути доповнювальною, як, наприклад, злиття з логістичною фірмою, постачальником сировини, науково-дослідним центром тощо. Поглинання – процес купівлі одного підприємства іншим, за якого підприємство-покупець володіє контролем над купленим підприємством.

При утворенні виробничо-господарського об'єднання доцільно взяти до уваги наступні фактори:

- правильність вибору організаційної форми об'єднання;
- відповідність новоутвореного об'єднання та його статуту антимонопольному законодавству;
- належний рівень фінансової забезпеченості, необхідної для утворення об'єднання.

Виробничо-господарські об'єднання створюються з ініціативи підприємств, які з певною чітко визначеною метою на добровільних засадах об'єднують свою господарську діяльність. Підприємства об'єднуються незалежно від їх видів та специфіки діяльності. Основою для злагодженої та скоординованої роботи об'єднань слугує установчий договір або статут. Цей документ затверджують засновники при утворенні.

Дослідження форм та особливостей діяльності виробничо-господарських об'єднань дозволило визначити, що до їх основних переваг можна віднести: розширення сфери діяльності; збільшення основи капіталовкладень та їх раціональне використання; кращі інноваційні можливості; розширення ринку і ринкового потенціалу; зменшення конкуренції; придбання цінних промислових ноу-хау, патентів, торгової марки, репутації; варіативність структурної перебудови та відновлення зруйнованих виробничо-технологічних зв'язків. Значною перевагою виробничо-господарських об'єднань є їхні ширші можливості порівняно з окремими підприємствами та відповідно ефективніші рішення виробничих та інших питань. Це дозволяє оптимізувати діяльність підприємств, раціональніше використовувати наявні ресурси за рахунок їх об'єднання, збільшити масштаби функціонування організацій і в результаті досягнути суттєво кращих результатів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Богашко О. Л. Державне регулювання інноваційного розвитку на регіональному рівні. *Економічні горизонти*. 2018. № 2 (5). С. 44–50.
2. Богашко О. Л. Розгляд сутності інновацій в умовах становлення перших теоретичних уявлень про них. *Причорноморські економічні студії*. Вип. 28. Ч. 1. Одеса : ПУ «Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій», 2018. С. 5–9.
3. Господарський кодекс України. Документ 436-IV, чинний, поточна редакція. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
4. Характеристика видів об'єднань підприємств. URL: <https://studfiles.net/preview/5013850/page:2/>.
5. Bohashko O. «The «Knowledge Triangle» Is a Modern Concept for Managing the Development of Education, Science and Innovation. Proceedings of the 35th International Business Information Management Association Conference (IBIMA), 1-2 April 2020, Seville, Spain, P. 5964–5971.

## СУТНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ

**Роман В.,** *магістрант*

*Науковий керівник: к. е. н. Клімова О. І.,  
Університет банківської справи*

Врівноваження інтересів різних груп співробітників стабілізує соціальний стан підприємства. Нівелювання негативних соціальних проявів на всіх ступенях ієрархічної структури підприємства призводить до покращення загальної атмосфери соціальних відносин та позитивно впливає на загальний економічний стан підприємства, що сприяє досягненню його головної мети. У зв'язку з цим, на нашу думку, керівництву підприємств необхідно здійснювати спеціальні заходи із залученням всіх учасників соціально-трудових відносин в процес досягнення головної мети підприємства. В якості таких заходів частіше всього використовують: планування, контроль за кількістю та якістю праці, надання працівникам можливостей для підвищення кваліфікації, а для тих, хто відзначився – службового зростання, участь в прийнятті рішень, різні системи стимулювання, починаючи від збільшення тарифних ставок та завершуючи внутрішньовиробничим соціальним страхуванням, покращення соціальних, виробничих та інших взаємозв'язків в трудових колективах [1].

За своїм змістом ці заходи відображають різні задачі розвитку персоналу, що виникають при управлінні виробничими та соціально-трудовими процесами на підприємстві.

Управління формуванням та розвитком персоналу потребує взаємозв'язку не тільки з цілями діяльності підприємства але і з певними стадіями його життєвого циклу. Саме концепція життєвого циклу підприємства, що висвітлена в роботах І. А. Бланка, А. П. Градова, З. Є. Шершньової та ін., наголошує на тому, що управління підсистемами підприємства потрібно здійснювати у відповідності до стадій життєвого циклу на якій воно знаходиться [2].

Тому, на нашу думку, доцільно виконати аналіз особливостей персоналу підприємства в залежності від стадії його життєвого циклу (табл. 1).



**Співвідношення стадій життєвого циклу підприємства та особливостей  
трудових ресурсів [3]**

<b>Стадія життєвого циклу</b>	<b>Цілі діяльності</b>	<b>Характеристика персоналу</b>
I. Формування (Заявка на ринку товарів/ послуг)	Орієнтація інформування про потреби споживачів та особливості виробництва продукту;	- здатність до прийняття інноваційних рішень; - ініціативність; - схильність до ризику;
II. Інтенсивне зростання (Розмноження систем)	Зростання обсягів та якості виробництва	- стабільність складу персоналу;; - високий рівень організаційної культури; - гнучкість та адаптивність
III. Стабілізація (Закріплення на ринку)	Постійний попит на продукцію підприємства	- прихильність до бізнесу; - відданість компанії
IV. Спад (Припинення нерентабельного виробництва)	Реорганізація та модернізація виробництва	- плинність особового складу - персоналу підприємства
V. Відродження	Зниження обсягів, пошук нового продукту та шляхів оптимізації діяльності	- Гнучкість та адаптивність до змінного середовища функціонування підприємства; - Самовідданість компанії;

Внаслідок вказаних труднощів процес оцінювання персоналу керівниками підприємства нерідко зводиться до ділового оцінювання, що акцентується або на визначенні приналежності працівника до конкретної організаційно-соціальної системи, або на відповідності працівника професійним вимогам.

Основними складовими, що формують систему управління персоналом підприємства, є:

- оплачувана праця найманих працівників по створенню та реалізації товарів (послуг), що реалізуються на ринку;
- створювана оплачуваною працею працівників інтелектуальна власність (технології виробництва, патенти, ліцензії тощо);
- створювана працівниками підприємства, але не оплачувана і, відповідно не відображена в балансі інтелектуальна власність у вигляді бізнес-ідей, а також ділові зв'язки і особистий імідж працівників;

– організаційна культура підприємства – унікальна для кожної організації сукупність формальних і неформальних норм або стандартів поведінки, організаційна структура, система винагород і способів їхнього розподілу, цінності, моделі комунікації тощо.

Вплив суб'єкта на об'єкт в роботі з управління персоналом має відбуватися через планування, організування, мотивування, контролювання, та регулювання роботи персоналу шляхом застосування засобів, методів та інструментів управління.

Отже, основними напрямками вирішення проблеми удосконалення управління персоналом є: пошук методів формування необхідного вікового, статевого та кваліфікаційного складу персоналу підприємства; розвиток та зростання рівня компетентності персоналу під впливом змін зовнішнього середовища, розробка загальної концепції управління формуванням та розвитком персоналу.

#### **Список використаної літератури:**

1. Закон України «Про колективні договори і угоди» від 01.07.1993 р. (остання редакція від 07.05.2008 на підставі 274-17) № 3356-ХІІ URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=3356-12>.

2. Базалійська Н. П. Світовий досвід управління трудовою діяльністю персоналу в країнах з розвиненою ринковою економікою. *Інноваційна економіка*. 2015. № 1 (56). С. 138–142.

3. Амосов О. Ю. Лебедев С. С. Капитализация человеческого капитала предприятия. *Вісник Донецького університету економіки та права*. 2011. № 2. С. 3–7.

## **ПЕРЕДУМОВИ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ТВОРЧИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПРАЦІВНИКІВ ОРГАНІЗАЦІЙ**

**Свидрук І. І., д.е.н., професор,  
Львівський торговельно-економічний університет**

Управління креативністю в організації розглядається на мікро- та

макрорівнях. Мікрорівень – це особистісний рівень, а макроаспекти – методи посилення творчої взаємодії у групі, колективна взаємодія для розв’язання проблем в організації [1]. Під креативністю можна розуміти здатність по-різному використовувати інформацію у швидкому темпі, здібність, що відображає властивість індивіда створювати нові поняття і формувати нові навички. Крім того, креативність передбачає самостійний пошук вирішення задачі, а не тільки розв’язуванням зовнішніх проблем [2]. Це може проявлятися під час делегування повноважень з вищого рівня управління на низовий.

До поняття креативне мислення майже тотожні «продуктивне», «евристичне», «варіативне», «дивергентне». Це – різні аспекти одного й того ж процесу, це компоненти творчого мислення, які мають взаємоперетини, але кожний має і певну специфіку [2]. Межі відокремлення є нечіткими, як це властиво психічним процесам (не можна чітко виділити, де саме працює пам’ять, а де відбувається процес мислення). Отож, ці поняття взаємопов’язані, мають взаємоперетини, але не співпадають: креативність більше пов’язана з уявою, фантазією, натомість дивергентність (англ. *divergence* – відмінність, відхилення) – з логікою, а також з широтою сфери, що може бути охоплена в процесі творчості [3]. Відмінності можна продемонструвати на порівнянні діяльності людського мозку із машинним інтелектом, що здатен виконувати масу складних функцій і допомагає у процесі розробки рішень, проте не в змозі виконати функції творчості та сприйняття.

Удосконалення управління творчим потенціалом передбачає його збільшення, проте попри існування різних методик у науково-технічній творчості або ж при розробці нових ідей в інших сферах діяльності, нині майже не застосовується для вдосконалення управлінських рішень в організаційно-економічній сферах [4]. Це пояснюється в першу чергу більшою складністю об’єктів аналізу порівняно із технічними системами. Крім питання створення творчого колективу та управління ним, важливе значення має вирішення проблем креативного менеджменту для формулювання завдань штучного інтелекту. Актуальність запровадження креативного менеджменту також

обумовлена потребою «розкріпачення» особистості у колективі, адже не секрет, що виховання у школі і сім'ї переважно спрямоване на пригнічення неординарності, оригінальності. Методи креативного менеджменту слугують у боротьбі із заштампованістю, одноманітністю.

Необхідність підвищення як ефективності індивідуальних дій менеджера, так і керування процесом змін вимагає компетентності у таких питаннях, як лідерство, навчання, креативність. Нині почали запроваджуватися когнітивні та поведінкові технології нейролінгвістичного програмування для розвитку особистих і організаційних стратегій навчання, комунікативних навичок і навичок керівництва, які у свою чергу уможливають процес управління інноваціями.

Через діяльність менеджерів координується робота, націлена на зміцнення і краще використання творчого потенціалу, інтелектуальних здібностей. Менеджмент як особливий вид діяльності завжди використовував творчість. По-перше, для розробки рішень (навіть і під час щоденних нарад і засідань), по-друге, в процесі реалізації мотиваційної функції менеджменту для спонуки підлеглих до потрібної поведінки. У зв'язку із все більшим розповсюдженням ексклюзивності у менеджменті можна стверджувати про все більше наближення його до сфери мистецтва. Перехід на якісно новий рівень розвитку менеджменту спричинить руйнування сталих стереотипів і виникнення особливих досі невідомих рис.

Розвиток здібностей завжди був прерогативою навчальної діяльності, а в умовах економічних систем, домінантно побудованих на знаннях, стимулювання розвитку здібностей увійшло і до теорії та практики креативного управління. Менеджмент творчих процесів є синтетичною галуззю знань. Творчість є інтегральним поняттям щодо різноманітних і навіть суперечливих процесів, а менеджмент вимагає, щоби об'єкт управління був чітко окреслений, зрозумілий та конкретний. У цьому полягає дилема креативного менеджменту.

Для активізації інтелектуальної діяльності неабияке значення має різноманітність умінь і навичок, причому рівень такої різноманітності є

індивідуальним для кожного працівника. Робота, що не використовує цінних навичок працівника, зазвичай не викликає потреби у подальшому безперервному навчанні та самовдосконаленні. Якщо робота одноманітна і рутинна, працівник нервується або навпаки замикається і впадає у депресію. На відміну від цього, коли робота вимагає різноманітних дій і передбачає використання різних навичок і талантів, з'являється відчуття «наповненості» життя, з'являються бажання щось покращувати і проявити творчі здібності у трудовій діяльності.

Поняття важливості творчої діяльності пов'язано із системою цінностей виконавця. Робота може бути цікавою і захоплюючою, але працівник залишиться незадоволеними, поки не відчує її важливості і необхідності для організації. Креативний менеджер має інтуїтивно відчувати ступінь впливу виконуваної роботи на статус підприємства, задоволеність клієнтів, думку громадськості.

Вагомим інструментом управління творчістю є демократизація організації та розширення повноважень кваліфікованого персоналу в прийнятті рішень, раціоналізація організації праці та впровадження гнучких режимів роботи, створення інтерактивного навчального середовища, у якому працівники можуть передавати знання і досвід, підтримання відповідного соціально-психологічного клімату у колективі.

Високий рівень менеджменту креативності формує в організації так звану «спіраль знань» – концепцію підвищення і розширення знань, які застосовуються у різних сферах діяльності. У колективі необхідно розвивати інноваційну культуру, тобто пропагувати актуальність раціоналізаторства, важливість такого ставлення до роботи.

#### **Список використаних джерел:**

1. Малихіна О. М. Концептуальні основи управління людським капіталом у процесі розширеного відтворення інвестиційно-інноваційного потенціалу підприємства. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2012. № 10. С. 63–67.
2. Литвиненко С. Креативність як загальна здібність до творчості: сучасні

підходи. *Збірник наукових праць полтавського державного педагогічного університету імені В.Г. Короленка. Серія «Педагогічні науки». Вип. 3 (50).* Полтава, 2006. С. 215–219.

3. Свидрук І. І. Суть креативності та передумови лідерства в креативному менеджменті. *Науковий вісник НЛТУ України: збірник науково-технічних праць Національного лісотехнічного університету України.* Львів: Вид-во НЛУУ, 2013. Вип. 23.11. С.372–379.

4. Свидрук І. І. Управління мотивацією творчого розвитку працівників підприємств. *Науковий вісник НЛТУ України: збірник науково-технічних праць Національного лісотехнічного університету України.* Львів: Вид-во НЛУУ, 2012. Вип. 22.5. С. 395–401.

## **МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ У СФЕРІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я**

**Семко Л. М.,** *магістрант*

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Богашко О. Л.,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Уряди багатьох країн європейського регіону здійснюють постійний аналіз своїх систем охорони здоров'я з оцінкою прийнятності сучасних підходів до фінансування організації та надання медичної допомоги. Між тим, модернізація системи охорони здоров'я вже за своїм змістом є як нормотворчим, економічним, так й організаційним видом діяльності. Заходи щодо перетворення системи охорони здоров'я оцінюють не тільки за короткостроковою економією державних бюджетних коштів, але й за їх здатністю поліпшити здоров'я всього населення. Ці нормативні підходи однаково важливі як для реформування системи охорони здоров'я України, так і для закордонних країн.

Процеси трансформаційних змін національних систем охорони здоров'я у європейських країнах, здебільшого стосуються організаційного, нормативного, економічного аспектів діяльності. Здійснювана переоцінка наявних механізмів

управління національними системами охорони здоров'я стосується переважно питань фінансування, економічного регулювання, нормативного ставлення до питань якості надаваних послуг та інших аспектів діяльності. Усе це задля досягання найкращої ефективності та результативності в боротьбі за громадське здоров'я, з дотриманням етичних імперативів [1; 2].

Різні країни це здійснюють по-різному. При цьому спільним є врахування демографічних, соціально-економічних, національних традицій, медико-організаційних, територіальних та інших особливостей.

Наявний досвід європейських країн констатує, що цей процес наполягає не на фрагментарних, а системних змінах, які зачіпають основу побудови і взаємозв'язків між суб'єктами галузі охорони здоров'я. Для фактичного впровадження реформ необхідні бажання змін у галузі або політична воля держави, осмислення та сприяння суспільства, чітка впевненість у майбутній моделі системи охорони здоров'я, наявність професійної команди, яка вміє реалізувати намічені дії [5; 6].

Хоча концепція медичного обслуговування, як товару, обговорювалася в деяких високих політичних колах європейських держав, вона не була прийнята за основу для розроблення політики в жодній країні. Система охорони здоров'я складається з елементів, які взаємодіють між собою таким чином, що їх сукупність являє собою щось більше, ніж їх сума. Взаємодія елементів впливає на досягнення цілей охорони здоров'я, хоча в різних країнах пріоритети можуть бути різними, по суті, більшість цих цілей схожі.

У розвинутих країнах склалася практика, коли обсяг на певну модель покладається відповідальність за основний об'єм споживання ресурсів охорони здоров'я для надання медичних послуг. У країнах із середнім рівнем доходу системи охорони здоров'я поєднуються декілька типів моделей. Проте, кожна з держав вносить системні зміни у розвиток своєї медичної системи.

Незважаючи на різні системні зміни в організації сфери охорони здоров'я населення, виділяємо деякі параметри, що відображають ідентичність розвитку, властиву різним країнам. З-поміж них відокремлюємо: відносини власності;

способи отримання ресурсів (фінансування); механізми стимулювання виробників медичних послуг та споживачів (населення); форми й методи контролю обсягу і якості медичної допомоги [3].

Треба зауважити, що найбільш поширеним є розподіл держав за трьома групами охорони здоров'я, причому переважно в них є: державна (національна) система, страхова медицина; приватна (ринкова) система.

Кожна із зазначених систем, поширюваних у певних державах, передбачає певне вдосконалення або реформування охорони здоров'я, відповідно виділяємо такі напрямки:

- зменшення адміністративних витрат на систему управління медичною системою;
- децентралізація;
- зниження ціни на медичні послуги;
- задоволення запитів споживачів (поліпшення якості);
- соціальна спрямованість (доступність) [6].

Насамперед на особливу увагу заслуговують поняття доступності та якості медичної допомоги. У системі міжнародного менеджменту якості відповідно до вимог стандартів ISO 9001: 2015/ДСТУ ISO 9001:2015, якість медичної допомоги визначається як, сукупність характеристик, що підтверджують відповідність наданої медичної допомоги наявним потребам пацієнта, його очікуванням, сучасному рівню розвитку медичної науки і технології [3].

Щорічні дослідження ВООЗ з оцінки стану здоров'я населення, породжують нові актуальні проблеми перед державами світу, які треба вирішувати. До них можна зарахувати: поява нових захворювань та швидке поширення їх унаслідок зростання мобільності, старіння населення, проблеми фінансування в умовах обмежених ресурсів і зростання вартості послуг, підвищені вимоги до доступності та якості медичної допомоги [4].

Проте, є й позитивні сторони: збільшення середньої тривалості життя, подолання інфекційних захворювань, поява генної медицини, створення нових



поколінь ліків, розвиток сучасних медичних технологій, високий професіоналізм медичних працівників. Щодо темпів зростання витрат на системи охорони здоров'я різних країн, то вони випереджають темпи ВВП цих держав [4].

Сьогодні безперечним, на думку багатьох експертів, є те, що для збереження значних і стійких темпів розвитку СОЗ, досягнення стратегічних цілей країни неможливе без зацікавленого партнерства держави з приватним сектором. Програми, які орієнтуються на використання бюджетних коштів, не дозволяють міністерствам і відомствам здійснювати масштабні, стратегічні проекти. Водночас зростання ваги, усе більше значення соціальної інфраструктури, відповідальності держави за її розвиток за умов недостатності фінансових можливостей зумовлюють необхідність оновлення і вдосконалення інвестиційного інструментарію з метою підвищення ефективності витрат і більш повного задоволення потреб суспільства. Перспективним у цьому напрямку є об'єднання приватних ресурсів і дій держави на основі принципів партнерства.

Отже, управління сферою охорони здоров'я України у межах існуючої парадигми (прийняття державно-управлінських рішень) у період системних змін на забезпечує вибір альтернатив моделі управлінських рішень, з якої у певний час здійснюється кращий вибір механізму, за думкою суб'єкта, куди вкладається інформація якою він володіє. Тому, з урахуванням цілеспрямованості поведінки учасників організаційної системи, їх функції, завдання, дії повинні описуватися у рамках певних моделей прийняття державно-управлінських рішень для поліпшення керування медичними організаціями.

#### **Список використаних джерел:**

1. Богашко О. Л. Перспективи впровадження принципів розумної спеціалізації Європейського Союзу в українську практику державного регулювання інноваційного розвитку. *Економічні горизонти*. 2018. № 3 (6). С. 4–17.

2. Богашко О. Л. Зарубіжний досвід управління інноваційним розвитком. *Сучасна стратегія підприємницької діяльності в контексті проблем інтеграції та інформатизації*. Збірник матеріалів сімнадцятої Всеукраїнської науково-практичної конференції. Умань, 19 березня 2015 р. / Редкол. В. М. Дякон (голова) та ін. м. Вінниця : ПП «ТД Едельвейс і К», 2015. С. 8–13.
3. НВП Поінт. URL: <http://nvppoint.com/uk/opublikovaniy-standart-iso-45001-2018-na-sistemi-menedzhmentu-ohoroni-zdorovya-ta-bezpeki-pratsi/>.
4. Ярош Н. П., Лупей-Ткач С. І. Сучасний стан, проблеми стандартизації медичної допомоги та шляхи їх вирішення в умовах реформування системи охорони здоров'я України. *Україна. Здоров'я нації*. 2012. №1 (21). С. 95–100.
5. Bohashko O. «The «Knowledge Triangle» Is a Modern Concept for Managing the Development of Education, Science and Innovation. Proceedings of the 35th International Business Information Management Association Conference (IBIMA), 1-2 April 2020, Seville, Spain, P. 5964–5971.
6. The role of WHO in public health / World health organization. URL: <http://www.who.int/about/role/en/>.

## **ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ АУТСТАФІНГУ ЯК СУЧАСНОЇ ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТРУДОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

**Соловйов В. І., студент**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Пачева Н. О.,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Перед будь-якою компанією постає завдання якомога ефективнішого використання наявних обмежених ресурсів, для цього вона вдається до пошуку нових форм організації виробництва та використання трудових ресурсів. Все більше компаній відкривають для себе таку форму віддаленої зайнятості як аутстафінг.

Аутстафінг – це такий вид віддаленої зайнятості, при якому компанія наймає на роботу персонал не безпосередньо, а через спеціальну компанію-провайдера. Як зазначає Пачева Н. О., призначення цієї послуги поширюється в галузі кадрового адміністрування з виведення персоналу за штат компанії-

замовника та оформлення його в штат компанії-провайдера. Тобто, роботодавець наймає спеціаліста у певній сфері, який фактично працюватиме на території його «клієнта», тобто замовника [1].

Необхідність використання аутстафінга може бути зумовлена такими факторами, як:

- обмеження законодавством, статутним договором або вищою організацією обмеження чисельності працівників;
- прагнення зберегти статус малого підприємства або його отримати з подальшими фінансовими та податковими перевагами;
- необхідність знизити ризики, які пов'язані з працевлаштуванням осіб, що не мають постійної реєстрації у даній місцевості;
- прагнення отримати вищий статус у спеціалізованих рейтингах та підвищити інвестиційну привабливість підприємства завдяки поліпшенню показників, що розраховуються на одного працівника, зокрема таких як прибуток або продажі, які характеризують імідж підприємства [2].

Ретельно підготовлений і правильно проведений аутстафінг може дати компанії цілий ряд переваг:

- зменшення навантаження на кадрову службу організації;
- зниження витрат на управління трудовими ресурсами;
- оптимізація витрат пов'язаних зі сплатою податків.

Домбровська Г. П. і Геращенко І. О. визначають низку завдань, які допомагає вирішити аутстафінг:

- регулювати чисельність працівників, не виходячи за рамки офіційного штатного розкладу;
- знизити витрати на роботу з персоналом при створенні філіальної мережі або представництв, специфіка діяльності яких (наприклад, неповне завантаження співробітників) часто не дозволяє ефективно використовувати працю кваліфікованих фахівців;

– реалізовувати тимчасову потребу компанії у висококваліфікованих фахівцях або в працівниках з рідкісною спеціальністю при виконанні коротко термінових і середньострокових проектів для зовнішнього замовника;

– знайти заміну працівникам підприємства, наприклад, на період відпусток або свят [3].

Однак, ця форма зайнятості має певні недоліки. Одним із недоліків аутстафінгу можна вважати слабку мотивацію працівника в результатах трудової діяльності, адже наймані працівники, що виведені за штат організації, дуже часто не відчують себе командними гравцями через відірваність від основного колективу. Також вагомим недоліком цього виду працевлаштування є ймовірність витоків конфіденційної інформації за межі компанії.

Аутстафінг є доволі новим видом працевлаштування, як наслідок далеко не всі люди, що шукають роботу, достатньо обізнані про особливості його здійснення. Пропозиція оформитись на роботу через іншу компанію, яка фактично не працює, дуже насторожує працівників. Ще одна причина, з якої багато працівників відмовляються ставати аутстаферами, – це відсутність у компанії-провайдера, в якій вони формально будуть оформлені в штат, відомого імені, бренду, суспільного іміджу [1]. Можна віднести до недоліків й відсутність належного законодавчого врегулювання цієї форми трудових відносин.

Отже, аутстафінг є прогресивною формою працевлаштування, що починає активно використовуватися українськими компаніями, і, як і будь-яке інше явище воно має свої переваги та недоліки. Використання послуг аутстафінгу компанією надає їй очевидні переваги, які явно є більш вагомими, аніж недоліки. Варто розглядати можливість використання схеми підбору персоналу через аутстафінг для мінімізації юридичних і податкових ризиків, які пов'язані з наймом працівників за трудовим договором, цим самим знижуючи витрати та заощаджуючи час на кадровий та бухгалтерський супровід трудових відносин. Аутстафінг є зручним способом залучення кваліфікованих фахівців та оптимізації податків.

### Список використаних джерел:

1. Пачева Н. О. Аутстафінг як нова форма використання персоналу. *Стратегические направления социально-экономического и финансового развития национальной экономики* : сб. тез. докл. III Междунар. Науч.-практ. конф., 1-2 октября 2020 г. Минск : Институт бизнеса БГУ, 2020. С. 122–124.
2. Ачкасова О. В. Організаційні та правові аспекти здійснення аутстафінгу в Україні. *Проблеми економіки*. 2014. № 2. С. 95-99. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Рekon\\_2014\\_2\\_14](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Рekon_2014_2_14).
3. Домбровська Г. П., Геращенко І. О. Аутстафінг – інструмент в управлінні персоналом. *Вестник Нац. техн. ун-та "ХПИ"* : сб. науч. тр. Темат. вып. : Технический прогресс и эффективность производства. Харьков : НТУ "ХПИ", 2010. № 62. С. 3–9.

## РОЗВИТОК СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

**Тараканова І. С.**, магістрантка  
*Науковий керівник: к. т. н., доцент Мироненко М. А.,  
Національна металургійна академія України*

Дніпропетровщина була і залишається промисловим серцем України. Безпосередньо у місті Дніпро розташовані декілька металургійних підприємств, про одне з яких і піде далі мова.

Нинішнє ТОВ «ДМЗ Комінмет» було утворене на базі заводу, побудованого в 1899 році бельгійським акціонерним товариством братів Шодуар для виробництва покрівельного, хвильового прокату, посудної та лопатної сталі [1]. На сьогоднішній день підприємство оснащено сучасним автоматизованим та механізованим технологічним обладнанням для виробництва електрозварних труб, лініями гарячого оцинкування та свинцювання, обладнанням для виробництва товарів народного споживання, профілезгинальним станом (рис. 1).

Нині ТОВ «ДМЗ Комінмет» спеціалізується на виробництві [1]:

- труб сталевих електрозварних чорних і оцинкованих круглого і профільного перетину для будівельної галузі та комунального господарства;
- освинцьованого листа і рулону для автомобільної промисловості;
- виробів для посуду, сталевих оцинкованих і сталевих лопат;
- профілів сталевих гнутих спеціальних для вагонобудування.

А також затребуваними на ринку є надання послуг з оцинкування металоконструкцій і розпуску рулонної сталі.

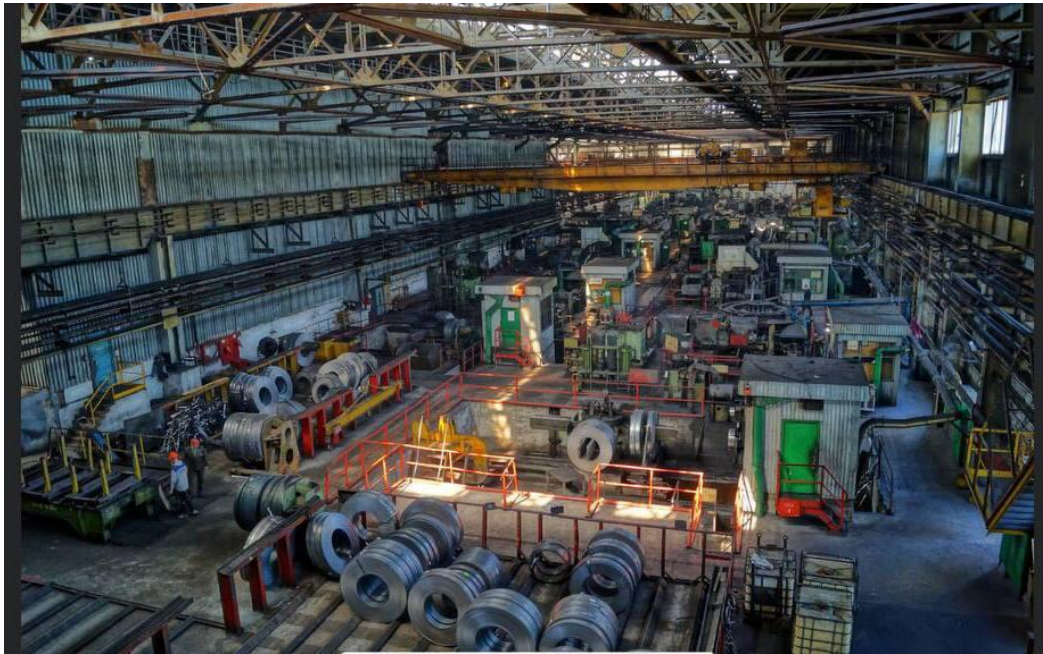


Рис. 1. В одному з цехів ТОВ «ДМЗ Комінмет»

Трубоелектрозварювальне виробництво має у своєму складі агрегати поздовжнього розпуску рулонної сталі товщиною від 1,0 до 12,7 мм, три трубопрофілеелектрозварювальних агрегати та допоміжне обладнання – лінії торцювання, маркування, гідровипробувань. Основною діяльністю є виробництво та відвантаження круглих труб розмірами  $\text{Ø}17\text{-}244$  мм, квадратних  $15\times 15 - 200\times 200$  мм, труб прямокутного перетину  $20\times 30 - 200\times 160$  мм і овальних труб  $120\times 60$  мм.

Цех кольорових покриттів і товарів народного споживання має в своєму складі агрегати поздовжнього та поперечного різання рулонної сталі, напівнеперервний агрегат свинцювання металу, лінію гарячого цинкування

труб і металоконструкцій, лінії з виробництва оцинкованого посуду та сталевих лопат.

На напівнеперервному агрегаті свинцювання металу гарячим способом виготовляється тонколистовий освинцьований прокат у рулонах товщиною від 0,5 до 2,0 мм і шириною від 100 до 1080 мм включно.

Оцинкування труб здійснюється за сортаментом підприємства з максимальною довжиною до 8,1 метра. Оцинкування металоконструкцій – шириною до 1 м, висотою до 2 м, довжиною до 8,5 метрів і масою однієї одиниці не більше 2 тонн.

На лініях з виробництва оцинкованого посуду та лопат випускаються таз круглий, бак, відра оцинковані та лопати сталеві, призначені для будівельних, садово-городніх, вантажно-розвантажувальних робіт у широкому асортименті.

Висока якість продукції забезпечується:

- внутрішнім технічним і виробничим контролем, лабораторними випробуваннями;

- діючою системою менеджменту якості, яка щорічно підтверджується європейським сертифікаційним органом TÜV Thüringen Ukraine на відповідність вимогам міжнародного стандарту ISO 9001;

- модернізацією і переозброєнням обладнання;

- впровадженням елементів системи ощадливого виробництва;

- постійним розвитком і навчанням персоналу.

Продукція, що випускається металургійним підприємством відповідає вимогам споживачів, національним і міжнародним стандартам і експортується в країни Європи, Африки, Америки, ближнього зарубіжжя.

Експортна трубна продукція перевіряється європейськими сертифікаційними органами – TÜV Thüringene.V., Німеччина і «ZETOM Katowice», Польща, відповідність якої підтверджується сертифікатами, деклараціями [1].

Трубна продукція, що поставляється в усі регіони України, сертифікується національним органом по сертифікації – ДП «Рівненський науково-виробничий центр стандартизації, метрології та сертифікації».

Концепція ощадливого виробництва в умовах ТОВ «ДМЗ Комінмет» почала активно запроваджуватися три роки тому після навчання персоналу підприємства, що було проведено фахівцями ДП «Науково-дослідний та конструкторсько-технологічний інститут трубної промисловості» (ДП «НДТІ») згідно договору про надання консультаційних послуг. Причому навчанням було охоплено керівників структурних підрозділів заводу вищої та середньої ланки управління у відповідності до рекомендацій провідних вчених-практиків як от Таїчі Оно та Джеффри Лайкер, а також сучасних вітчизняних популяризаторів концепції ощадливого виробництва [2 - 5]. Саме від їхньої активності, на думку цих фахівців, у подальшому залежить ефективність запровадження тих чи інших інструментів концепції ощадливого виробництва на підприємстві.

В даний час я працюю на ТОВ «ДМЗ Комінмет» у відділі виробничо-технічного контролю та аудиту, інженером I-ї категорії (рис. 2).



Рис. 2. Фото робочого місця інженера I-ї категорії відділу виробничо-технічного контролю та аудиту ТОВ «ДМЗ Комінмет»



У мої обов'язки входить:

- 1) організація обліку металу, контролю витрат товарно-матеріальних цінностей підприємства;
- 2) ведення по підприємству систематичної звітності;
- 3) розробка, спільно з цехами, норм витрат на виробництво;
- 4) контроль розстановки виробничого та обслуговуючого персоналу;
- 5) аналіз норм витрат основних і допоміжних матеріалів на виробництво продукції;
- 6) організація та забезпечення технічного контролю якості продукції;
- 7) забезпечення і організація претензійної роботи з постачальниками продукції, сировини;
- 8) організація і використання робіт зі стандартизації.

Знання, отримані мною в Національній металургійній академії України (НМетАУ) допомагають у щоденній роботі. Наприклад, інструменти концепції ощадливого виробництва на тепер застосовуються на підприємстві ТОВ «ДМЗ Комінмет» [4, 5]. Те, що нині навчання у НМетАУ відбувається за змішаною формою, дозволяє мені поєднувати останнє з роботою на підприємстві з максимальною ефективністю використання часу: спілкування з викладачами академії відбувається дистанційно у той час, як я маю змогу виконувати службові обов'язки у відділі виробничо-технічного контролю та аудиту заводу.

Сподіваюсь, що і після закінчення навчання у НМетАУ контакти з її викладачами збережуться, а набуті знання будуть мною застосовані у подальшій роботі на підприємстві. Адже лише поєднання практичного досвіду з теоретичними дослідженнями в галузі управління здатне забезпечити синергію розвитку як окремого підприємства, так і економіки держави в цілому.

#### **Список використаних джерел:**

1. Офіційний сайт ТОВ «ДМЗ Комінмет». URL: [https://dmzkominmet.com.ua/?page\\_id=271&lang=uk](https://dmzkominmet.com.ua/?page_id=271&lang=uk) (дата звернення: 08.10.2021).

2. Оно Т. Производственная система Тойоты. Уходя от массового производства / пер. с англ. А. Грязновой, А. Тягловой.; 4-е изд. Москва : Институт комплексных стратегических исследований, 2012. 208 с.

3. Лайкер Дж., Майер Д. Талантливые сотрудники: Воспитание и обучение людей в духе дао Toyota / пер. с англ. Т. Гутман. Москва : Альпина Бизнес Букс, 2008. 294 с.

4. Мироненко М.А. Менеджмент ощадливого виробництва : навчальний посібник; 3-тє вид., виправлене. Дніпропетровськ: Пороги, 2015. 512 с.

5. Мироненко Н., Ковнир Е. Теория и практика применения концепций Lean Production и Lean Six Sigma в Украине : монография. Дніпро : ЛІРА, 2020. 236 с.

## **ВПЛИВ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ**

**Шиманський М. М., студент**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Пачева Н. О.,*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Як відомо на сьогоднішній день, мотивація в сфері менеджменту відіграє важливу роль для забезпечення продуктивної та ефективної діяльності на підприємствах та організаціях. Будь-яке високоприбуткове підприємство приділяє значну увагу питанням мотивації персоналу, та ефективності розподілення продуктивності працівників, беручи до уваги їх фізичні та психологічні схильності. Персонал без якісно підготовленого мотиваційного плану зі сторони керівника, не зможе досконало, та результативно використати свої фізичні й ментальні здібності, для плідної й ефективної праці в організації.

Більшість організацій для підвищення мотиваційного рівня своїх працівників, використовують різні методи, найпопулярніші з них:

1. Нагородження кожного працівника, за внесок в сукупну працю індивідуально. Це дає змогу працівникові відчувати значимість своєї праці, і

таким чином, є стимулом для подальшого вдосконалення своїх навичок та спроб побити свої рекорди, щодо кількості виконаної роботи.

2. Зацікавити персонал в тому, що чим більше праці вони виконають, то тим більше винагород вони отримають. Але тут головне не зводити систему винагороди виключно в матеріальний (грошовий) еквівалент, інакше все перетвориться в цинічні гонки, і бажаний результат мотивації персоналу втратить свій початковий сенс.

3. Заохочення працівників в комунікацій. Інакше кажучи підтримка між персоналом один одного, створення своєї «культури» в тому сенсі, що навіть маленька перемога має значення і позитивно впливає на командний дух в колективі [1].

Менеджмент як мотиваційна функція має призначення забезпечувати якісне виконання своїх обов'язків всіма членами організації. Сама по собі, функція мотивації має спільні характеристики з іншими функціями управління виробництвом, такими як: плануванням, організацією, контролем.

При складанні плану, головне зобов'язання керівника, це скласти такий план, який приведе організацію до виконання поставленої мети. Взагалі, для уникнення пасивності працівників, і низько ефективного результату праці, має застосовуватися мотиваційний менеджмент.

Для ефективної мотивації персоналу чудовим засобом є позитивна оцінка зі сторони керівництва, що стимулює працівників до ще більш старанного виконання обов'язків, які на них покладені. Дуже складно досягти високої продуктивності в організації без взаємної довіри серед персоналу. Якщо в працівників немає спільної мети та засобів, щодо досягнення результатів для організації, то вийде так, що праця серед персоналу не буде ефективною, через брак командного духу, тому що кожен буде сам по собі, і вважатиме будь-які досягнення колег причиною своїх поразок [2].

Говорячи про мотивацію в цілому, її доречно поділити на два види:

1. Внутрішня мотивація, вона пов'язана з причинами, які працівник створює для себе сам, наприклад страх бути звільненим з робочого місця через

неефективне використання своїх фізичних та психологічних ресурсів в робочий час.

2. Зовнішня мотивація має важелі із зовнішнього середовища, це може бути підвищення оплати праці та відпустка.

Якщо керівникові вдасться дізнатися, що слугує мотиваційним важелем для конкретного працівника (зовнішня чи внутрішня мотивація), то тоді керівник отримає важливий інструмент впливу на мотивацію персоналу. Змінивши ставлення працівників до праці, керівник може набагато підвищити ефективність вироблення продукції витрачаючи при цьому не більше ресурсів, як людських так і матеріальних, ніж раніше [1].

Основні заходи щодо розроблення механізму забезпечення ефективного управління персоналом, які включають вибір складових елементів механізму, виявлення їх взаємодії та взаємообумовленості; надання мотивації високопродуктивної праці головного пріоритету в підвищенні результативності персоналу; постійний контроль та моніторинг показників ефективного використання персоналу в управлінні підприємством [3]. Для підвищення ефективності діяльності організації варто мотивувати персонал як морально, так і матеріально.

Отже, необхідність мотивації персоналу для підвищення ефективності діяльності організації досягається декількома шляхами, які було розглянуто вище, вони повністю залежить від правильного ставлення керівника до своїх підлеглих. Важливо враховувати характер, схильності та навички кожного працівника окремо, маючи таким чином змогу власноруч задати мотиваційні засоби, для того, щоб персонал працюючи над завданням організації відчував значимість своєї роботи, та осмислював те, що їх внесок буде позитивно схвалений колегами та керівником, в залежності від того, скільки зусиль було вкладено в працю. Амбітність працівників є результатом правильної мотивації, що є необхідним на сьогоднішній час, для продуктивної діяльності, будь-якої організації.

### Список використаних джерел:

1. Олійник Т. Г. Мотивація як спосіб підвищення продуктивності праці на аграрних підприємствах: веб-сайт. URL: [http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/3\\_2018/52.pdf](http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/3_2018/52.pdf).

2. Пачева Н. О. Місце мотиваційного менеджменту в діяльності організації. *Сучасні проблеми і перспективи економічної динаміки* : матеріали VII Всеукр. наук.-практ. Інтернет-конф. Молодих вчених та студентів, 19-20 листопада 2020 р. Умань : ВПЦ «Візаві», 2020. С. 254–257.

3. Бовкун О. А., Пачева Н. О. Розробка механізму забезпечення ефективного використання сучасних форм і методів роботи з персоналом. *Бізнес-навігатор*. 2018. № 6 (49). С. 57–60.

## ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ФАКТОР ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

**Шовкова А. А.**, студентка  
*Науковий керівник: к. е. н., доцент Радіонова О. М.,  
Харківський національний університет  
міського господарства імені О.М. Бекетова*

Івент-менеджмент та готельний бізнес тісно пов'язані між собою. Їх безпосереднє поєднання відбувається під час організації спеціалізованих івент-заходів. Існує великий перелік форматів заходів, які може проводити готель: конференції, прес-конференції, семінари, круглі столи, презентації, прийоми, конкурси, майстер-класи, приватні свята, ділові сніданки, виставки, тощо, в яких залучено велику кількість учасників.

Івент-менеджмент – це комплексна організація заходів, спрямована на емоційний контакт з аудиторією, який встановлюється під час заходу. Це дає універсальну можливість вплинути на цільову аудиторію тонше й ефективніше.

В сучасних умовах івент-менеджмент є одним з найбільш ефективних й низькобюджетних інструментів просування готелю. Це вдала можливість зібрати цікаву для закладу аудиторію і донести до неї повне і правильне розуміння про продукт підприємства. Крім того, івент-менеджмент підвищує

лояльність постійних партнерів і клієнтів. В рамках івент-заходів можна просувати бренд готелю в цілому і його окремі послуги (продукти).

Існує два основних підходи до організації заходу у готелі. Перший передбачає ситуацію, коли готель бере видаткову частину повністю на себе. Другий варіант – коли витрати на захід діляться з партнерами та спонсорами. Внесок готельного підприємства може обмежуватися тільки наданням майданчику для події. Також можна розглядати просування готелю і його послуг шляхом проведення партнерських івент-заходів з умовою їх повної оплати. Таким чином, не витративши на організацію події жодних коштів, можна отримати цікаву цільову аудиторію.

Організація будь-якого івенту планується з певною метою, яка обов'язково повинна враховуватися на етапі планування заходу. Крім цілей важливою є інформація стосовно кількості учасників, їх вікової категорії, відсоткове співвідношення чоловіків та жінок, що необхідно враховувати під час вибору артистів, музики, тематики заходу, інтерактивних розваг тощо.

На сьогоднішній день просування івент-менеджменту є одним з найважливіших процесів інноваційного розвитку та життєдіяльності готелю. Готель повинен весь час пропонувати себе. Івент – це сучасний інструмент для розвитку готелю, підвищення його популярності серед мешканців країни, міста і туристів, а також запорука успішного просування готелю у якості івент-платформи. Ринок готелів з впровадженням івент-технологій в Україні має величезний потенціал, тому що він ще далекий від насичення.

Зараз на ринку існує декілька готелів, що надають послуги івент-менеджменту або мають в структурі управління певні його елементи. Серед них: п'ятизірковий готель в центрі столиці – «Fairmont Grand Hotel Kyiv», п'ятизірковий заміський клуб «Grand Admiral Resort & SPA» (м. Ірпінь, Київська обл.), заміський готельно-ресторанний комплекс «Sobi Club» (с. Хотянівка, Київська обл.), заміський комплекс «Трипільське Сонце» (с. Підгірці, Київська обл.), заміський готельно-ресторанний комплекс «Verholu Relax Park» (с. Соснівка, Полтавська обл.) та інші. Кожен з цих закладів

пропонує певні умови проведення івент-заходів, безліч пропозицій та додаткових послуг, що стосуються того чи іншого формату заходу. Проте поєднавши сильні сторони багатьох з них можна створити новий формат готельного підприємства, який мав би окремих підрозділ з впровадження івент-менеджменту.

Отже, івент-менеджмент має великі перспективи розвитку в готельній індустрії України. Він є одним із найважливіших процесів життєдіяльності сучасного готелю. Івент-менеджмент є нетрадиційним інструментом підвищення конкурентоспроможності готелю, що спрямований на отримання не одноразового ефекту, а на формування іміджу готельного підприємства внаслідок його впливу на суспільні інтереси та потреби. Кожне готельне підприємство в рамках системи івент-менеджменту зможе знайти свою ланку для розвитку, роботи та відпочинку, що беззаперечно несе позитивний внесок у соціальний та економічний розвиток України.

#### **Список використаних джерел:**

1. Алексунін В. А., Дубаневич Е. В., Скляр Е. Н. Менеджментові комунікації. Практикум. М.: Дашков и К, 2018. 196 с.
2. Володіна М. Р. Event-менеджмент в сфері організації заходів. *Молодий вчений*. 2019. №5. С. 103–106.
3. Напалкова А. А. Менеджментові дослідження на ринку eventпослуг. *Event-менеджмент*. 2014. № 3. С. 210–226.

## СЕКЦІЯ 7

### СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА, ТОРГІВЛІ ТА БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

#### ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЙНО- ЕКОНОМІЧНИХ МЕТОДІВ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

*Бовкун О. А., к. е. н., доцент,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Конкуренція є невід'ємною частиною ринкової економіки. Основною характеристикою господарюючого суб'єкта з точки зору конкурентної боротьби є його конкурентоспроможність. В умовах ринкової економіки для будь-якого підприємства вкрай важливою є проблема підтримки та підвищення його конкурентоспроможності. Особливо важливою ця тема стає в сучасних умовах, коли зростає конкуренція з боку вітчизняних та іноземних компаній, що становить під загрозу банкрутства безліч підприємств бізнесу.

Управління конкурентоспроможністю сучасного підприємства отримало особливу значимість з огляду на появу нових ідей для розвитку бізнесу, нових запитів з боку споживачів, розвитку сучасних інформаційних технологій. Власники підприємств, які бажають зробити зі свого бізнесу відомий бренд, дістати більшу частку споживачів, починають пошук тих унікальних характеристик, розвиток яких приведе до успіху. Кожне підприємство унікальне, і процес вироблення конкурентної стратегії для кожного підприємства унікальний, тому що він залежить від позиції підприємства на ринку, динаміки його розвитку, його потенціалу, поведінки конкурентів, характеристик виробленого ним товару і послуг, стану економіки, культурного середовища.

На основі аналізу наукової літератури запропоновано конкурентоспроможність підприємства розуміти як комплексну характеристику рівня його розвитку, що виражає здатність порівняно з конкурентами



підтримувати і розширювати ринкову частку за рахунок оперативного реагування на зміни зовнішнього середовища та використання існуючих і потенційних конкурентних переваг, які характеризують ключові сфери діяльності підприємства та формуються в результаті ефективного використання природних, фінансових, матеріальних, кадрових й інформаційних ресурсів [1].

Оскільки конкурентні переваги (ключові фактори успіху) забезпечують конкурентоспроможність підприємства та зумовлюють його конкурентну позицію, дослідження процесів їх формування та розвитку посідає вагомe місце в конкурентному менеджменті.

Стратегія конкурентоспроможності концентрується на діях і підходах, які пов'язані з управлінням, спрямованим на встановлення і зміцнення довгострокової конкурентоспроможної позиції підприємства на ринку в одній специфічній сфері підприємництва.

Отже, стратегія конкуренції підприємства являє собою план заходів щодо отримання високого прибутку в порівнянні з конкурентами. Ефективна стратегія конкуренції дозволяє підвищити привабливість підприємства для споживачів, знизити витрати на залучення і утримання клієнтів, отримувати більш високу норму рентабельності від продажу.

Підприємство повинно розробити конкурентну стратегію, за допомогою якої воно зможе отримати конкурентну перевагу, запропонувавши послуги вищої споживчої цінності.

Всі перераховані види стратегій взаємопов'язані, найважливішою умовою успішного функціонування підприємств на ринку є обґрунтування і реалізація стратегій на кожному рівні управління. В умовах зростання конкуренції практичний інтерес з боку підприємств до стратегій конкурентоспроможності посилюється, тому проблеми, пов'язані з розробкою і реалізацією стратегій конкурентоспроможності, є актуальними. Управління конкурентною поведінкою підприємства базується на розробці та ефективній реалізації зваженої, обґрунтованої стратегії конкурентоспроможності, яка передбачає забезпечення конкурентних переваг на тривалий період (5 – 10 років).

При визначенні змісту управління конкурентоспроможністю підприємства доцільно наголосити на таких аспектах:

– по-перше, управління конкурентоспроможністю підприємства є напрямом менеджменту, відмінність якого полягає у специфічному об'єкті впливу, яким у даному випадку виступають конкурентні переваги підприємства. Відповідний аспект найкраще розкрито у трактуванні В. А. Павлова [62], згідно з яким управління конкурентоспроможністю підприємства є напрямом менеджменту, націленим на формування, розвиток і реалізацію конкурентних переваг і забезпечення життєдіяльності цього суб'єкта економічної діяльності;

– по-друге, управління конкурентоспроможністю слід розглядати як складний процес, який здійснюється на постійній основі та передбачає визначення, врахування та/або цілеспрямований вплив на фактори, які на неї впливають та формують.

Синтез обох окреслених специфічних рис управління конкурентоспроможністю підприємства дозволяє уточнити відповідне поняття і трактувати його як сукупність динамічних процесів формування конкурентних переваг та їх розвитку, які реалізуються з урахуванням зовнішніх факторів впливу на конкурентоспроможність підприємства та його діяльність загалом [2].

Отже, сучасні підприємства діють в умовах ринкового маркетингового середовища. Складовою частиною є мікросередовище, одним з його елементів виступає конкуренція [3]. Вона є однією з важливих рушійних сил економіки. Конкурентна боротьба повинна стимулювати підвищення різноманітності товарів і їхньої якості, впровадження інновацій, просування на нові ринки.

#### **Список використаних джерел:**

1. Саенко М. Г. Стратегія підприємства: підручник. Тернопіль : Економічна думка. 2006. 390 с.

2. Сафронська І. М., Ярмак М. Р. Оцінювання конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства із використанням збалансованої системи показників. *The scientific method*. 2017. № 5 (5). Vol. 1. С. 77–84.

3. Скудар Г. М. Стратегія піднесення конкурентоспроможності підприємства, проблеми і складові успіху. *Економіка України*. 2008. № 6. С. 98–116.

## РИНОК СТАРТАПІВ В УКРАЇНІ

**Винокуров В. Д., студент**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Янковська В. А.,  
Харківський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»*

В сучасному світі підприємництва кожен прагне створити успішний та бізнес, який швидко зростає. Але передусім варто створити свій стартап.

Отже, стартап це процес виходу на ринок новоствореного підприємства з інноваційним проектом, зазвичай, у короткотривалий термін і з мінімальними капіталовкладеннями [1].

Стартап – це поняття, яке говорить нам про те, що компанія тільки почала свою історію або взагалі тільки знаходиться на етапі запуску. Взагалі, це молода компанія, яка швидко розвивається та в основі якої зазвичай лежить бізнес-ідея та інноваційні технології.

Україна не веде офіційного обліку стартапів, але за підрахунками різних фахівців цієї сфери, ринок українських стартапів щорічно поповнюється на 300-500 стартапів. Загальна кількість новітніх бізнес-стартапів, які перебувають на ринку та не зазнали краху коливається в межах 900, в тому числі 150 – це вагомні проекти, проте з них тільки 20-40 проектів виживають та постійно вдосконалюються [2].

За результатами 2020 року не дивлячись на пандемію, карантинні обмеження та інші потрясіння, українські стартапи продовжували залучати нових інвесторів. Отже, виходячи з низки вивчених матеріалів можна виділити значніші інвестиції в українські стартапи та компанії за 2020 рік (табл. 1) [3].

## Рейтинг інвестицій в українські стартапи та компанії за 2020 рік

№ з/п	Назва проекту	Сума інвестицій
1.	<b>Revolut</b> – фінтех-проект, що позиціонує себе як банк без відділень, де всі операції виконуються через додаток на смартфоні.	\$ 580 млн.
2.	<b>Very Good Security</b> , стартап, який спеціалізується на кібербезпеці та комплаенсі	\$ 60 млн.
3.	<b>Restream</b> – сервіс, який дозволяє стримеру одночасно транслювати своє відео на 30 платформ зі списку інтеграцій сервісу	\$ 50 млн.
4.	<b>Mobalytics</b> – онлайн-тренажер для геймерів	\$ 11,25 млн.
5.	<b>Preply</b> – міжнародний EdTech-маркетплейс для вивчення іноземних мов	\$ 10 млн.
6.	<b>Allset</b> – мобільний додаток, за допомогою якого можна забронювати столик в ресторані та сплатити рахунок.	\$ 8,25 млн.
7.	<b>MakeUp</b> – один з найкрупніших інтернет магазинів парфумерії та косметики в Україні	\$ 8 млн.
8.	<b>Dmarket</b> працює над монетизацією предметів в комп'ютерних іграх.	\$ 6,5 млн.
9.	<b>Reface</b> – додаток, який змінює обличчя на гіфках та відео	\$ 5,5 млн.
10.	<b>Zakaz.ua</b> – компанія надає послуги з приводу онлайн-заказів та доставці продуктів з популярних мереж супермаркетів.	\$ 5 млн.
11.	<b>AllRight</b> – онлайн-школа англійської мови для дітей	\$ 5 млн.
12.	<b>Liki24</b> – платформа для пошуку та доставки лікарських засобів	\$ 5 млн.
13.	<b>ClassTag</b> – безкоштовна платформа, завдяки якій батьки можуть спілкуватися з викладачами своїх дітей.	\$ 5 млн.
14.	<b>Rentberry</b> – український стартап в сфері нерухомості.	\$ 4,5 млн.
15.	<b>Influ2</b> – стартап, який розробляє платформу рекламного таргетингу	\$ 3,4 млн.
16.	<b>LetyShops</b> – кешбек - сервіс	\$ 3 млн.
17.	<b>Hologryph</b> – геймдев - студія	\$ 3 млн.
18.	<b>RetargetApp</b> – стартап, який працює у сфері онлайн - реклами	\$ 2,4 млн.
19.	<b>PromoRepublic</b> – стартап, який створює інструменти маркетингу в соціальних мережах для багатопротільних брендів	\$ 1,5 млн.
20.	<b>DeckRobot</b> – стартап складання PowerPoint-слайдів за допомогою AI	\$ 1,5 млн.
21.	<b>Koto</b> – фінтех-стартап	\$ 1,4 млн.
22.	<b>Raccoon.World</b> – стартап, який розвиває технології телемедицини та цифрової фізіотерапії	\$ 1 млн.
23.	<b>3DLOOK</b> – працює над технологією сканування людського тіла по фото з використанням штучного інтелекту, нейронних мереж та 3D-технологій.	\$ 1 млн.
24.	<b>ABM Cloud</b> – стартап, який розробляє рішення в «хмарі» для бізнес-процесів	\$ 0,6 млн.
25.	<b>StreamHERO</b> – стримінговий сервіс	\$ 0,5 млн.
26.	<b>Power Now</b> – сервіс шерингу повербанків	\$ 0,5 млн.
27.	<b>Hivecell</b> – платформа, яка займається розробками в сфері граничних розрахунків	\$ 0,2 млн.

Як ми розуміємо, дуже важливо розрахувати, в якій сфері починати бізнес. Наразі спробуємо виділити список індустрій, які актуальні на теперішній час та в які інвестори дуже охоче вкладають кошти, мають попит та

будуть користі в майбутньому. Отже, не будемо розділяти свої пункти по рейтингу, а просто перелічимо їх:

1. AR / VR. AR - технологія накладення комп'ютерних шарів на реальний простір. Наглядно приклад роботи цієї технології може побачити кожна людина, якщо спробує записати історію в Instagram з використанням масок. VR - повністю змодельований тривимірний простір з відчуттям повної присутності в ньому за допомогою спеціальних гаджетів. Основний девайс для занурення у віртуальну реальність - VR-окуляри.

2. Robotics. Прикладом цього може бути усім відома компанія «Tesla», яка займається створенням електрокарів, що мають функцію автопілоту. Тема Robotics – це все те, що має відношення до роботи з роботами, технологіями та новими автоматичними можливостями.

3. Entertainment – все те, що зв'язано з розвагами. Люди завжди хочуть різноманіття розваг, не дивлячись на вік та стать. В цій самій індустрії немає обмеження, її можна розвивати нескінченно.

4. Future mobility – все те, що пов'язані з пересуванням та інноваційним транспортом. Прикладом можуть бути самокати з мотором, які можна взяти напрокат за допомогою відповідного додатку в телефоні. Також до цієї групи відносяться стартапи, які розробляють економічний транспорт, технології які зменшують шкідливі викиди в атмосферу.

5. Smart city – розумне місто. В Європі міста змагаються за інновації в цьому напрямку. Великі компанії випускають розумні колонки, чайники, замки до будинків, які працюють за відбитком пальця тощо.

Але на жаль, не всі стартапи є успішними та мають реалізацію в Україні. Отже, основними проблемами є:

1. Відплив українських стартапів за кордон.
2. Не вигідна система оподаткування та недосконалий захист прав.
3. Бюрократія.
4. Недосконале законодавство.

5. Розробка товарів для ринку, якого насправді не існує (недостатній попит).

6. Не адаптованість компанії до стрімких змін на ринку.

7. Повільний розвиток та впровадження ідеї.

Основними напрямками вирішення даної ситуації та усунення описаних вище проблем вітчизняного інноваційного ринку можна виокремити наступне:

– впровадити спеціальні заходи для стимулювання малого підприємництва. Міжнародна практика показує, що стартап-ідеї формуються в більшості випадків у невеликих групах підприємців, а не в масштабних корпораціях;

– приділити більше уваги питанню врахування інтересу стартапів, в тому числі щодо спеціальних пільгових режимів та внести необхідні зміни до Господарського кодексу та інших нормативно-правових актів в плані надання вищим навчальним закладам можливість створювати на власній основі стартапи;

– створити відповідне організаційно-методичне забезпечення для трансферу стартап-проектів;

– заохочення суспільства до тестування нових бізнес-проектів тощо.

Україна має досить високий інноваційний потенціал, вона в змозі сприяти піднесенню економіки знань та представити країну на високому щаблі наукового-технічного прогресу [2].

#### **Список використаних джерел:**

1 Мрихіна О. Б. Перспективи стартап-компаній у контексті конкурентоспроможного розвитку українського ринку високих технологій *Актуальні проблеми економіки*. 2015. № 9. С. 215–225.

2. Інноваційна Україна: загальна характеристика ринку стартапів URL:<https://www.businesslaw.org.ua/svit-startupiv-v-ukraini/> (дата звернення: 19.10.2021).

3. Итоги-2020. Крупнейшие инвестиции в украинские стартапы и компании. URL: <https://ain.ua/2020/12/28/itogi-2020-krupnejshie-investici-v-ukrainskie-startapy-i-kompanii/> (дата звернення: 19.10.2021).

## **ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ**

*Джафарова Г. Р., студентка  
Науковий керівник: к. е. н., доцент Ганзюк С. М.,  
Дніпровський державний технічний університет*

Ринкова система України розвивається завдяки активізації підприємницької діяльності в усіх галузях економіки. Це сприяє розширенню конкурентного ринку та ефективності функціонування малого підприємництва. Проте, на сучасному рівні розвитку виникають неоднозначні проблеми та перешкоди господарювання малого підприємництва. Багато чого залежить від підтримки з боку держави та відповідної регіональної території, оскільки діяльність малого підприємства здебільшого спрямована на місцевий ринок задля задоволення потреб територіальної громади. Для України нагрілим питанням виступає опрацювання державної політики у сфері підтримки результативного розвитку малого підприємництва. Як зазначено в чинному законодавстві, різниця між суб'єктами малого, середнього і великого підприємництва залежить від кількості працюючих та доходів від будь-якої діяльності за рік. Недопрацьоване законодавство з питань зростання малого підприємництва, недосконалість інформаційного та матеріального-технічного забезпечення уповільнює розвиток та ефективну діяльність малого підприємництва [1].

До основних проблем розвитку традиційно науковці та практики відносять загальний стан економіки держави та неефективне оподаткування, оскільки значна кількість доходу підприємництва вилучається, наприклад, до фонду заробітної плати, єдиного соціального внеску та інших різноманітних податків та платежів. Сукупність таких факторів призводить до потреби

багатьох суб'єктів малого підприємництва переходити у тіньовий сектор економіки [2]. Через нерівномірність розвитку ринкового господарства дедалі зростає рівень корупції, застосовується метод неофіційних витрат. Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» закріплює умови надання державної підтримки суб'єктам малого підприємництва, а також мету державної політики у сфері розвитку малого підприємництва в Україні, а саме: створення сприятливих умов для розвитку малого підприємництва; забезпечення розвитку суб'єктів малого підприємництва з метою формування конкурентного середовища та підвищення рівня їх конкурентоспроможності. Одним із факторів розвитку малого бізнесу в Україні, на нашу думку, є прийняття Кабінетом Міністрів України Стратегії розвитку малих та середніх підприємств в Україні до 2020 р. Станом на грудень 2019 року, 22% запланованих заходів було виконано, тоді як 75% знаходяться у стані виконання [3].

Необхідно зазначити, що у 2018 р. був заснований Офіс розвитку малого та середнього підприємництва, як дорадчий орган при Міністерстві розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства, а у 2019 р. було створено Координаційну раду з питань розвитку мікропідприємництва та малого підприємництва, Комісію з питань захисту бізнесу, який є тимчасовим консультативно-дорадчим органом при Кабінеті Міністрів України. Комісію утворено з метою покращення бізнес-клімату в Україні та створення належних умов для залучення інвестицій, у тому числі іноземних, шляхом захисту бізнесу від незаконних посягань з боку органів державної влади, органів місцевого самоврядування, юридичних осіб публічного права, їх посадових та службових осіб, інших осіб, уповноважених на виконання функцій держави або місцевого самоврядування, осіб, прирівняних до них, недопущення перешкоджання законній діяльності суб'єктів підприємницької діяльності. Разом з тим, з ініціативи Кабінету Міністрів України було запущено Український фонд стартапів для підтримки інноваційних проєктів шляхом надання попереднього та початкового фінансування для стартапів.



Дійсно можна побачити, що в Україні вдосконалюється ринкова інфраструктура; проводиться державна підготовка, перепідготовка та підвищення кваліфікації робітників, в тому числі й для суб'єктів малого підприємництва; запроваджуються органи для моніторингу малого бізнесу та забезпечується співпраця органів державної влади та місцевого самоврядування з представниками підприємництва [4].

Значною перешкодою для розвитку малого підприємництва в 2020 році стало поширення Covid-19. Як і більшість держав світу, Україна запровадила стримувальні заходи, які негативно вплинули на господарську діяльність. Тому держава зі свого боку все ж таки намагалася допомогти малому бізнесу, запроваджуючи на певний період часу низку заходів, зокрема: внесено зміни до програми «Доступні кредити 5–7–9%» для покриття витрат на оплату праці, отримання спрощеного доступу до фінансування; є часткова допомога з безробіття для малого бізнесу з боку держави; тимчасове звільнення від сплати податків фізичних осіб-підприємців та інші податкові заходи такі, як тимчасове зупинення проведення податкових перевірок, сплати відсотків для платників податків та платників соціального внеску та інше [5]. Встановлення пільг на час карантину – це правильний крок для допомоги малому бізнесу, слід продовжувати в такому напрямку і надавати більше можливостей для господарської діяльності.

Нині завданням для України постає питання щодо необхідності впровадження необхідних важелів управління у сфері малого підприємництва. Державна підтримка малого підприємництва допоможе сформулювати умови для вдосконалення ринкових відносин, подолання фінансової кризи, а згодом забезпечить сталий розвиток суспільства. Малий бізнес вважається найефективнішим способом формування системи конкурентного ринку. Це пов'язане зі зростанням активності у підприємницькій діяльності. Вважаємо за доцільне, реформування податкового законодавства, а саме, запровадження ефективної системи пільг, запровадження простої та зрозумілої системи нарахувань та сплати податків; підтримка з боку держави, залучення

представників малого бізнесу до реалізації економічних програм, взаємодія з органами державної влади та місцевого самоврядування; приведення чинного законодавства у відповідність до принципів та мети державної підтримки суб'єктів малого підприємництва.

Отже, підсумовуючи усе вищезазначене, можемо зазначити, що українські програми розвитку малого підприємництва потребують вдосконалення. В першу чергу необхідно законодавчо врегулювати обмеження та зменшити податковий тиск на суб'єктів підприємництва. Крім цього, шляхом запровадження законодавчих норм закріпити фінансову підтримку, якої недостатньо на сучасному рівні розвитку малого підприємництва. Держава в наслідок створення ефективної правової бази, покращення матеріально-технічної підтримки, інформаційного та кадрового забезпечення зможе гарантувати простір для процвітання малого підприємництва в Україні [2,4].

#### **Список використаних джерел:**

1. Воронич К. М. Міжнародний досвід організації малого бізнесу та можливість його впровадження в Україні. *Науковий вісник НЛТУ*. 2011. Вип. 21. С. 184–189.
2. Жирко С. О. Проблеми розвитку малого та середнього підприємництва в Україні. URL: <http://www.kbuara.kharkov.ua/ebook/db/200712/doc/2/25.pdf>. (дата звернення: 12.10.2021).
3. OECD (2020), Моніторинг реалізації Стратегії розвитку МСП України на 2017-2020 роки. OECD Publishing, Paris. URL: [www.oecd.org/eurasia/competitiveness-programme/eastern-partners/Monitoring-the-Implementation-ofUkraine's-SME-Development-Strategy-2017-2020-UKR.pdf](http://www.oecd.org/eurasia/competitiveness-programme/eastern-partners/Monitoring-the-Implementation-ofUkraine's-SME-Development-Strategy-2017-2020-UKR.pdf). (дата звернення: 13.10.2021).
4. Швець Г. Сучасні тенденції малого підприємництва в Україні. URL: [http://econf.at.ua/publ/konferencija\\_2017\\_10\\_20](http://econf.at.ua/publ/konferencija_2017_10_20). (дата звернення: 13.10.2021).
5. Тимченко О. І. Проблеми та перспективи розвитку малого підприємництва в регіонах України. *Ефективна економіка*. 2015. № 6.

## ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ

**Квасній О. Р.**, к. е. н, ст. викладач,  
*Дрогобицький механіко-технологічний фаховий коледж*

Малі та середні підприємства (МСП) – "кістяк" та "двигун національних економік", є, за багатьма статистичними даними, найважливішим джерелом економічного зростання як у розвинених країнах, так і в країнах, що розвиваються. Ці форми організації бізнесу набувають все більшого значення в сучасному суспільстві, зокрема, завдяки визнаній здатності створювати робочі місця для населення. Для місцевих та регіональних громад, в яких вони працюють, МСП є ключовими елементами з точки зору добробуту мешканців, а також є важливими чинниками соціальної стабільності.

Важливість МСП почала відчуватися особливо після 1970-х років, а у 1980 -х роках вони зазнали значного розширення, їх частка значно зросла як у Європі, так і в США та Японії. Однак МСП завжди зазнавали тиску у різних формах, однією з найбільш важливих є конкуренція. Проникнення на ринок нових підприємств посилює конкуренцію та створює проблеми для існуючих підприємств; тому цілком природно, що останні захищають себе, відстоюють свою позицію на ринку, піднімаючи бар'єри для новачків.

Підприємець, працюючи на цивілізованому ринку, намагається узгодити прагнення до прибутку із задоволенням незадоволеної потреби суспільства. Тому, незалежно від розміру, масштабу та політичної системи бізнесу, дві його функції відрізняються: соціально-економічна та інституційна.

Бізнес може виконувати соціально-економічну функцію лише в тому випадку, якщо його продукт суспільно визнаний і потрібний; він може бути реалізований за допомогою ринку (вирівнювання території, часу, кількості та якості). Таким чином, підприємець зможе повернути вкладені в бізнес кошти, він отримає додатковий дохід на розвиток діяльності та задоволення своїх потреб. Підприємець повинен:

– приймати рішення в несприятливих умовах та відповідальних моментах;

– приймати ефективні рішення навіть без достатньої інформації;

– прориватися і прагнути до успіху;

– наполегливо працювати;

– вміти жертвувати і відмовлятися від деяких задовольень, спілкування з близькими людьми;

– передавати відповідальність і повноваження за дії іншим.

Інституційна функція гарантується та охороняється державою за допомогою відповідної правової бази. Гарантується нормальна діяльність компаній та індивідуальних підприємців, що дозволяє досягати поставлених цілей, використовувати наявні активи та досвід. Окремо функції не можуть виконуватися незалежно від суспільства та існуючої політичної системи. У свою чергу, успіх підприємництва залежить від:

– способу мислення нації;

– пануючої релігії;

– традицій та звичаїв;

– особливості розвитку економіки;

– сімейних традицій, виховання та майнового середовища;

– формування громадських поглядів;

– ефективності загальної та спеціальної освіти та науки;

– системи підготовки, розвитку та перепідготовки спеціалістів;

– правових основ державної підтримки та просування бізнесу;

– інших факторів (поточний стан економіки, економічна стабільність, зайнятість населення, інфляція, популярність бізнесу та підприємців тощо).

Бізнес є дуже вразливим економічним явищем, якщо існують незбалансовані інтереси окремого бізнесу та суспільства. Якщо хтось прагне принести користь лише собі, не даючи його іншим, він стає псевдопідприємцем без майбутнього, і з часом він збанкрутує.

Ділові переваги впливають із системи торговельних відносин: якщо товари не потрапляють у сферу обміну, ділові відносини не розвиваються (це може бути благодійність, крадіжка або продукт, виготовлений самими фермерами). Якщо компанія регулюється державою, але не може приймати власні рішення, це також не буде сприяти розвитку бізнесу. Ділові відносини виникають лише тоді, коли вигоди виникають на основі обміну товарами.

Малий бізнес в останні роки ХХ століття став справжнім масовим явищем. Протягом десятиліть малі та середні підприємства (МСП) швидко зростали, відіграючи все більш важливу роль у суспільстві. МСП виступає одним з провідних світових форм бізнесу, що забезпечує високі показники конкурентоспроможності. В економіці розвинених західних країн МСП були основним рушієм швидкого економічного розвитку. Практика показує, що більшість малих та середніх підприємств (МСП) – це сімейні підприємства, які і відіграють важливу соціально-економічну роль у країні.

Найбільш поширеними причинами створення МСП є [1]:

- особиста свобода та незалежність;
- самореалізація;
- реалізація бізнес-можливостей;
- різниця між отриманою заробітною платою та очікуваним доходом.

Сформувалися різні підходи щодо впливу МСП на економіку держави та передумови для її розвитку. На нашу думку, доцільно зауважити, що існують окремі теорії та концепції мотивації, суть яких зводиться до важливої ролі людського фактора, що визначає розвиток малого бізнесу і задоволення потреб людини.

Підводячи підсумок, можна констатувати, що в літературі зустрічаються різні теорії інтерпретації МСП, які підкреслюють специфічне трактування функціонування малого бізнесу та його значення для економіки. Найчастіше малий бізнес сприймається як форма «вільного» бізнесу. Часто малий бізнес – це робоча сила, яка виконує роботу, яку не виконують великі компанії. МСП можуть пропонувати споживачам нетрадиційні та не масові продукти та

послуги, які не стандартизовані і, таким чином, відрізняються від великої кількості стандартизованої продукції [2].

Підприємництво та розвиток МСП є передумовою зростання зайнятості та міжнародної конкурентоспроможності. Незважаючи на всі переваги малого бізнесу, необхідно звернути увагу на труднощі, з якими стикаються малі чи середні підприємства, що часто можуть призвести до банкрутства:[3]

- слабкий захист прав власності з боку органів державної влади (90.3%);
- висока корупція в органах державної влади (88.9%);
- податкова система для МСБ-види та ставки податків (86.1%);
- високі нарахування на фонд оплати праці для МСБ (86.1%);
- недостатній доступ МСБ до кредитних ресурсів (80.6%);
- податкова система для МСБ-процедури податкового адміністрування (79.2%);
- низька законослухняність громадян та бізнесу (77.8%);
- надмірне втручання держави у регулювання економічних відносин у сфері МСБ (77.8%);
- неналежне виконання національного законодавства органами державної влади та місцевого самоврядування (72.2%);
- відсутність практики передачі державних функцій до саморегулювних організацій МСБ (70.8%);
- надмірні амбіції засновників та надмірне особисте споживання.

Часто відсутніми є належна освітньо -технічна компетентність та сучасні знання з маркетингу: якщо у людини достатньо грошей для відкриття власної справи, то це не означає, що вона може успішно її реалізувати. Будь -яка сфера бізнесу вимагає відповідної освіти і кваліфікації.

Великих збитків мале підприємництво зазнало від запровадження карантину внаслідок COVID-19. Так, за даними досліджень у кризовий березень 2020 року збанкрутіли і закрили свій бізнес приблизно 6% суб'єктів малого підприємництва, що є величезною проблемою для держави. Третина власників бізнесу (переважно мікро-), зазнали падіння доходів на 90-100%

лише за березень – квітень 2020 року. Ці ж підприємці вже звільнили до 50% штату співробітників. Власники малого та середнього бізнесу констатують факт зменшення доходів на 25–50% порівняно з докарантинним періодом і вже звільнили від 10 до 25% працівників. Для порівняння, втрати прибутків великих підприємств становлять 10–25%, там прогнозується скорочення штату на 25% до кінця обмежувальних заходів.

Крім того, склалося додаткове навантаження на державу щодо соціальних виплат та відбулося погіршення криміногенної ситуації через те, що багато громадян опинились без доходу. За прогнозами, у разі якщо карантин буде продовжено, 51% суб'єктів малого підприємництва – це мікро та малий бізнес, зможуть працювати не більше 1 місяця, 2–3 місяця – 25%, 4–6 місяців – 4% до 1 року – 1%.

Тому вважаємо, що в нинішніх кризових умовах розвитку економіки під впливом пандемії корона вірусу саме допомога держави малому підприємству може призвести до поліпшення економічної ситуації як в регіонах, так і в країні в цілому. Адже сьогодні саме з малим та середнім підприємством держава пов'язує надію на швидкі позитивні структурні зміни в економіці, вихід з економічної кризи та створення умов для економічного зростання.

#### **Список використаних джерел:**

1. Малий бізнес в умовах пандемії COVID-19. URL: <https://unba.org.ua/publications/print/5792-malij> (дата звернення: 10.10.2021).
2. D.L. RAINEY (2006). Sustainable business development. *Cambridge university press*. 734 p.
3. Очікування бізнесу 2021: що заважає підприємству в Україні (дослідження). URL: <https://yur-gazeta.com/golovna/ochikuvannya-bizne> (дата звернення: 14.10.2021).

## АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ВУГЛЕДОБУВНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

**Лапко А. В.**, студентка

*Науковий керівник: к. т. н., доцент Мамайкін О. Р.,  
Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»*

На сьогодні серед збиткових державних вугледобувних підприємств є інвестиційно-привабливі, і їх необхідно підтримати на рівні простого відтворення. Окрема категорія державних вугледобувних підприємств – це ті, які мають запаси, але їх освоєння занадто витратне на цей час. Ці підприємства підлягають консервації. Найгірші – належить закрити. Таких вугледобувних підприємств галузі, що видобувають 50 – 70 т вугілля на добу – 30, причому працюють на кожному з таких підприємств 700 – 900 працівників, і держава вимушена виділяти з бюджету щомісяця кожному підприємству 10 – 12 млн. грн [1].

Так склалося, що вугледобувними підприємствами недержавної форми власності видобувається 70% вугілля і це за рахунок того, що приватизували або брали в концесію найкращі підприємства, – з великими запасами і більш новим стаціонарним обладнанням.

Цілком очевидно, що першим кроком збереження вуглепромислових регіонів є стабілізація стану і подальше забезпечення стійкого розвитку вугільної галузі для забезпечення соціальної стабільності та поліпшення екологічної ситуації. При цьому економічні пріоритети галузі повинні базуватися на поєднанні вимог енергетичної безпеки і принципів ринкової економіки.

Основним ризиком у застосуванні такого підходу є короткочасне використання запланованих фінансових ресурсів для вугільного сектору економіки на державну підтримку вугледобувних підприємств за рахунок коштів державного бюджету. Тому для забезпечення стимулюючої дії державної підтримки при переведенні галузі на бездотаційний і самоокупний режим діяльності необхідна розробка нових підходів до оптимізації державної



підтримки. Планується проведення великомасштабної реформи, пов'язаної з визначенням структури (конфігурації) об'єднання вугледобувних підприємств у системі Державної вугільної компанії. Компанія буде володіти максимально повним технологічним ланцюгом виробництва готової вугільної продукції, необхідною виробничою інфраструктурою з концентрацією відтворювального потенціалу на достатньому рівні. Сама ідея володіння повним технологічним ланцюгом з виходами на ринки збуту не нова, але в сучасних умовах досить складна. Свого часу технологічні ланцюги від видобутку до реалізації були розірвані за неспроможності вугледобувних підприємств забезпечити повне завантаження збагачувальних фабрик. Частина з яких опинилась в приватній власності, а частина була знищена. Створена структура приватного збагачення вугілля постала посередником між вугледобувним підприємством та споживачем – тепло- або енергогенеруючою станцією. Як наслідок цього розділення, технологія збагачення сировини отримала інвестиційні кошти та технологічну вдосконаленість, але вугледобувні підприємства залишились без ринків збуту. Розбалансованість системи вуглепостачання призводить до скорочення обсягів видобутку в кількісному вимірі, а на практиці це означає – закриття вугледобувних підприємств з необхідністю компенсації нестачі енергетичної сировини в паливно-енергетичному балансі держави. Запобіжником такої ситуації повинна стати комплексна всебічна оцінка техніко-економічного стану вугледобувного підприємства як системи комплексів природного та економіко-технологічного факторів. Природний фактор не потребує особливих розрахунків, оскільки його показники досить чітко сформовані в геологічній документації відповідно до проекту на відчуження гірничого відводу та не можуть бути змінені станом на існуючий момент. Але ж техніко-економічні фактори знаходяться в повній залежності від обсягу фінансування та стану розвитку технології відробки запасів корисних копалин. Виявлення подальшої доцільності експлуатації вугледобувного підприємства залежить від концептуальних засад державної стратегії стосовно енергобезпеки, галузі та регіональної політики з урахуванням фінансового

стану та інвестиційного клімату. Загальний стан вугледобувної галузі залежить від стану кожного підпорядкованого підприємства, оцінити який можливо тільки враховуючи всі фактори впливу на показники роботи. На відміну від загального принципу ведення бізнесу – ціна повинна перевищувати собівартість на прибуток – у вугільній галузі державної форми власності такий випадок лише виключення.

Індустріальні фактори, які описують вугледобувне підприємство як багаторівневу систему, достатньо різноманітні й не завжди адекватно описують стан системи як якісно, так і кількісно. Вимоги до вибору найбільш характерних і тих, що максимально дозволяють відрізнити одне підприємство від іншого, можуть бути наступні:

- мають суттєве значення як показники стану вугледобувного підприємства – його перспективність, складність як виробничої системи, положення (з потужності підприємства) серед інших підприємств, співвідношення виробничих процесів підприємства;

- бажано, щоб кількість прийнятих для урахування факторів було не занадто великим, вони повинні бути зовсім ясні за своїм змістом та отримані з матеріалів діючої звітності найбільш простим шляхом.

Причини низької ефективності роботи вугледобувного підприємства можуть бути різноманітними, але найбільш розповсюджені з них: мала потужність розроблюваних пластів, велика глибина розробки; тривалий термін експлуатації вугледобувного підприємства та супутні цьому фактори, низька якість вугілля та ін. Наведений перелік причин свідчить, що він охоплює чинники, що відносяться до різних підсистем вугледобувного підприємства. Найбільш повною і самою загальною характеристикою функціонування виробничої системи є перспективність, тобто досягнення таких результатів, при яких прийнято вважати доцільним продовження функціонування системи. Перспективність має особливі значення як результат обчислення показників роботи системи. Кількісні характеристики формують техніко-економічні показники і публікуються в щомісячній, щорічній звітності вугледобувного

підприємства. Обов'язковою кількісною характеристикою роботи вугледобувного підприємства є видобуток вугілля. Найважливішою якісною характеристикою є рівень концентрації гірничих робіт, оскільки від цього залежить економічна ефективність вугледобувного підприємства.

У той же час концентрація робіт при порівняльному аналізі з видобутком вугілля може допомогти виявити прорахунки в кількісному складі промислового персоналу, недоліки в просторовому розташуванні ланок з видобутку (лав), логістичну недоцільність експлуатації тієї чи іншої ділянки з видобутку. Це може стати джерелом для пошуку внутрішніх економічних резервів з кількісною оцінкою можливості доведення головних показників до оптимального рівня – максимізація видобутку мінімальною кількістю працівників з видобутку. Все це можливо тільки за сприятливих гірничо-геологічних умов відпрацювання запасів, які з часом відпрацювання тільки погіршуються від центру до границь шахтних полів, враховуючи загальну тенденцію вітчизняної технології відпрацювання запасів. Ця технологія виправдовувала себе за часів необмеженого фінансування при простому відтворенні виробництва. В цьому полягає принцип малоефективності, коли вугледобувне підприємство не має можливостей поліпшити свою роботу ані за рахунок скорочення транспортного ланцюга, ані за рахунок скорочення витрат на підтримку та розвиток гірничих робіт у просторі. Будь-які спроби модернізувати вугледобувне підприємство без належного скорочення витрат на підтримку ланцюгів, які не сприяють підвищенню ефективності відпрацювання запасів, перетворюються в розподіл фінансових та матеріальних ресурсів лише на збереження збиткового стану. Для переходу на розширене відпрацювання запасів необхідна ліквідація «вузьких місць» в ланцюгу від видобутку корисної копалини до збагачувальної фабрики. Це, як правило, гірничі роботи, оскільки саме вони стримують ефективну роботу вугледобувного підприємства при багатократному резервуванні пропускних здатностей транспортного та поверхневого комплексу. Більш складна ситуація виникає в тому випадку, якщо вузьким місцем є провітрювання вугледобувного підприємства і для вирішення цього питання потрібне проведення додаткових

гірничих виробок або збільшення їх площі.

Неперспективність вугледобувних підприємств асоціюється з їх закриттям. Передачі вугледобувного підприємства на закриття передуює (повинен передувати) цілий комплекс техніко-економічних оцінок стану наявності геологічних та промислових запасів вугілля, соціально-політичних та екологічних наслідків перевodu цілого комплексу підземних та поверхневих споруд до непрацездатного стану. Приводом для утримання від прийняття рішення щодо ліквідації вугледобувного підприємства може бути кожний з наведених аргументів.

Таким чином, для вугледобувного підприємства, як природно-технологіко-економічної системи, безуспішні спроби охарактеризувати його стан одним, навіть відносно широким показником. Саме тому спроби визначити ступінь перспективності вугледобувного підприємства були з погляду об'єктивності безрезультатними, за кожним окремим показником виявляється можливість пошуку такої перспективності.

Виявлення зв'язку цих показників між собою і логічна інтерпретація отриманих залежностей може дати відповідь на одне з головних питань подальшої долі вітчизняної вугільної галузі взагалі та конкретних підприємств, пов'язаних між собою ідентичними гірничо-геологічними умовами, територіально та соціально.

#### **Список використаних джерел:**

1. Статистична інформація. Міністерство енергетики та вугільної промисловості України. URL: <http://mpe.kmu.gov.ua/minugol/control/uk/publis>.

## **ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

**Логінов О. В.**, студент

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Бовкун О. А.,*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Динамічний розвиток ринкового середовища висуває підвищені вимоги до систем стратегічного управління суб'єктами господарювання, завдань, які

стоять перед менеджментом, й інструментарію їх ефективного вирішення. Сьогодні зростає інтерес керівників промислових підприємств різних рівнів до оновленої концепції управління, яка може оперативнo оцінювати ринкові тенденції, прогнозувати їх вплив на бізнес і допомагати вибудовувати стратегію досягнення поставлених цілей. Попит на такий підхід активно зростає, чому сприяє виникнення нових потреб кінцевих споживачів і партнерів, активізація конкурентної боротьби за сировину і ресурси, розвиток нових технологій, підвищення значущості інтелектуальної праці [1].

Формування стратегії розвитку і правильний вибір довгострокових пріоритетів для промислового підприємства не може відбуватися окремо від чинників зовнішнього середовища, що швидко змінюються. При цьому прогнозування ринкових тенденцій та оцінка їх впливу на діяльність підприємства як зараз, так і в майбутньому мають виконуватися за допомогою максимально простих інструментів, які заощаджують час на прийняття рішень, а побудована в результаті стратегія розвитку має бути максимально обґрунтованою, враховувати різні альтернативні можливості і сприяти досягненню головних цілей підприємства. З огляду на це особливої актуальності набувають питання формування стратегій розвитку та їх вибору для промислових підприємств з урахуванням сучасних ринкових тенденцій.

Істотними зовнішніми проблемами, що впливають на діяльність промислових підприємств є: високий рівень процентних ставок за кредитами (що обмежує використання кредитних ресурсів для поповнення оборотних коштів); недосконалість податкового законодавства; значний рівень інфляції; залежність від нестабільної політичної та фінансової ситуації в країні; падіння ринку збуту; нестабільність цін на енергоносії; значна залежність від сезонних змін; військові дії на частині території України.

Необхідно зазначити, що негативний вплив законодавчих та економічних обмежень пояснюється фактом постійної зміни податкового, валютного та митного законодавства України, внаслідок чого відбуваються непорозуміння між керівництвом підприємства, яке не правильно розтлумачило чинне

законодавство, та податковими органами, які у підсумку нарахували суттєві суми податків та штрафів. Тобто виникає невизначеність регуляторного середовища, що пояснюється несвоєчасною підготовкою роз'яснювальних документів по окремим питанням стосовно нових законів щодо ведення господарської діяльності підприємств.

Така проблема, як зростання інфляції в країні впливає на рівень цін на матеріали, сировину, енергоносії, що разом зі зростання мінімальної зарплати, призводить до збільшення витрат промислових підприємств та відповідно підвищення договірних цін на продукцію, що випускається.

Для досліджуваних промислових підприємств перспективними напрямками розвитку в контексті стратегії подальшого розвитку є: реструктуризація підприємства і скорочення виробничої земельної ділянки; реконструкція та модернізація існуючого обладнання; впровадження нових технологій; розробка та виробництво нових сучасних зразків техніки, освоєння нової продукції; розширення асортименту виробленої продукції та розширення ринків збуту; впровадження нових засобів контролю якості продукції тощо [2].

Отже, успішне функціонування сучасного промислового підприємства знаходиться під впливом зовнішнього середовища та в умовах загострення конкурентної боротьби, тому стратегічна орієнтація його діяльності є одним з вирішальних факторів його виживання та розвитку. Стратегічне управління дозволяє адекватним чином відреагувати на фактори невизначеності та ризику, властиві зовнішньому середовищу.

Таким чином, підвищення конкурентоспроможності сучасного промислового підприємства (в якості важливої стратегічної мети його функціонування) безперечно залежить від чітко сформованої та правильно обраної стратегії розвитку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Баланович А. М. Управління підприємством на основі виявлення ринкових тенденцій в сучасних умовах. *Сучасні проблеми управління підприємствами: теорія та практика*. Харків, 2016. С. 76–78.

2. Лепейко Т. І. Прогнозування сучасних ринкових тенденцій у контексті обґрунтування стратегії розвитку підприємства. *Економіка розвитку*. 2017. № 4 (84). С. 49–59.

3. Баланович А. М. Сучасні напрямки формування механізму розвитку промислового підприємства з урахуванням ринкових тенденцій. *Сучасні проблеми управління підприємствами: теорія та практика*. Харків, 2018. С. 35–38.

## **ОБЛІГАЦІЯ ЯК ОБ'ЄКТ ФІНАНСОВИХ ІНВЕСТИЦІЙ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ**

**Олійник Д. В., студент,**  
*Дніпровський державний аграрно-економічний університет*

Впродовж останніх років спостерігається підвищення попиту в напрямку інвестування коштів в фінансові інструменти з метою збереження цих самих коштів, оскільки підвищення рівня інфляції є негативним фактором щодо купівельної спроможності гривні. В процесі здійснення фінансових інвестицій кожне підприємство стикається з проблемою вибору об'єкта інвестування, обліку, контролю та аналізу цього об'єкта.

Розглядаючи наявні на українському ринку фінансові інструменти для здійснення фінансових інвестицій, можна побачити що перевага надається облігаціям, оскільки вони, в більшості випадків, представляють собою інструмент, якому характерний низький рівень ризику, високий відсотковий дохід й відповідний захист від інфляційного впливу, передбачуваність грошового потоку та низький поріг входу.

Наразі серед основних бірж, на яких відбувається суттєвий обіг цінних паперів можна виділити дві: Фондова біржа «Перспектива» (Перспектива) та Фондова біржа ПФТС (ПФТС).

Нами проведено дослідження щодо об'єкту інвестування: облігації, – довелося встановити, що, згідно з представленими даними на рис. 1, обсяг торгів облігацій у 2020 р. порівняно з 2017 р. зазнав зростання на 69 774,2 млн.

грн., а кількість контрактів – на 1683 шт., при цьому найбільша зацікавленість спостерігається впродовж 2018–2019 років.

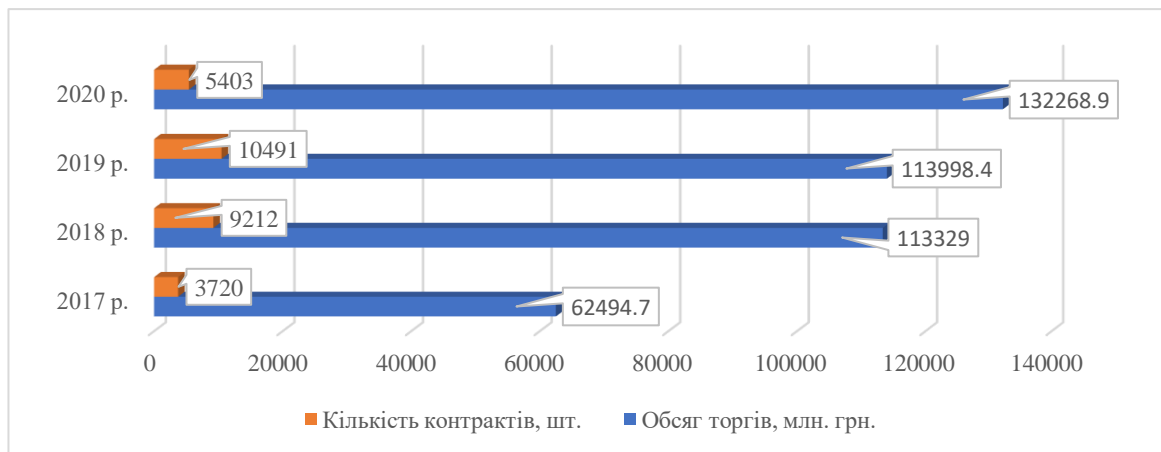


Рис. 1. Інформація про торги облігаціями на біржі ПФТС [2]

За даними рис. 2 можемо ми визначили подібну тенденцію з біржою ПФТС: у 2020 р. обсяг торгів порівняно з 2017 р. зазнав зростання на 75 466,5 млн. грн., а кількість контрактів – на 939 шт., а збільшення обсягу торгів відбувається в 2019 р.

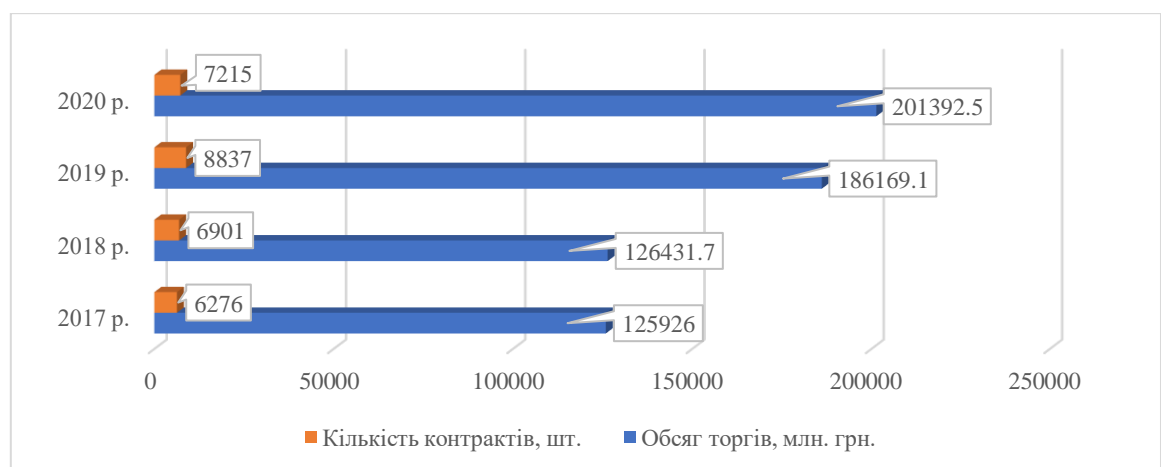


Рис. 2. Інформація про торги облігаціями на біржі Перспектива [1]

Більш детальний аналіз дає змогу побачити зростання інтересу до цінних паперів, емітентом яких є держава та місцеві органи влади: для ПФТС характерним є зростання питомої ваги обсягу торгів облігаціями з 95,2% у 2017 р. до 99,7% у 2020 р. від загального обсягу торгів, при цьому обсяг торгів облігаціями підприємств зазнав скорочення питомої ваги з 5,1% у 2017 р. до 0,67% у 2020 р., що є свідченням зменшення кількості облігацій підприємств,



що знаходяться в обігу та можна зробити припущення про недостатній попит; для Перспектива характерним є зростання питомої ваги обсягу торгів облигаціями з 98,8% у 2017 р. до 99,97% у 2020 р. від загального обсягу торгів, при цьому обсяг торгів облигаціями підприємств зазнав скорочення питомої ваги з 1,7% у 2017 р. до 0,03% у 2020 р., що відображає зменшення попиту на корпоративні облигації.

По відношенню до облигацій існують такі основні проблеми обрання об'єкта інвестування підприємствами в Україні:

- низький попит на фінансові інструменти, відмінні від облигацій;
- обмеженість альтернативних об'єктів вкладення коштів (що пов'язано з їх малою кількістю, ліквідністю, високим ступенем ризику, відсутністю прибутковості впродовж тривалого часу та інше);
- вкладення коштів в банк характеризується дохідністю, яка є нижчою за дохідність від ОВГЗ, вони не перекривають інфляцію, не мають 100% гарантії повернення коштів підприємству;
- високий рівень інфляції, що стимулює виводити капітал за межі країни;
- низька дохідність та обмежена кількість пайових цінних паперів вітчизняних підприємств, що спонукає вкладати кошти у власний розвиток.

Виходячи з проведеного дослідження робимо висновок, що збільшення інтересу до облигацій спостерігається у 2019 р., й, збереженням цієї тенденції є продовження зростання обсягів у 2020 р.; кількість контрактів зазнала скорочення, можемо резюмувати, що вкладення коштів стало більш обдуманим і менш спекулятивним. Визначено тенденцію до зростання інтересу щодо вкладення коштів в один тип фінансового інструменту – облигації, емітентом яких є держава та місцеві органи влади, одночасно з чим виявлено проблеми, що впливають на вибір об'єкта інвестування, серед яких, основними є недостатньо розвинутий фондовий ринок та відсутність захисту інвестора.

#### **Список використаних джерел:**

1. Фондова біржа «Перспектива»: Аналітика. URL: <http://fbp.com.ua/Analitic.aspx>. (дата звернення: 05.10.2021).

2. Фондова біржа ПФТС: Підсумки торгів. URL: <https://pfts.ua/trade-info/trade-results>. (дата звернення: 05.10.2021).

## **УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ СФЕРИ ПОСЛУГ**

**Павлишина І. А., Кифоренко Л. О., студенти**  
*Науковий керівник: к. е. н., доцент Пачева Н. О.,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

В умовах сьогодення управління підприємством є складним процесом організації та планування, а також встановлення стратегічних цілей та виконання управлінських рішень і тактичних завдань на підприємстві.

Центральне місце в управлінні підприємством сфери послуг в складних економічних умовах посідають маркетингові дослідження і прогнозування попиту. В управлінні підприємств є функціональні підсистеми, а саме:

- стратегічне і поточне управління;
- планування;
- управління персоналом;
- управління виробництвом;
- управління маркетингом;
- управління фінансами;
- управління інвестиціями.

Під поняттям управління підприємством варто розуміти діяльність, яка є цілеспрямованою та яка виявляє собою сукупність певних методів, форм та засобів продуктивної координації роботи працюючих осіб, для досягнення поставлених цілей та визначення мети.

На побудову стратегічних цілей та реалізацію інноваційної діяльності впливають застаріле обладнання та технології, дефіцит фінансових ресурсів, відсутність державної підтримки, недосконалість податкового законодавства в контексті сприяння інноваційній діяльності господарюючих суб'єктів, недостатня обізнаність в інноваційній сфері. Підвищення ефективності управління інноваційним розвитком підприємства здійснюється через побудову скоординованих стратегічних цілей, що дозволить приймати обґрунтовані

управлінські рішення на практиці [1]. Ефективність діяльності підприємства, та його становлення на ринку принципово залежать від стратегії розвитку, вибору і застосування як окремих стратегічних типів управлінських технологій, так і їхніх різних поєднань.

Підприємства сфери послуг являють собою відкриту соціально-економічну систему, що володіє рядом відмінних ознак.

По-перше, підприємство сфери послуг наряду з підприємствами інших галузей є соціально орієнтованими системами, яким властиве цілеспрямована колективна поведінка. По-друге, ці підприємства були започатковані для надання послуг і тому влилися в господарську систему країни. Тим самим, наряду із соціальними ці системи є також економічними, або, точніше, соціально-економічними системами. По-третє, діяльність таких систем потребує залучення різних ресурсів, для чого необхідна організація ресурсного забезпечення й управління ними для одержання передбачуваного результату. Лише обґрунтоване застосування методів організації й управління створює умови для успішної роботи підприємств.

Дослідження сервісного підприємства як системи, передбачає розгляд складових елементів, серед яких головними є клієнт, обслуговуючий персонал, система надання послуг та фізичне середовище [2].

Всі підприємства є складними соціально-економічними системами, які поєднують у своїх виробничих процесах різні матеріальні елементи, інформаційні зв'язки та людські ресурси. Кожні підприємства мають спільні характеристики-це методи, функції та принципи управління.

В управлінні підприємств існує основна проблема-умови кризи. Вітчизняні вчені, такі як Беленький П., Бланк І.О., Богиня Д., Бойко Є., Брюховецька М. Є., Булеєв І. П., Герасимчук М., Іванов М. П., Василенко В. А, Пасічник В. Г., Колісник М. К., Овсак О. П. та інші, виділили ряд особливостей управління підприємством у кризових умовах:

- кризи можна завбачати, очікувати і викликати;
- кризи у визначеній мірі можна прискорювати, випереджати, відсувати;

- до кризових ситуацій потрібно готуватись;
- наслідки кризи можна пом'якшувати за рахунок своєчасного реагування на їх виникнення;
- кризові процеси можуть бути до визначеної межі керованими;
- управління процесами подолання кризи прискорює ці процеси і мінімізує їх наслідки [3]. На даний час слід перебудувати всю система управління на підприємстві на підставі ринкових вимог.

Отже, на сьогоднішній день сфера послуг є однією з найбільш багатонадійних, що швидко розвивається. Сфера послуг охоплює досить велике поле діяльності починаючи від торгівлі і транспорту, і закінчуючи фінансуванням, страхуванням і посередництвом різного роду, а також туристичні фірми, готелі та ресторани, навчальні та спортивні заклади, пральні і перукарні, театри і кінотеатри, музеї, відносяться до сфери послуг. Майже всі організації надають в тій чи іншій мірі послуги. З практики розвинених країн, у міру ускладнення виробництва і насичення ринку товарами зростає і попит на послуги.

#### **Список використаних джерел:**

1. Пачева Н. О. Особливості стратегічного управління інноваційним розвитком підприємства. *Стратегія розвитку України: фінансово-економічний та гуманітарний аспекти* : матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф., 17 жовтня 2018 р. Київ : «Інформаційно-аналітичне агентство», 2018. С. 268–270.

2. Підприємство сфери послуг як соціально-економічна система. *Менеджмент у сфері послуг* : веб-сайт. URL: [https://pidru4niki.com/10790317/menedzhment/pidpriyemstvo\\_sferi\\_poslug\\_sotsialn\\_o-ekonomichna\\_sistema](https://pidru4niki.com/10790317/menedzhment/pidpriyemstvo_sferi_poslug_sotsialn_o-ekonomichna_sistema).

3. Попадюк С. В. Проблеми управління підприємством в умовах кризи. *Економіка. Сер. Менеджмент та маркетинг* : веб-сайт. URL: [http://www.rusnauka.com/36\\_PWMN\\_2010/Economics/76163.doc.htm](http://www.rusnauka.com/36_PWMN_2010/Economics/76163.doc.htm).

## ПРОГНОЗУВАННЯ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО БІЗНЕСУ НА ОСНОВІ ЗАПРОВАДЖЕННЯ DIGITAL-ТЕХНОЛОГІЙ

**Сарахман Х. С.**, студентка

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Квасній Л. Г.,  
Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка*

В сьогоденнішніх умовах розвитку людства невід’ємною складовою сучасної сукупності інтегрованих маркетингових комунікацій є цифровий маркетинг та інструменти, що залучають всі цифрові платформи для просування бренду, товару чи послуги. Мобільний маркетинг в наш час складає 25% обсягу маркетингових бюджетів розвинених організацій і його частка невинно збільшується. Організації, що використовують наявні цифрові площадки та засоби комунікацій, є на 25% прибутковішими, ніж інші фірми.

За словами Т. П. Данько та І. І. Скоробогатих [1] мобільний маркетинг – це діяльність, яка спрямована на взаємодію з клієнтами, бізнес-партнерами з можливістю використовувати цифрові, електронні та інформаційно-комунікаційні технології (digital-технології).

З точки зору Д. В. Яцюка [2] цифровий маркетинг на основі digital-технологій передбачає використання всіх доступних цифрових платформ для просування бренду, адже комунікації в цифровому маркетингу дають можливість володіти цільовою аудиторією офлайн-середовищі (використання додатків у телефонах, sms/ mms, рекламні дисплеї на вулицях тощо).

Сьогодні digital-маркетинг являє собою набагато більше, ніж продаж товарів і продуктів інформації, на цьому рівні відбувається продаж програмних продуктів, рекламних просторів та багато інших товарів та послуг. Сучасні високо розвинуті компанії (Google. Bing), дали можливість малому та середньому бізнесу таргетувати рекламу на локальних покупців, тим самим, піднявши на зовсім новий рівень, ринок інтернет-реклами. Саме даний вид маркетингу є новітньою моделлю бізнесу, яка дозволяє організації,

незалежно від розмірів, оволодіти максимально широкою цільовою аудиторією.

Основними інструментами мобільного маркетингу можна назвати: пошуковий маркетинг (SEM), оптимізацію сайту для пошукових систем (SEO), клієнто-орієнтовану стратегію розвитку підприємства в Інтернеті (Customer Relationship Management), контекстну рекламу, соціальний медіамаркетинг (SMM), вірусний маркетинг, створення іміджу компанії в Інтернеті (PR), партнерський маркетинг, ретаргетинг[3].

Сучасний digital-маркетинг створює новий тренд, де покупці хочуть стати частиною бренду, адже споживачам цікава не тільки сама продукція, а й інформація про бренд, бізнес, чи керівництво організації. В сьогоденних умовах ринку B2B організації, які активно ведуть сторінки в соціальних мережах мають потенційних споживачів на 67% більше, ніж ті, які не займаються блогерством. Відомо, що коли менеджер вищих рівнів управління є активним у Facebook, Instagram або Twitter, то тим самим він доносить інформацію про організацію потенційним споживачам; позитивно впливає на імідж фірми; відображає розвиток організації в інноваційному напрямі; висвітлює трудовий колектив як команду; покращує привабливість фірми на ринку і створює конкуренцію; сприяє покращенню фінансових результатів підприємства.

Цифровий маркетинг в загальних рисах включає три компоненти:

- контент, а саме SEO, публікації, дослідження, електронні книги, повідомлення в блогах, кампанії в соціальних мережах);
- дизайн фотографій і зображень для контенту, діаграми, відео;
- статистичні дані ефективності, аналітику мети і завдань [4].

На нашу думку, головна ціль digital-маркетингу – створити оптимальні умови присутності бізнесу в мережі, адже цифровий маркетинг допомагає оптимальними шляхами досягти бажаного результату, іншими словами, дає змогу ефективно економити гроші і раціонально ставитися до витрат. Засоби мобільного маркетингу розширюють кордони підтримки інформацією

підприємства в результаті аналізу ринку і пошуку нових альтернатив та сприяють ефективній взаємодії зі споживачем [5].

Отже, digital-технології на даний момент є рушійним фактором успіху та реалізації для будь-якої сфери бізнесу, що сприяє здоровій конкуренції та високому рівню прибутку. Цифровий маркетинг представляє комплексний підхід до становлення та розвитку компанії на ринку, її продуктів у цифровому середовищі, а також охоплює офлайн-споживачів. Мобільний маркетинг надає можливість зливати величезну кількість технологій з продажами та клієнтською базою, забезпечує безперервний якісний зв'язок між рекламодавцем та кінцевим споживачем. Цифровий маркетинг опирається на аналітичні дані про споживачів, їх поведінку, вивчає класичні види комунікацій, щоб заволодіти аудиторією потенційних споживачів і перетягнути її у віртуальний світ.

#### **Список використаних джерел:**

1. Данько Т. П., Скоробогатых И. И. Количественные методы анализа в маркетинге : монография. Питер : СПб, 2005. 384 с.
2. Кривенко Я. В., Беляев Л. В. Digital Marketing в системі інтегрованих маркетингових комунікаціях. *Інформаційні технології в економіці і управлінні* : зб. наук. студ. пр. Одеса : ОНЕУ, 2019. С. 135 – 144.
3. Рябов І. Б., Шевкопляс І. М. Особливості та сучасні тенденції застосування системи digital-маркетингу на підприємстві. *Ефективна економіка*. 2020. № 12. С. 32 – 36.
4. Марчук О. О. Цифровий маркетинг як інноваційний інструмент управління. *Економіка і суспільство*. 2018. № 17. С. 296 – 299.
5. Яцюк Д. В. Цифровий маркетинг: майбутнє маркетингових комунікацій в брендингу. *Інвестиції: практика та досвід*. 2015. № 7. С. 70 – 74.

## СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

*Світлична А. О., Лисий Ю. Є., студенти  
Науковий керівник: к. е. н., доцент Пачева Н. О.,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

В наш час дуже багато підприємств, які виробляють аналогічний товар чи надають одну і ту ж послугу. Тому потрібно підвищувати конкурентоспроможність свого підприємства, тобто слід підвищити якість цінових і нецінових параметрів товару, що виробляється чи послуги, яка надається. Серед сучасних форм та методів підвищення конкурентоспроможності найбільш ефективним є стратегічне управління. Стратегічне управління – процес, завдяки якому менеджери здійснюють довгострокове керування підприємством, визначають особливі цілі діяльності, розробляють стратегії для досягнення цих цілей, враховуючи всі найважливіші зовнішні та внутрішні фактори, а також контролюють виконання розроблених відповідних планів, які постійно розвиваються і змінюються.

Стратегічне управління можна розглядати як динамічну сукупність п'яти взаємопов'язаних управлінських процесів. Існує стійкий обернений зв'язок і, відповідно, взаємовплив кожного процесу. Це є важлива особливість системи стратегічного управління.

На практиці підприємство може одночасно виконувати декілька стратегій. Вибір стратегії підприємством здійснюється керівництвом на основі аналізу вирішальних факторів, які характеризують рівень показників операційної, фінансової діяльності підприємства, з урахуванням результатів аналізу портфеля напрямів діяльності, а також характеру і сутності реалізованих стратегій [1].

В сучасних економічних відносинах сутність поняття «стратегічне управління підприємством» має тісний взаємозв'язок з визначенням «конкурентоспроможність підприємства». Сьогодні, наукова література враховує багато різних підходів щодо визначення змісту цієї економічної категорії, але досі не має єдиної думки щодо розуміння сутності цього поняття.



Управління механізмом стратегічного управління конкурентоспроможністю здійснюється через модель управління розвитком підприємства, що передбачає поетапний та взаємоузгоджений процес реалізації управлінських рішень щодо:

1) стратегічного управління цілями розвитку;

2) стратегічного аналізу діяльності підприємства;

3) алгоритму прийняття управлінських рішень, дій за планами та стратегіями. Успіх сучасного підприємства у конкурентній боротьбі досягається завдяки виробництву якісних товарів (послуг), але за умов єдності, узгодженості та внутрішньої послідовності процесу прийняття управлінських рішень (оперативних та стратегічних) відповідно до напрямку розвитку [2].

Підвищення ефективності управління розвитком підприємства здійснюється через побудову скоординованих стратегічних цілей, що дозволить приймати обґрунтовані управлінські рішення на практиці [3].

Важливою характеристикою конкурентоспроможності підприємства є здатність до адаптації в умовах змін зовнішнього середовища. Швидка адаптація підприємства має забезпечуватися на основі комплексу інтелектуальних, технічних, технологічних, організаційних та економічних характеристик, які визначають його успішну діяльність на ринку. Відповідно, якщо підприємство має широкий набір компетенцій і їх якісний рівень досить високий, то передумови для перемоги у конкурентній боротьбі у нього кращі. Підвищення конкурентоспроможності пов'язано з розробкою та вибором відповідних стратегій, формування яких потребує постійного корегування та вдосконалення. Залежно від ринкової ситуації, умов середовища функціонування, рівня конкурентних переваг, методів конкурентного суперництва підприємство обирає відповідну стратегію конкурентоспроможності та модель поведінки.

Отже, основною метою стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства полягає в забезпеченні ефективної діяльності та розвитку підприємства за умов нестабільності та мінливості

факторів внутрішнього та зовнішнього середовища [4]. Таким чином, стратегічне управління є найважливішим інструментом підвищення конкурентоспроможності підприємства. Завдяки ньому фірма зможе збільшити свій прибуток та кількість покупців за рахунок кращої якості своїх товарів чи послуг.

#### **Список використаних джерел:**

1. Збарська А. В. Стратегія управління конкурентоспроможністю підприємств : веб-сайт. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/197267515.pdf>.

2. Євтушенко Н. О., Дрокіна Н. І., Савенко Н. В. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства: теоретичний аспект. 2020. № 156, URL: <http://www.prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/550>.

3. Пачева Н.О. Особливості стратегічного управління інноваційним розвитком підприємства. Стратегія розвитку України: фінансово-економічний та гуманітарний аспекти : матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф., 17 жовтня 2018 р. Київ : Інформаційно-аналітичне агентство, 2018. С. 268–270.

4. Лозовський О., Дячук М. Стратегічне управління як чинник підвищення конкурентоспроможності підприємств. Науковий вісник МНУ імені В. О. Сухомлинського. Сер. Економічні науки. 2018. № 2. С. 31–35 URL : <https://ir.vtei.edu.ua/g.php?fname=26705.pdf>.

**СЕКЦІЯ 8**  
**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО**  
**БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ**

**ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МЕДИЧНОГО ТУРИЗМУ ПІВДЕННОЇ**  
**КОРЕЇ**

**Арсенюк М. А., студентка**  
*Науковий керівник: к. г. н., викладач Савченко І. А.,  
Волинський фаховий коледж НУХТ*

В останні роки розвинені країни переорієнтовуються на реалізацію стратегії екологічно орієнтованого зростання, головними складовими якої стають «зелені» технології і розвиток медичного туризму. На сучасному етапі ці дві складові є не тільки прибутковими проектами, але стратегічними планами розвитку Республіки Корея. Лікування в Кореї – один з нових брендів азійського ринку медичного туризму. В Глобальному світовому рейтингу індустрії медичного туризму Південна Корея займає шосте місце. 26 корейських клінік мають акредитацію JCA. Корейська медицина сьогодні – це висококваліфіковані спеціалісти, новітні технології медичних центрів, передові методи діагностики, лікування і комплексний сервіс. Південнокорейські клініки надають послуги пластичної хірургії, стоматології, лікування безпліддя та комплексну діагностику. Крім цього застосовуються ефективні методики традиційної східної медицини. Вартість базового пакету обстеження в клініках країни вартує від 500 \$, що майже в 4 рази менше, ніж в країнах Європи.

Високим попитом серед іноземних пацієнтів користуються послуги фахівців з лікування таких складних захворювань, що вимагають використання передових медичних технологій, як рак, хвороби мозку, серця і судин, трансплантація органів.

Лікування в Кореї вирізняється високою ефективністю за рахунок застосування корейськими лікарями новітніх методів лікування і високих технологій. Тому багато операцій в корейських клініках проводяться малоінвазивно. У порівнянні з США і Японією, вартість медичних послуг в

Кореї набагато нижча. Так, деякі хірургічні втручання в корейських клініках коштують в 10 разів дешевше, ніж в клініках США. Деякі з оперативних методів лікування онкологічних захворювань значно дешевші ніж навіть у Сингапурі і Тайланді.

У Південній Кореї можна пройти ортодонтичне лікування, виконати повне або часткове, знімне або незнімне протезування зубів. Великим попитом користується послуга з протезування на імплантатах. Корея є одним з провідних світових виробників імплантів, тому в цій системі наявні новітні зразки за доступними цінами. Тривимірне планування імплантації дозволяє уникнути похибок, корейські фахівці встановлюють імпланти з мінімальною інвазивністю, аж до відсутності розрізів. Стоматологи можуть встановити будь-яку кількість імплантів за одну процедуру, а програми імплантації розраховані всього на три дні [2].

У Кореї проводяться унікальні профілактичні діагностичні програми CheckUp. Унікальність їх полягає в використанні сучасних приладів і систем автоматизації, які дають пацієнтові можливість пройти діагностику за 2-3 години.

У Південній Кореї можна швидко обстежитися і отримати індивідуальне лікування безпліддя. При необхідності проводяться операції для відновлення фертильності: лапароскопічна реканалізація маткових труб, видалення вогнищ ендометріозу, кіст яєчників і т.п. У репродуктивних клініках виконується екстракорпоральне запліднення з одним з найвищих в світі показником настання вагітності [4].

Південна Корея також вирізняється високим рівнем спінальної хірургії. У цій країні проводяться складні операції на головному мозку. Нейрохірургічні відділення обладнані нейронавігаторами, операційними мікроскопами останніх поколінь, багато хірургічних операцій виконуються під контролем МРТ. Часто використовуються малоінвазивні втручання: доступ здійснюється через ніс, невеликий отвір в черепі або ендоваскулярно (через кровоносні судини).

Південна Корея належить до світових лідерів за кількістю проведених операцій з ендопротезування колінних і тазостегнових суглобів. У країні щороку виконується понад 120 тис. таких хірургічних втручань. Штучні суглоби встановлюються під контролем комп'ютерних навігаційних систем, через мінімально інвазивні доступи [1].

У Південній Кореї відзначаються одні з найуспішніших показників лікування запущених форм злоякісних пухлин. Це пов'язано з доступністю новітніх методик терапії. Деякі процедури обходяться дорого, але дозволяють збільшити тривалість життя пацієнта на кілька років, навіть якщо він звернувся із запущеною формою раку.

Кількість медичних туристів в країні постійно зростає і наближається до 1 млн. осіб на рік. Серед пацієнтів лідирують американці (32 %), далі йдуть японці (17 %) і росіяни (близько 8 %). В останні роки зростає інтерес до корейської медицини жителів країн Перської затоки. Але основними ринками постачальниками медичних туристів в країну залишаються Китай, США, Росія і Японія [4].

*Таблиця 1*

**Найбільші корейські клініки та їх спеціалізація**

<b>Місто</b>	<b>Клініка</b>	<b>Спеціалізація</b>
Сеул	Самсунг	Онкологія і нейрохірургія
Сеул	Северанс	Онкологія, серцево-судинна хірургія та нейрохірургія
Сеул	Квімс	Лікування раку, серцево-судинних захворювань, спінальна хірургія, гінекологія та урологія.
Інчхон	Інха	Від чек-ап діагностики і до лікування важких онкологічних захворювань
Сеул	Грант	Пластична хірургія
Сеул	МізМеді	Акушерство і гінекологія

*Складено автором за [3]*

Південна Корея проводить найбільше пластичних операцій на душу населення, випередивши за цим показником навіть США. Пластичні хірурги цієї країни мають величезний досвід, так як проводять десятки, а іноді і сотні однотипних операцій або процедур щороку. Тут можна поліпшити форму носа, прибрати зайвий жир на животі або збільшити груди за допомогою нових, мінімально травматичних методів, без ризику для здоров'я. У Південній Кореї,

за даними ISAPS (Міжнародне товариство естетичних і пластичних хірургів), в 2019 р. було проведено близько 17 млн. пластичних хірургічних процедур, таким чином, Корея стала країною з найбільшою кількістю громадян, які скористалися послугами пластичної хірургії. В цілому, кожен десятий кореєць піддавався зміні в своїй зовнішності.

Однак не тільки корейці користуються даними послугами, велика кількість іноземців користується послугами корейських медичних туристів. Так район Апкучжон в Сеулі, який також відомий під назвою Пояс Краси (Beauty Belt), концентрує понад 200 клінік пластичної хірургії [3].

Найпоширенішими операціями серед корейців є блефаропластика, риноластика і зміна овалу обличчя на V-подібну форму. Прагнення корейців мати не азійську зовнішність обумовлено історичними факторами. У період 1910-45 рр. Корея перебувала під владою Японії, колоніальна влада проводили жорстку авторитарну політику щодо населення, протягом усього періоду корейці піддавалися дискримінації. Колоніальний контроль Японії над Кореєю призвів до антияпонських настроїв і повної неприязні до всього, що пов'язано з Японією. Ці історичні події призвели до розквіту пластичної хірургії в Південній Кореї, яка стала провідною країною в блефаропластиці.

Спочатку почали проводитись операції на епікантусі, згодом, щоб уникнути звинувачень в копіюванні європейських стандартів краси корейці почали проводити операції зі зміни контурів обличчя. Таким чином, корейці сконструювали унікальну ідентичність, не схожу ні на азіатську, ні на європейську.

Іншим фактором, що вплинув на зростання популярності пластичної хірургії в Південній Кореї, є соціальна конкуренція. Бути корейцем значить бути конкурентоспроможним завжди і у всьому. Корейці приділяють велику увагу фізіогноміці і вірять в те, що певні риси обличчя принесуть їм удачу, високий статус і розкішне життя. Економічний і соціальний розвиток Кореї зробив доступною пластичну хірургію для громадян будь-якого достатку. На даний момент існує тенденція дарувати сертифікати на послуги пластичної

клініки на повноліття. Корейці вважають, що зміна зовнішності є інвестицією в майбутнє людини. Популярність пластичної хірургії набирає обертів і стає невід'ємною частиною корейської національної культури.

Корейськими медичними туристами є не тільки пацієнти, а й іноземні лікарі, які проходять стажування і підвищення кваліфікації на базі новітнього медичного обладнання в клініках країни. Корейські лікарі – це еліта суспільства, тільки 1% випускників середніх навчальних закладів вступає до медичних ВНЗ. Післядипломне навчання лікарів триває ще 7–8 років і проходить в кращих клініках США і Європи. До роботи на сучасному обладнанні, наприклад, на хірургічних системах daVinci, лікар проходить підготовку і отримує сертифікати за двома спеціальностями - хірурга і хірурга-ендоскопіста [2].

Таким чином, привабливість Кореї для медичного туризму визначає: державна підтримка, високий рівень медичних та інформаційних технологій, високий рівень фахівців, швидкість і точність діагностики, безперервна система контролю якості медичних послуг, доброзичливе обслуговування та гостинність, висока якість організації сервісу немедичних послуг, лояльність уряду країни до медичних туристів при проходженні митного контролю після зміни зовнішності і низькі ціни в порівнянні з країнами Європи та США.

#### **Список використаних джерел:**

1. Абенова Е. А. Опыт развития медицинского туризма Южной Кореи. *Материалы круглого стола «Формирование бренда казахского медицинского туризма»*. Университет «Туран», 2018. С. 5–8.

2. Набиева К. М. Развитие индустрии туризма в Южной Корее на современном этапе. *Казанский вестник молодых ученых*. 2020. Т. 4. № 2. С. 52–59.

3. Тастанбекова Ш. О. Мировой опыт развития и продвижения медицинского туризма на примере Южной Кореи. *Вестник КазНМУ*. 2016. № 4. С. 477–481.

4.Черномырдина С. О. Лечебный туризм в Южной Корее. *Science Time*. 2014. № 4. С. 279–284.

## **ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ**

**Барвінок Н. В.**, викладач

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

В останні роки туристична галузь в Україні розвивається швидким темпом, відіграючи все більш помітну роль в економіці країни. Разом з розвитком різних видів туризму, таких як культурний, оздоровчий, рекреаційний, спортивний, релігійний, бізнес-туризм тощо, екологічний туризм стає все більш популярним в Україні. Цей процес є відображенням світових тенденцій, що проявляється у розвинених країн світу. В останні роки екологічний туризм активно розвивається не тільки в таких європейських країнах, але також і в Азії, Північній Америці, Південній Америці та Австралії.

Екологічний туризм або екотуризм – це вид туризму, що полягає у подорожах до природних недоторканих людиною та природоохоронних територій. Екотуристи намагаються не здійснювати значного впливу на територію. Екотуризм сприяє освіті туристів і дає змогу збирати гроші на заходи зі збереження природи території, допомагає розвитку ізольованих поселень. Розвиток екотуризму часто розглядають як важливий засіб збереження довкілля для майбутніх поколінь [2].

Сьогодні розвиток екологічного туризму висвітлено у дослідженнях вітчизняних вчених у галузі туризму, в тому числі і екологічного: О. Бейдик, О. Дмитрук, С. Дмитрук, Ю. Зінько, М. Біржаков, Т. Лужанська, С. Махлинець, Л. Тебляшкіна, М. Рутинський та ін. У розробках цих авторів зазначається важливість вивчення важливих та перспективних напрямів діяльності та розвитку туристичної сфери і економіки України загалом. Особлива увага в роботах цих авторів приділяється екологічному туризму, його організації,



управлінню, культурній цінності, як для туристів так і для жителів місцевості, яка входить до території здійснення екологічного туризму.

Тема екотуризму є актуальною та своєчасною як для країн світу, так і для України. Цікавість до екотуризму зумовлена низкою причин, серед яких такі:

- значне збільшення антропогенного навантаження на природні систем, що зумовлює необхідність розробки науково-обґрунтованих заходів щодо збереження довкілля та унікальності природи;

- прагнення захистити населення промислово розвинених країн від стресу, нервового виснаження та різних захворювань шляхом процесів урбанізації;

- зміни в поведінці людей, що полягають у прагненні до тіснішого спілкування з природою, «занурення» в неї, продовження тривалості перебування в недоторканих куточках дикої природи;

- важливість формування ефективної системи екологічного виховання в напрямку любові до природи, її збереження та збільшення природних ресурсів;

- необхідність соціально-економічного розвитку територій з нерозвиненою сферою промисловості, але із багатою недоторканими природними комплексами та унікальним природним потенціалом, здатним зацікавити туристів;

- збереження та подальший розвиток соціокультурного середовища місцевого населення, що проживає поблизу природоохоронних територій.

Розвиток екологічного туризму на сьогодні вимагає виконання ряду умов:

- розвиток сучасної транспортної інфраструктури, що дозволить відвідати такі туристичні об'єкти;

- проводити розумну цінову політику для такого виду туризму, яка буде доступною для широкого кола населення з невисоким рівнем доходів;

- ефективна організація екологічних турів із залученням безперервної розробка нових маршрутів до віддалених куточків «дикої» природи;

- наявність привабливих та унікальних природних об'єктів, які сприятимуть еколого-естетичному вихованню туристів, які їх відвідуватимуть.

В останні роки екотуризм, як вид туризму, в Україні почав активно розвиватись. Це пов'язано наявністю на території країни різних унікальних об'єктів природи, які викликають цікавість туристів з усього світу, а це в свою чергу підвищує туристичний та рекреаційний потенціал України. Слід зазначити, що більшість природних комплексів України, які є об'єктами екологічного туризму, охороняються законодавством країни, а деякі з них належать до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО [5].

Карпатський регіон є одним з найбільш цікавих регіонів, адже велика частина земель регіону відноситься до природно-заповідного фонду України. Однак для розвитку екотуризму в Західній Україні важливі не тільки Карпати. Унікальним та багатим на природні та рекреаційні комплекси є і Поділля. Національний природний парк «Подільські Товтри», який є номінантом конкурсу «Сім чудес України», а також є багатим унікальними природними особливостями [3].

Також варто звернути увагу на Північний регіон України, який також має велику кількість об'єктів унікальної та неповторної природи. Територія Полісся – це великі за площею лісові масиви, густа мережа річок, озер і боліт. В регіоні збереглися як природні багатства, так і етнокультурна спадщина. Для розвитку екотуризму Полісся є всі необхідні передумови: наявність і багатство об'єктів природно-заповідного фонду, багатий склад видів флори та фауни.

Ще одним регіоном багатим на заповідні території є Узбережжя Чорного, де охороняються унікальні ландшафти та місця гніздування рідкісних видів птахів. Одним з найбільш цікавих об'єктів екотуризму є село Вилкове, яке ще називають «українською Венецією». Село оточене територією Дунайського біосферного заповідника і є дійсно унікальним, оскільки там зберігається рідкісна в Європі житлова забудова – замість вулиць тут система каналів, а за транспорт служать човни.

Також для розвитку екотуризму мають значний потенціал і степові області України (Миколаївська, Запорізька, Херсонська, Донецька), адже є багатими на об'єкти природно-заповідного фонду та багату унікальну степову

флору. Тут розміщені Український степовий природний заповідник «Єланецький степ», біосферний заповідник «Асканія-Нова». Також увагу привертає такий об'єкт екотуризму на Херсонщині, як Олешківські піски, який вважається найбільшим піщаним масивом Європи. У Донецькій області на березі річки Сіверський Донець розташований національний природний парк «Святі гори», який відноситься заповідної території завдяки своєму унікальному природньому ландшафту та рідкісним видам рослин цієї місцевості. В Миколаївській області, у долині р. Південний Буг розташований національний природний парк «Бузький гард». Унікальний він тим, природа тут мало змінена людиною. Також тут багатий та унікальний видовий склад флори і фауни, а виходи на поверхню гранітів надають рівнинному Бугу виду швидкої і бурхливої гірської річки. До складу національного природного парку входить урочище «Бузький Гард», що є пам'яткою історичного ландшафту Запорозької Січі, першої козацької республіки [4].

Важливим об'єктом для розвитку екотуризму є Букові праліси Карпат та інших регіонів Європи. Це транскордонний серійний об'єкт, який розташований на території 12 країн, займає площу 345838,62 га, 25 % з яких знаходиться на території України. Даний об'єкт цінний для екотуризму тим, що є взірцем недоторканих природних комплексів помірних лісів.

«Букові праліси Карпат та давні букові ліси Німеччини» 63 ділянки давніх букових лісів з десяти європейських країн на сесії комітету ЮНЕСКО у Кракові (Польща) 13 липня 2017 року ухвалили рішення включити до складу українсько-словацько-німецького об'єкта всесвітньої спадщини ЮНЕСКО [5].

Якщо врахувати можливості існуючих регіональних ландшафтних парків, то для розвитку екологічного туризму в Україні досить значні передумови, хоча на сьогоднішній день цей напрямок туристичної діяльності все ще знаходиться на стадії розвитку.

З метою істотного збільшення обсягів екотуризму в Україні в найближчі роки необхідно вирішити ряд завдань, таких як: формування науково обґрунтованої та стратегічної програми розвитку екологічного туризму в

Україні; якісна підготовка сучасних фахівців у даній галузі; розробка додаткових маршрутів і напрямків в сфері екотуризму; залучення внутрішніх та іноземних інвестицій; додатковий захист природних територій від впливу збільшення туристичних потоків.

Ефективне управління екологічним туризмом можливе за умов: зонування території, що передбачає обмежене відвідування, територій, що є особливо охоронними; координація туристичних потоків, спрямована на зменшення антропогенного навантаження; регулювання роботи комерційних підприємств в зонах екотуризму для контролю впливу інфраструктури; встановлення комерційних відносин з «екологічно чистими» туроператорами та організаціями; встановлення розумних цін на відвідування таких територій. Таким чином, України, яка має величезне природне різноманіття, має значний потенціал для розвитку екологічного туризму.

#### **Список використаних джерел:**

1. TerraIncognita. URL: <http://terraincognita.info/ukr/dest/ecotourism/42>. (дата звернення: 21.10.2021).
2. Екотуризм. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Екотуризм>. (дата звернення: 21.10.2021).
3. Любонько Т. В. Формування організаційно-економічного механізму розвитку екологічного туризму. *Ефективна економіка*. 2014. № 9. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3761> (дата звернення: 21.10.2021).
4. Терехух А. А. Сутність та значення екологічно-туристичних ресурсів у контексті розвитку екологічного туризму в Україні. *Вісник НУ «Львівська політехніка»*. 2012. № 727. С. 449–454.
5. Які об'єкти охороняє ЮНЕСКО в Україні? URL: <https://ukrainer.net/unesco-v-ukraini/> (дата звернення: 21.10.2021).

## РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ КРАЇНИ: ДОСВІД НОРВЕГІЇ

**Білоголова Н. М.**, *магістрант,*  
**Миронов Ю. Б.**, *к. е. н., доцент,*  
*Львівський торговельно-економічний університет*

На сьогодні туризм є однією з найбільш пріоритетних галузей з точки зору економічного розвитку країн, оскільки безпосередньо та опосередковано саме він виступає інструментом впливу на стан розвитку економічного сектору, а саме транспорту, будівництва, торгівлі, зв'язку тощо. Інакше кажучи, роль туризму, а зокрема ефективно діючої туристичної інфраструктури як об'єднання різних видів діяльності з метою створення належних умов задля реалізації туристичних послуг є вкрай важливою та потребує більш ретельного підходу з боку держави та суспільства.

Одним із найяскравіших прикладів країн з якісно розвиненою інфраструктурою туризму може слугувати Норвегія, яка, незважаючи на значну віддаленість від головних туристичних центрів, а також високу цінову політику надання туристичних послуг, незмінно входить до переліку лідерів країн Європи за кількістю вкладених у туризм коштів [1]. Зважаючи на все вищезазначене, детальний розгляд наявної туристичної інфраструктури Норвегії та врахування її особливостей з метою перейняття даного досвіду іншими країнами, зокрема Україною, є важливим внеском для подальшого більш ефективного розвитку даного напрямку діяльності не лише на державному, а й на міжнародному рівні.

Перш за все слід охарактеризувати головну, або як її ще називають, виробничу, інфраструктуру Норвегії, до якої входять об'єкти, що мають першочерговий пріоритет для подорожуючого. Зокрема це різноманітні підприємства з розміщення, харчування та послуги перевезення. Стосовно останнього можна одразу зазначити, що транспортування хоч і є доволі обмеженим через складний рельєф країни, а також значну її віддаленість від основних туристичних центрів Європи, все ж полегшує рівень доступу до товарів та послуг країни. Кількість транспортних засобів у Норвегії, за

офіційними даними, все ще продовжує зростати, що також свідчить про збільшення експортного потенціалу держави [2]. Періодичне оновлення устаткування транспортних засобів, крім того, прокладення нових шляхів перевезення дозволяє створити найбільш комфортні умови для здійснення подорожей доволі значної кількості туристів. Також завдяки цьому суттєво скорочуються затрати часу безпосередньо до туристичних центрів, що дозволяє туристам не витрачати зайвий час на подорож, що відносно полегшує сприйняття мандрівниками поїздки на значну відстань.

Готельна індустрія представлена великим різноманіттям вибору, хоча в країні відсутній їх поділ за наявними категоріями (тобто відсутня категоризація за зірками), що може заплутати деяких, особливо іноземних, туристів. Серед недоліків подібних закладів – ціна вище середньоєвропейського рівня, що суттєво знижує число потенційних споживачів послуг, у зв'язку з чим завантаженість таких закладів упродовж року становить близько половини. Останнє дозволяє туристам мати більше можливостей проживання у обраному ними готелі, проте водночас подібний низький попит не дає значного притоку фінансування у вказану діяльність з метою подальшого розширення номерних фондів готелів чи розвитку готельних мереж [3].

Підприємства харчування в країні представлені різноманітними закладами: кафе, піцеріями, барами та ресторанами. Останні мають у своєму меню страви всіх країн світу, що дозволяє задовольнити значну частину туристів. Найбільшим попитом серед мандрівників, що й не дивно, враховуючи особливості країни, користуються заклади, що пропонують класичне меню норвезької кухні, а саме страви з риби. Ціни стосовно харчування та напоїв досить високі, навіть у порівнянні з європейськими, проте належний рівень сервісу сповна це компенсує. Варто зазначити, що в країні продаж алкогольних напоїв сильно контролюється державою та зазвичай їх придбання відбувається безпосередньо в спеціалізованих або в загальнодоступних закладах за наявності посвідчення особи [4].

До супутньої інфраструктури туристичної галузі відносять доповнюючі об'єкти, в межах яких надаються додаткові послуги туристом, на зразок розважальних та спортивних закладів, закладів охорони здоров'я тощо. З усіх перелічених саме розважальні заклади, в порівнянні з іншими, представлені у найбільшій кількості, що й не дивно, враховуючи значні інвестиції з боку держави в цей сектор економічної діяльності. Найбільше в країні саме музеїв та театрів, що безпосередньо сприяє підвищенню рівня культури населення, а ще різноманітних парків та заповідників, які створені з метою збереження унікальної флори та фауни країни. Останнє особливо актуально з точки зору перспектив для використання вказаних ресурсів у туризмі. Тож нічого дивного, що в країні надзвичайно популярним є саме екологічний туризм, особливо серед місцевого населення та значної кількості іноземних відвідувачів [2].

Стосовно інших закладів допоміжного характеру, а саме закладів охорони здоров'я, комунальних, соціальних служб та ін., треба відзначити їх незначну кількість, пов'язану передусім з малою чисельністю самого населення країни. Проте, стосовно всіх закладів, розміщених у Норвегії, слід відзначити позитивну динаміку зростання їх кількості, що обумовлено значними надходженнями з галузі туризму [2].

Найпопулярніші види туризму у Норвегії – екскурсійний, гірськолижний, активні види відпочинку, зокрема риболовля, піші походи в гори та ін. До уваги туристів пропонується також екстремальний туризм, що в даній країні представлений дайвінгом, рафтингом та сноубордингом. Інакше кажучи, завдяки наявній широко розвиненій інфраструктурі та правильній політиці держави відносно туризму, використання наявних туристичних ресурсів та історико-культурної спадщини, країна може поєднувати різні види туристичної діяльності [4].

Наразі, в зв'язку із пандеміологічною ситуацією, Норвегія обмежена для багатьох туристів, виняток становлять громадяни країни, а також особи, котрі пройшли повний курс вакцинації. На норвезьких сайтах доволі багато інформації на цей рахунок, що дозволяє туристу бути більш інформованим, а

отже обачним та краще орієнтуватися в ситуації. Задля відвідування країни туристам необхідно зареєструватися на офіційному сайті Міністерства охорони здоров'я [5]. Тобто, уряд країни досить відповідально ставиться до безпеки власних громадян та іноземних туристів, підтримує заходи безпеки, інформуючи про стан справ.

Враховуючи все вищезазначене, досвід Норвегії з питань формування та підтримання туристичної інфраструктури має важливе значення для усієї міжнародної спільноти та зокрема України, яка також володіє значною кількістю унікальних природних ресурсів і має усі передумови для ефективного та масштабного розвитку туристичної галузі.

#### **Список використаних джерел:**

1. Economic Impact Reports. URL: <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact/economic-data-search-tool>.
2. Statistics Norway. URL: <https://www.ssb.no/en>.
3. Чеканова Н. Путешествуй с удовольствием. Норвегия : учебник. М.: Университетская книга, 2013. 365 с.
4. Йенс Уве Кумпх. Норвегия: путеводитель. М.: Аякс-Пресс, 2012. 108 с.
5. Посольство України в Королівстві Норвегія. URL: <https://norway.mfa.gov.ua/>.

### **ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ**

**Бражник Н. О.,** *магістрант*  
*Науковий керівник: к. е. н., доцент Радіонова О. М.,*  
*Харківський національний університет*  
*міського господарства імені О. М. Бекетова*

Діловий туризм з кожним роком набуває все більшої популярності. Він дозволяє одночасно укласти ділову угоду та відпочити кілька днів у новій обстановці. Діловий-туризм сформувався як самостійна гілка сучасного туризму в останні десятиліття минулого століття і на сьогоднішній день є одним з популярних напрямків туріндустрії, що користуються високим попитом.



У сучасних умовах, фахівці сфери ділового туризму використовують поняття «MICE», яке повністю відображає структуру даного виду туризму: Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions (рис.1).



Рис.1. Складові ділового туризму

У діловій сфері термін MICE-туризм поєднує у собі 3 типи заходів.

Перший тип – це різні поїздки по відрядженню, зустрічі, конференції, а також саміти та багато іншого. Проводяться дані заходи різними компаніями, корпораціями та обмеженнями від дрібних до великих з різними цілями, переважно носять суто комерційний інтерес, це може бути якийсь бізнес-план, створення різних бізнес-ідей та продуктів для отримання заробітку. Даний тип заходів найпоширеніший у світі, оскільки близько 80 % компаній та організацій у світі більшість з яких Європейські користуються послугами туристичних організацій для організації ділових заходів та зустрічей.

Другий тип – це проведення ярмарків та заходів, метою якого є показ представлення або презентації різних послуг а також продуктів для споживачів і просування даного продукту в маси. Самі учасники ярмарків та торгових виставок поділяють на 2 групи: 1) Експоненти – це юридичні особи, установа, організація, що представляють та водночас рекламують якийсь продукт чи експонат на виставці та ярмарках; 2) Це самі споживачі що купують даний продукт, однак у цю ж категорію потрапляють і різні бізнесмени, що, як

правило, у діловому туризмі укладають угоди з експонентами і тим самим укладають з ними договори [1].

Варто також згадати, що на виставках та ярмарках існують такі класифікації:

- за частотою їх проведення – разові, з періодичністю, за сезоном;
- за учасниками – національні міжнародні, внутрішні;
- з метою – реалізація продажів, а також для подання інформації про різноманітні наукові досягнення;
- за способом проведення – постійні на місцях або пересувні;
- за способом проведення – тематичні, багатофункціональні, галузеві;

Третій тип – це інсентив-тури, існує даний тип заходів з метою тренінгу, заохочення, навчання або перенавчання співробітників для підвищення кваліфікацій. Такі заходи проводяться для учасників компаній, корпорацій та ділових партнерів у вигляді: конференції, презентації, зустрічі, семінару, наради тощо.

Інсентив-туризм – це заохочувальна поїздка, що на власні кошти організовує фірма для своїх співробітників або партнерів, часто – з метою нагороди за досягнуті успіхи і високі показники для сфери бізнесу в справах своєї фірми [2].

Організація бізнес-турів має свою специфіку. Як правило, бізнесмени планують свої поїздки за декілька днів, а то і місяців, переважно на «високий сезон» у виставковому бізнесі, який зазвичай припадає на лютий-травень, а також на вересень-листопад. При організації ділових поїздок як правило необхідно знайти найкоротшу стиковку авіарейсів, найближчий до виставки готель, найзручніший трансфер, тощо.

Основа ділової поїздки – програма зустрічей і заходів, заздалегідь спланованих і насичених. Туристичним компаніям без копіткої роботи з клієнтом, розуміння специфіки його професійної діяльності і чіткого бачення саме ділової мети його поїздки не обійтись. Ділові поїздки організуються, як правило, з повною культурною і екскурсійною програмою. У стандартну

програму входить проживання, сніданки, трансфери, оформлення візи. Додатково надаються такі послуги як: акредитація на виставку або вхідні квитки, послуги гідів, перекладачів, додаткові переїзди або оренда автомобіля і багато іншого, що може бути необхідно на тому чи іншому заході. Клієнтам пропонуються спеціальні тарифи на перельоти в бізнес класі, організація VIP послуг в готелях, аеропорту та багато іншого.

Будучи одним з видів туризму, діловий туризм набуває все більшого визнання і стає найбільш динамічно-розвиваючим напрямком. Інтерес до розвитку ділового туризму зростає на всій території України. Це легко пояснити тим, що діловий турист витрачає вдвічі, а то і в тричі більше коштів, ніж звичайний турист, а в силу своєї специфіки, діловий туризм поза сезонності – попит на нього не має таких різких спадів і підйомів як у інших видів туризму. Діловий туризм – це одна з найважливіших умов успішного бізнесу і найважливіший елемент в житті ділової людини.

#### **Список використаних джерел:**

1. Смірнова О. А. Туризм і культурна спадщина. Міжвузівський збірник наукових праць. *Особливості розвитку ділового туризму в Європейському регіоні*. URL: <http://infotour.in.ua/smirnova2.htm>.

2. Зима О. Г., Кузьминчук Н. В. Ін센див-туризм як приклад успішного менеджменту організацій. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2012. Вип. 1 (2). С. 275–282. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/zyma2.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/zyma2.htm).

## **АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ**

**Бутєва Н. І., магістр**  
*Національний педагогічний університет ім. М. П. Драгоманова*

За часів пандемії значної актуальності у багатьох країнах набув внутрішній туризм, який став «локомотивом і каталізатором» економічного

зростання. Але в Україні внутрішній туризм є однією з проблемних ланок, бо існує низка соціально-економічних чинників, що стримують його розвиток.

Актуальність проблеми зумовлена тим, що сьогоднішній стан і розвиток внутрішнього туризму залишається однією з головних проблем України та потребує позитивних змін на основі досягнень і помилок минулого з метою максимального покращення та перспективного економічного розвитку. Також в тезах виявлено актуальні проблеми та визначено перспективи щодо розвитку сучасного внутрішнього туризму України.

Вивченню питання проблематики та розвитку туризму присвячено праці таких вітчизняних фахівців як: І. Десятніков, Т. Ореховська, Л. Давиденко, Л. Марценюк, Ю. Юхновська, Ю. Бараш.

Об'єктом для дослідження вищезазначених проблем є популярне в останній час місто Приазов'я – Бердянськ.

Для початку треба надати визначення терміну «внутрішній туризм». На думку Шацької З. Я., «внутрішній туризм – це подорожі громадян України та осіб, що постійно в ній проживають, у межах державних кордонів для відпочинку, задоволення пізнавальних інтересів, занять спортом тощо». [1] Важливим фактором для подальшого злагодженого розвитку внутрішнього туризму є розробка стратегії – плану або курсу, за яким потрібно діяти для розвитку курортного, економічно розвиненого та культурного міста. Прикладом є ухвалена 30 серпня 2018 р. на VII скликанні Бердянською міською радою, «Стратегія розвитку м. Бердянськ на період до 2027 р.» Згідно цієї стратегії, «Бердянськ має стати у майбутньому розвиненим центром відпочинку, оздоровлення та різноманітного дозвілля Північного Приазов'я, інвестиційно привабливим містом, з конкурентоспроможним бізнесом, що будується на засадах сталого розвитку та створює нові робочі місця, комфортним містом для проживання зі здоровим довкіллям, з ефективною системою управління, якісними муніципальними послугами та активною громадою» [2]. Але на сьогодні зазначене не досягнуте. Тепер можна перейти безпосередньо до проблематики досліджуваного об'єкта.

Перша і найважливіша проблема для міста зі статусом "курорт" – це відсутність доступу до пляжів. Є безліч пляжів, які знаходяться в міській власності. Міські пляжі не обладнані, сильно забруднені, і, у випадку шторму, за територією не доглядають. Є платні пляжі, які знаходяться в оренді і, як правило, такі пляжі порушують спокійний відпочинок гучною музикою, переважно невисокого рівня, курцями і алкоголем. Недалеко від таких пляжів розташовані гори сміття, яке не поспішають прибирати орендарі таких пляжів.

Море викидає величезну кількість камки (морська трава), яка протягом тижнів лежить на піску під сонцем і гниє. У цих купках також присутні мертві тварини, ланцетник, а також продукти життєдіяльності людини: пластик, металеві банки з-під пива, скляні розбиті пляшки, загублений одяг та інше. У цих купках сміття знаходять собі житло інші тварини такі як: змії, гадюки, щури, блохи. На пляжах відсутні душові, колонки з питною водою і водою для миття ніг. Відсутні роздягальні.

Найактивніший сезон для туристичних поїздок на курорти Приазов'я - це літо. І протягом двох років в цей період сильно проявилось заселення моря медузами великих видів, а саме, отруйний корнерот. Дорослі особини цього виду досягають 60 см в діаметрі і здатні досить сильно обпекти шкіру, очі дорослих і дітей. Море виносить медуз на узбережжя, де вони проводять свої останні дні, у спеці і загниванні на сонці. Узбережжя виділяє смердючі випаровування, пісок в прибережній зоні також обпікає ноги, оскільки тут продукти розкладання отруйних частин тіла тварин. І знову, повертаємося до відсутністю підведених джерел води для того, щоб можна було вимити уражену шкіру в разі опіку новими жителями наших пляжів.

Ще одна проблема, яку не здатна вирішити місцева влада - це велика кількість комарів. В цілому, комарі завжди були частиною екосистеми Приазов'я, але в останні роки проблема проявилась особливо гостро: якщо раніше на отруєння комарів в межах міста виділялися кошти, то в сучасній системі бюджету не виявлено коштів на вирішення цієї проблеми. Комарині зграї турбують жителів і гостей міста. Відпочиваючі дуже незадоволені

перебуванням на курорті, їдуть в досаді, передають всім інформацію про ці проблеми.

Наступне питання стосується відсутності туристичної екскурсійної культурної програми в місті. Немає грамотно продуманих маршрутів, легенд і фішок міста. Немає регулярних, підтримуваних державним бюджетом, фестивалів, які б залучали туристичний рух хоча б на один тиждень за літо.

Ще один неприємний момент, який має важливе місце в місті – ресторани в центральній прибережній зоні. Регулярно прибуває луна-парк і на проході виростають безліч ларьків. Ці місця нехтують санітарними нормами, літо є проблемним щодо харчових отруень та вирішень цього питання. Проблемою є відсутність мережі доступного якісного громадського харчування, де відпочиваючі могли б спокійно, надійно і правильно харчуватися в період відпочинку.

Через екологічну катастрофу: медузи, комарі, змії на пляжах, морська трава після штормів, пандемія, – загальний психологічний стан жителів і гостей міста відзначено депресивним.

Але це далеко не всі проблеми розвитку туризму в Бердянську. Т. Шелеметьєва виділяє наступні питання:

- застаріла матеріально-технічна база більшості закладів оздоровлення;
- невідповідний рівень обслуговування в більшості закладів відпочинку;
- недостатньо презентований туристичний потенціал міста на всеукраїнському та зарубіжному ринках [3].

Тепер щодо перспектив розвитку. У Бердянську є чудові природні ресурси, які на сьогодні закинуті. Бердянські лікувально-оздоровчі санаторії можна відвідувати цілий рік. Саме тут повітря насичене солоними йодистими випарами морської води. Люди здатні одужати від захворювань різного роду. Є перспективи розвитку міста в курортно-санаторній сфері а також щодо культурного розвитку. Потрібно велике фінансування музеїв, палаців культури і Центральної бібліотеки. Бердянська Коса є заповідником, який вимагає постійної уваги, але не терпить варварської забудови багатопверховими

готельними комплексами. Раніше тут були багато видів диких тварин. До екологічної сфери Бердянська необхідний ґрунтовний підхід, тому що саме природа тут є головним пріоритетом курортної справи і туристичної проблематики.

Таким чином, підсумовуючи описані питання, можна зробити висновок, що Бердянськ має достатній потенціал для розвитку туристичної, лікувально-оздоровчої та курортно-рекреаційної сфери та подолання вищезазначених проблем.

### **Список використаних джерел:**

1. Шацька З. Я., Акульшин М. І. Актуальні проблеми та перспективи розвитку сфери туризму в Україні. URL: [http://economyandsociety.in.ua/journals/19\\_ukr/108.pdf](http://economyandsociety.in.ua/journals/19_ukr/108.pdf).

2. Стратегія розвитку м. Бердянськ на період до 2027 р. URL: <http://pleddg.org.ua/wp-content/uploads/2018/09/Strategiya-Berdyansk.pdf>.

3. Шелеметьєва Т. В. Передумови досягнення стратегічних цілей розвитку туризму в українських містах як об'єкта управління. URL: [http://bses.in.ua/journals/2018/34\\_2018/10.pdf](http://bses.in.ua/journals/2018/34_2018/10.pdf).

4. Юхновська Ю. О. Проблеми та перспективи розвитку туристичної, лікувально-оздоровчої та курортно-рекреаційної сфери Запорізької області. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/12/355.pdf>.

## **ГОЛОВНІ ПЕРЕШКОДИ ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ**

**Глазков В. В., студент**  
*Науковий керівник: Братченко Л. Є.,  
Криворізький державний педагогічний університет*

Перш ніж розглядати проблеми туристичного бізнесу в Україні, необхідно означити туристичний потенціал нашої держави. Отже, туристична галузь в Україні, як і світі загалом, виступає важливою складовою соціально-економічного розвитку. За даними досліджень, позитивний вплив туризму на

економічну діяльність постійно зростає [1]. Україна посідає одне з провідних місць в Європі щодо забезпеченості курортними та рекреаційними ресурсами. Серед них найбільш цінними є унікальні кліматичні зони морського узбережжя та Карпат, а також мінеральні води та лікувальні грязі практично всіх відомих бальнеологічних типів. Згідно з даними, курортні та рекреаційні території в Україні становлять близько 9,1 млн.га (15%) території. Оцінка потенціалу курортних та природних лікувальних ресурсів дає підстави розраховувати, що Україна має перспективу розвитку туристичної галузі [2].

Але попри наявність позитивних факторів розвитку туристичної діяльності в Україні існує безліч перешкод, що спричиняють гальмування даної галузі. Охарактеризуємо їх нижче.

Однією з головних проблем розвитку туристичного бізнесу є фінансування даної галузі. У зв'язку із бойовими діями на території України впродовж 2015–2018 рр основним пріоритетним напрямком фінансування була військова сфера. Але варто зауважити, що наразі існує оптимістична тенденція вирішення даної проблеми. У бюджет 2021 року було закладено численні кошти на розвиток туристичного потенціалу України [3].

Ще однією не менш важливою проблемою, яка виступає логічним наслідком вищезазначеного, є існування політичної нестабільності на теренах нашої держави. Анексія Криму й події на Сході та Півдні України вже сьогодні вплинули на зниження розмірів в'їзних і внутрішніх туристичних потоків і на збільшення обсягів виїзного туризму. Адже частина українських туристів, яка надавала перевагу відпочинку біля моря, змушена їхати за кордон або відмовитися від такого виду відпочинку. Також безліч ЗМІ Росії дезінформують населення своєї федерації різною пропагандою, тим самим скорочуючи чисельність бажаючих відвідувати Україну. Ще й економічна нестабільність є не дуже привабливим аспектом як для населення євразійського континенту, так й інших материків.

Також однією з головних перешкод ефективного розвитку туристичного бізнесу в Україні протягом останніх років залишається слабка туристична



інфраструктура. Це підтверджують і статистичні дані. Так, кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України є незначною порівняно з масштабами в'їзного, виїзного та внутрішнього туризму. Пояснюється це недостатньою кількістю готельного фонду, навіть попри щорічне його зростання. У свою чергу, нестача готельних номерів зумовлює дуже високі за міжнародними стандартами ціни на готельні послуги, які не завжди задовольняють потреби міжнародного туристичного потоку [4].

Важливою проблемою сьогодення вважається технологічна відсталість галузі. В Україні практично не застосовуються туристичні технології, які в розвинених країнах стали повсякденними: електронні інформаційні довідники щодо готелів, транспортних маршрутів з переліком і зазначенням вартості послуг, які ними надаються. Це не дає можливості зручно користуватися клієнтам певними туристичними послугами, що надають відповідні підприємства нашої держави. Однак останнім часом в сфері інформаційних технологій України спостерігається значне поживлення, тому слід активно використовувати цю можливість для наближення до виходу на світовий рівень обслуговування клієнтів.

Велике податкове навантаження, що є перешкодою для потенційних інвесторів у сферу туризму, є одним із провідних напрямків гальмування розвитку туристичної сфери. З метою заохочення іноземних інвесторів у доцільності вкладення капіталу в економіку України, необхідно провести ряд соціально-економічних реформ, щоб покращити інвестиційний клімат країни. Також, за допомогою активних маркетингових дій, необхідно інформувати іноземних туристів про доступність відпочинку. Пріоритетними цільовими ринками для залучення іноземних туристів можуть стати КНР, Катар, ОАЕ, Саудівська Аравія, Кувейт, тощо[5]. Для того, щоб зробити туристичний бізнес в Україні більш привабливим, необхідно надавати державні податкові пільги для власників об'єктів туристичної інфраструктури. Так, у багатьох розвинених країнах Європи існують знижені ставки ПДВ саме для цього бізнесу. Інвестиційна привабливість українських об'єктів сильно зростає, якщо ставка

ПДВ становитиме близько 5-10%. Така зміна податкового законодавства призведе не до збитку для бюджету, а до його наповнення за рахунок залучення коштів інвесторів [6].

Не варто забувати також і про недостатнє фінансування для підтримання в належному стані та реконструкції історико-архітектурних пам'яток України. Як відомо, на сьогодні багато історичних будівель знаходяться в аварійному стані, а отже – необхідне їх якісне відновлення, тобто реставрація. Українським законодавством передбачено чимало механізмів та інструментів юридичного захисту нерухомої культурної спадщини, чи то історичне середмістя, історична споруда, комплекс або пам'ятне місце: історико-архітектурні опорні плани, зони охорони різних режимів, облік та наукова реставрація пам'яток. Проте донині в Україні не розроблено сталої моделі збереження історико-архітектурної спадщини. Існуючі норми мають характер примусу, жорсткого контролю та покарання за невиконання, що не сприяє заохоченню та стимулюванню недержавних ініціатив. В умовах ринкової економіки, існування різних форм власності держава не може повністю взяти на себе забезпечення ресурсної бази збереження і реставрації пам'яток та визначних місць. Українське законодавство практично не має відповіді на питання щодо узгодження пам'ятко-охоронних вимог та права приватної власності. Країні бракує успішного досвіду приватної ініціативи або приватно-громадського партнерства у підтримці пам'ятко-охоронної діяльності. Тож постає питання про створення умов та можливостей для зацікавлення і залучення різних учасників у збереження культурного надбання, про формування середовища заохочення взаємовигідної співпраці усіх зацікавлених сторін.

Не менш важливими проблемами розвитку туристичного бізнесу в Україні також є:

- недосконалість законодавчої бази;
- відсутність належного транспортного сполучення та умов для прийому туристів;
- вузький асортимент та низька якість туристичних послуг;

- низька конкурентоспроможність туристичного продукту на вітчизняному та зарубіжному ринках;
- відсутність належної мотивації для розвитку туристичного бізнесу;
- недостатня розробленість туристичних маршрутів;
- нестача професійних кадрів у сфері туризму;
- відсутність ефективної стратегії розвитку туризму на державному та регіональному рівнях.

Але не варто забувати про головну проблему туристичного бізнесу не тільки як для України, а й для усього світу: перебіг пандемії COVID-19, що стає перешкодою не тільки міжрегіонального, але й внутрішньо-державного туризму країн світу. Безліч виїзних заборон, закриття держав на локдауні, обмеження повітряного простору світових країн негативно відобразилося на туристичних потоках не тільки України, а у світі загалом. Назараз, коли ситуація з пандемією дещо стабілізувалась, туристичний бізнес світу та України зокрема починає оговтуватися. Сьогодні розробляється безліч програм та законодавчих актів, які дозволяють безпечно існувати туризму для людства.

Незважаючи на існуючі труднощі, ситуація в українському туризмі поступово змінюється на краще. Стратегія розвитку сфери туризму і курортів України на період до 2022 року спрямована на вирішення проблем комплексного розвитку сфери туризму, готельного господарства, курортів, санаторно-курортного обслуговування, підтримку створення та модернізації туристичної інфраструктури, забезпечення належної якості туристичних і курортних послуг, ефективного використання видимого туристичного потенціалу.

#### **Список використаних джерел:**

1. Арбузова Ю.В. Перспективні напрями розвитку зеленого туризму в Україні. *Інформаційні технології в освіті, науці та виробництві*. 2013. Вип. 3(4). С.120–128. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/arbuzova.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/arbuzova.htm).
2. Гордієнко В. Туризм - рушій соціально-економічного розвитку країни. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/gordienko.pdf](https://tourlib.net/statti_ukr/gordienko.pdf).

3. УНІАН – В проекте госбюджета на 2021 год предусмотрено 209,5 миллионов гривен на развитие туризма. URL: <https://cutt.ly/bRSJXcb>.

4. Travel & Tourism 2015. London: World Travel & Tourism Council, 2015. 44 с. URL: <https://wttc.org/>.

5. Рябова Т. А. Стан та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні. 2018. URL: <https://cutt.ly/9RSKtoM>.

6. Kravtsova, A. V. (2016), Model' derzhavno-pryvatnoho partnerstva v sferi ukrains'koho turyzmu [A model of public-private partnership in the sphere of Ukrainian tourism], Naukovyj visnyk Poltav's'koho universytetu ekonomiky i torhivli (seriia «Ekonomichni nauky»), no. 1 (72), pp. 70–76 [in Ukraine]. URL: <http://bazekon.icm.edu.pl/bazekon/element/bwmeta1.element.ekon-element-589877>.

## **ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ**

**Горбаченко А. А., студент**

*Науковий керівник : к. е. н., доцент Поворознюк І. М.,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Туризм є одним із найперспективніших напрямків соціально-економічного розвитку країни. В умовах пандемії приділяється якомога більше уваги його розвитку та удосконаленню, щоб заохотити людей розвивати перш за все внутрішній туризм своєї країни та зробити його більш привабливим для іноземців.

В умовах пандемії велика кількість підприємств не витримує конкуренції та нових правил санепідемстанції, що спонукає владу заохочувати людей зайнятися підприємницькою діяльністю, а підприємців – створювати емоційно привабливе середовище, щоб привернути увагу туристів.

Головним наразі для усіх людей залишається їхня безпека, тому українці стали рідше їздити за кордон. Можна вважати, що це є перевагою для розвитку внутрішнього туризму країни, адже ті люди, які раніше їздили подорожувати за кордом, наразі віддають перевагу мандрівкам у своїй власній країні. Так, як люди облишили довгострокові відпустки, популярними стають сіті-брейк тури та гастротуризм.

Туристичні підприємства повинні гарантувати безпеку мандрівникам та відповідати суворим протоколам гігієнічних стандартів. Введення нових систем дезінфікування кімнат, безконтактний режим реєстрації та обслуговування, надання безкоштовних масок та антисептиків для рук, – все це може заохотити туристів, відвідати саме ваш заклад [4].

Висновки про перебування туристів у різних куточках України можна зробити виходячи з даних Держподаткової служби: «Сума надходжень до місцевих бюджетів від турподатку в 2020 році склала близько 130 мільйонів гривень, що на 34% менше, ніж роком раніше. Однак, стверджувати про об'єктивність цих даних щодо реальної кількості туристів не можна. Адже турподаток сплачують заклади, що працюють офіційно, а значна частина підприємств працюють в «тіні» [1].

За результатами соціологічного опитування, люди задоволені подорожами у власній країні, але відмічають що складнощі завдає стан доріг та система транспорту. Відмічають також, що однією з головних проблем туризму в Україні є контраст між очікуванням і реальністю та повна відсутність сервісу в деяких закладах [1].

Не дивлячись на те, що люди прагнуть подорожувати, відвідувати нові місця, сфера туризму страждає від великих збитків. За даними Всесвітньої туристичної організації, втрати туристичної сфери за час пандемії можуть досягти 1 трлн дол. На даний час, індустрія вже підрахувала збитки, які склали більше 195 млрд дол» [2].

Наразі кожне підприємство знаходиться у боротьбі за увагу потенційних клієнтів туристичних послуг. Стандартні послуги та рутинні пропозиції, вже не зацікавлюють туристів сьогодення. Потрібно створювати максимально комфортне середовище для споживача, не забувати про емоційне підкріплення та різноманітні «фішки» закладу.

Спеціалісти радять не зникати з поля зору споживачів послуг і постійно інформувати їх про будь-які зміни, використовувати нові методи просування товарів та підключити до цього різні популярні на сьогоднішній час соціальні

мережі і обов'язкового враховувати контингент людей на який спрямовується реклама.

Для подолання наслідків пандемії у сфері туристичного бізнесу потрібне фінансування розвитку інфраструктури, охорони пам'яток, музейної безпеки та розвитку сучасних електронних комунікацій.

Хоча Україна і відстає у темпах вживання заходів на підтримку туристичного сектору, хотілося б зауважити те, що наша держава підтримує відкриття малого бізнесу у вигляді доступних кредитів та відтермінуванням сплати боргових та податкових зобов'язань. Зрозуміло лиш те, що ситуація з епідемією розвивається досить непередбачувано і не всі туристичні підприємства встигають переформатувати свою роботу відповідно до санітарних вимог.

Закладам, потрібно не зупинятись на досягнутому та постійно вдосконалюватися, проводити кваліфікаційні навчання персоналу, вчитися працювати дистанційно та надавати свої послуги віддалено. Досить популярним стає онлайн туризм, але нажаль не всі вміють працювати в різних форматах використовуючи соціальні мережі, телебачення та робити 3D тури.

Підсумовуючи, можна сказати що діяльність туристичних підприємств зараз в повній мірі залежить від зняття або введення карантинних обмежень. Багато людей залишилося без роботи та заощаджень, тому більшість з них не може дозволити собі якісний відпочинок. Для того, щоб туризм у повній мірі відновився після пандемії, потрібно застосовувати нові технології удосконалення обслуговування та правдивого інформування туристів. Я вважаю, головним є швидке пристосування та переформування роботи закладів в залежності від проблем або змін, які можуть виникати не тільки на рівні суспільства, а й планети в цілому.

#### **Список використаних джерел:**

1. Як пандемія вплинула на внутрішній туризм в Україні : веб.сайт. URL : <https://www.dw.com/uk/yak-pandemiia-vplynula-na-vnutrishnii-turyzm-v-ukraini/a-57063848> (дата звернення: 11.10.2021).

2. Туристичний бізнес під час пандемії: висновки та ключові інсайти : веб.сайт. URL: <https://eba.com.ua/turystychnyj-biznes-pid-chas-pandemiyi-vysnovky-ta-klyuchovi-insajty/> (дата звернення: 23.10.2021).

3. Горбань Ю. До речі, в туризмі Україна не пасе задніх. 2019 : веб.сайт URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2664756-do-reci-v-turizmi-ukraina-ne-pase-zadnih.html> (дата звернення: 11.10. 2021).

4. Дмитро Сероухов . Туристична галузь: важкий шлях до відновлення. 2021: веб.сайт URL : <https://www.epravda.com.ua/columns/2021/05/21/674127/> (дата звернення: 21.10. 2021).

## ТУРИСТИЧНА ІНДУСТРІЯ ТА ЇЇ ОСОБЛИВОСТІ

**Івасюк Р. В., студент**

*Науковий керівник: к. е. н. Сем'ячук П. М.,*

*Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова*

На даному етапі туристична індустрія є однією із динамічно прогресуючих сфер світового господарства. Туристична індустрія водночас є самостійним видом економічної діяльності та одним із різновидів міжгалузевого комплексу.

Доцільно здійснювати поділ функціонуючої системи підприємництва в туристичній сфері на дві частини, а саме – туристична індустрія й індустрія гостинності. Туристична індустрія є складною системою господарювання туроператорів, туристичних агенцій, транспорт, індустрію розваг, екскурсійно-просвітні організації. Індустрія гостинності включає готелі, мотелі, хостели інші заклади розміщення, ресторани, піцерії, закусочні, їдальні, кав'ярні, кафе й інші заклади харчування, а також суб'єкти надання побутових послуг і зв'язку.

До прикладу, М. Мальська вважає правильним використовувати затверджену законодавством термінологію, згідно якого індустрія туризму включає «організаторів туризму (туроператори і туристичні агенти), перевізників, готелі та інші підприємства системи розміщення, підприємства громадського харчування, заклади системи розваг, підприємства банківської сфери, страхового бізнесу тощо» [1, с. 117]. Натомість О. Любіцева трактує

індустрію туризму «як міжгалузевий господарський комплекс, що спеціалізується на створенні турпродукту, здатного задовольняти специфічні потреби населення у проведенні дозвілля у подорожі шляхом виробництва та реалізації товарів і послуг туристичного призначення» [1, с. 117].

Особливостями туристичної індустрії є предмет її діяльності, а саме – надання клієнтам туристичних послуг і створення туристичного продукту.

Туристична послуга представлена комплексом дій туристичними агенціями, туристичними операторами, туристичними компаніями, рекреаційно-туристичними й рекреаційно-курортними комплексами, закладами гостинності, закладами розміщення й готельно-ресторанними комплексами, які здійснюються з метою задовольнити низку потребспоживачів, себто туристів. Варто зазначити, що туристична послуга є складовою компонентою туристичного продукту. Разом із тим, туристична послуга може бути придбаною туристами і спожитою ними безпосередньо на місці її надання. Туристичні послуги за своєю суттю поділяються на основні (ті, що входять до складу туристичного пакету), а також додаткові й супутні.

Туристичний продукт є комплексом туристичних послуг, що надаються з необхідністю задоволення потреб туристів за весь період його подорожі. У структурі туристичного продукту виділяють послуги і товари. Особливістю туристичного продукту є те, що його можна замовити й оплатити за місцем свого проживання, але спожити виключно в тій місцевості, де було створено туристичні послуги. У науковій літературі й туристичній практиці неодноразово можна зіткнутися з ототожненням поняття «туристичний продукт» з категоріями «тур» і «туристичний пакет».

Виходячи з вищесказаного вважаємо за потрібне навести цікаві думки дослідників і практиків туристичної сфери. Так, І. Кулич пропонує власне бачення структури туристичного продукту, до якого входять: «1. Турпакет. 2. Додаткові туристичні послуги – оформлення віз туристам, екскурсійна програма, прокат автомобіля, медичне страхування та інші послуги, що не включені у вартість турпакета. 3. Товари туристичного призначення – усе, що



знадобиться туристу в місці перебування, в тому числі сувеніри та інформаційно-довідкові матеріали (карти, каталоги, довідники)» [1, с.116].

Л. Марценюк пропонує власну версію, згідно якої «створення конкурентоспроможного туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби населення країни та забезпечити розвиток територій – це і є стратегічна мета розвитку туристичної галузі в Україні. Ключовим завданням є оптимізація зв'язків туризму і культури. Саме національна культурна спадщина в більшості країн є потужним генератором залучення туристичних потоків. Важливими факторами, що впливатимуть у подальшому на розвиток ринку туризму, є: демографічні зміни, матеріальний та соціальний стан населення, рівень освіти, тривалість відпустки, професійна зайнятість та багато інших чинників» [2, с. 78–79].

До цього слід додати, що індустрія туризму стала важливим соціальним і політичним явищем на національному рівні, що здійснює вагомий вплив на економіку багатьох країн та регіонів. Сучасний туризм практично інтегрує з багатьма галузями національного і світового господарства.

В. Маховка запевняє, що особливість індустрії туризму, як важливої і перспективної структурної компоненти національної економіки «полягає в задоволенні людських потреб щодо пізнання навколишнього світу, унаслідок чого відбувається інтенсивний його розвиток в розвинутих країнах світу. Економіка туристичного бізнесу являє собою, з одного боку, сукупність суспільних відносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності, тобто при виробництві, розподілі, обміні та споживанні туристичних послуг (турпродукту), яка вивчається економічною теорією, а з іншого боку, є складовою частиною народногосподарського комплексу країни, як катализатора економічного зростання» [3].

Туристична індустрія, у світовому економічному сприйнятті, має швидкі темпи розвитку та урізноманітнення надання туристичних послуг і туристичного продукту. З досліджень Т.Момонт ми дізнаємося, що «туризм входить до трьох найбільш експортних галузей, поступаючись

нафтовидобувній промисловості й автомобілебудуванню. На даний час туризм є найрентабельнішою сферою світового господарства. Основу розвитку туристичної індустрії формують такі суттєві моменти: а) збільшення частки в'їзного туризму; б) зменшення диспропорції між ресурсним забезпеченням і ступенем його використання; в) пропагування національного туристичного продукту; г) державна підтримка вітчизняного туризму» [4].

Таким чином, індустрія туризму завдяки добре налагодженим та органічним зв'язкам функціонує як міжгалузевий комплекс в економіці країни. Національні, регіональні й муніципальні органи публічного управління повинні сприяти правовими, фінансово-економічними і кадровими методами для розвитку індустрії туризму.

#### **Список використаних джерел:**

1. Кулич І. Б. Туристична індустрія як складна система міжгалузевих відносин. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2015. Вип. 11. Частина 1. С. 115–117.

2. Марценюк Л. В. Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні. *Економічний вісник*. 2015. № 3. С. 76–82.

3. Маховка В. М. Особливості розвитку туристичної індустрії України. – URL: <http://reposit.nupp.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/PoltNTU/173/%D0lowed=y> (дата звернення: 26.10.2021).

4. Момонт Т. В. Основні фактори розвитку ринку туристичних послуг. – URL: [https://vo.uu.edu.ua/pluginfile.php/236282/mod\\_rest/1/eui\\_2012\\_1\\_35.pdf](https://vo.uu.edu.ua/pluginfile.php/236282/mod_rest/1/eui_2012_1_35.pdf) (дата звернення: 29.10.2021).

## **ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ПРОСУВАННІ ТУРИСТСЬКИХ ПОСЛУГ**

**Ігондо Токо Донмінік**, *магістрант*  
*Науковий керівник: к. е. н, доцент Влащенко Н. М.,*  
*Харківський національний університет*  
*міського господарства імені О. М. Бекетова*

Туристський продукт, представляючи собою комплексну туристську послугу (або сукупність туристських послуг, товарів, робіт) у сучасних умовах

при високому рівні проникнення інформаційно-комунікаційних технологій, на протязі всього ланцюжка їх надання та споживання не може обходитися без використання інформаційних технологій.

Питання використання інформаційних технологій при просуванні туристського продукту розглядалися в роботах багатьох вітчизняних дослідників, серед яких можемо виділити роботи Є. Козловського [1], Ладюк [2], С. В. Мельниченко [3–4], Н. П. Мешко, Є. А. Фалько [5], І. Панчак [6] та інших. В роботах зазначених авторів досліджувалися питання впровадження інформаційних технологій в діяльність туристських підприємств, закордонний досвід щодо використання інформаційних технологій, однак недостатньо уваги було приділено питанням просування туристських послуг.

Інформаційні технології надають безліч об'єктивних переваг всім учасникам системи відносин на галузевих ринках. Не є винятком і ринок туристських послуг. Застосування інформаційних технологій:

- дозволяє туристським операторам збільшити прибутковість, знизити витрати на надання туристських послуг, оптимізувати взаємовідносини з контрагентами;
- споживачам туристського продукту підвищити комфортність отримання туристських послуг, знизити їх вартість, збільшити швидкість надання окремих видів послуг;
- забезпечує суб'єктам ринку туристських послуг отримання переваг через оптимізацію взаємодії з операторами та споживачами ринку туристських послуг та іншими організаціями, задіяними в обігу послуг в туристській галузі.

В умовах зростаючого внутрішнього ринку туристських послуг, інформаційні технології стають одним з основних способів підвищення ефективності операторів цього ринку. В якості однієї з основних проблем стану сфери туризму в Україні в Стратегії розвитку туризму і курортів до 2026 року вказується недостатньо розвинене інформаційне середовище, брак і розрізненість інформаційних ресурсів про регіональні туристські програми в Україні, неможливість попереднього бронювання і покупки квитків через

мережу Інтернет для відвідування багатьох об'єктів туристської інфраструктури [7].

Серед проблем застосування інформаційних технологій при просуванні туристського продукту можемо також виділити:

1. Недостатню розвиненість системи єдиних державних і регіональних баз даних про стан (доступності номерів, рівень розвитку інфраструктури тощо) об'єктів туристської інфраструктури.

2. В умовах істотної зміни характеристик споживачів на ринку туризму (підвищення культурного і освітнього рівня, активне використання Інтернету, зміна віку, професійного статусу і географії проживання) інформаційні технології також вимагають вдосконалення щодо збору достатнього обсягу інформації про споживачів туристських послуг. Сучасні інформаційні технології не завжди поєднують в собі функції просування і одночасного аналізу споживчих характеристик.

3. Все ще не створені централізовані пошукові бази даних для вибору турів по Україні.

4. Потрібний подальший розвиток «он-лайн» інструментів попереднього ознайомлення туристів із важливими їх об'єктами, зокрема шляхом реалізації технологій візуалізації, віртуальних екскурсій, відеоро-ликів, фотоматеріалів тощо.

5. Недостатньо розвинені системи віддаленої оплати туристських послуг як для туристів-індивідуалів, так і для окремих організацій.

Перспективи розвитку інформаційних технологій у просуванні туристських продуктів в Україні полягають насамперед у вирішенні зазначених вище проблем. Крім цього, можна виділити окремі перспективні напрямки розвитку інформаційних технологій у просуванні туристичних продуктів. Перш за все, це використання систем штучного інтелекту. Він може використовуватися в таких цілях:

- для оптимізації вибору країн операторами ринку туристських послуг (в ході прийняття рішення менеджерами туристських фірм) для подорожі туристів на основі нейромережевих математичних моделей;
- для зниження помилок працівниками туристських компаній при виборі відповідних турів для клієнтів;
- для автоматизованого формування рекламних пропозицій на основі аналізу даних користувачів (така технологія використовується в соціальній мережі Facebook);
- для організації дозвілля та придбання квитків без черги в популярних місцях відпочинку на основі використання штучного інтелекту і технології QR-коду (сервіс Booking Experiences);
- для прогнозування цін програмами, що дозволяє оптимізувати витрати на подорожі туристів;
- для надання додаткової інформації працівникам туристських компаній при взаємодії з туристами.

Широке впровадження систем штучного інтелекту в туристській індустрії України стримується кількома причинами. Серед таких причин – низький рівень проникнення «он-лайн» послуг: за даними на 2019 році он-лайн бронюванням скористалося лише 20% туристів при купівлі авіаквитків, 10-14% при бронюванні готелів і всього 3–5% при бронюванні турів [1]. Крім цього, позначається нестійкий фінансовий стан українських туристських компаній, що не дозволяє їм здійснювати значні інвестиції в розвиток нових інформаційних технологій.

На наш погляд, подальший розвиток інформаційних технологій у сфері туризму в Україні вимагає застосування системного підходу, що може бути реалізовано на основі координації та планування цього процесу на державному рівні. Зокрема, потрібна розробка спеціальної державної підпрограми, спрямованої на підтримку і розвиток інформаційних технологій в комерційних і некомерційних туристичних організаціях.

### Список використаних джерел:

1. Козловський Є. Основні сфери застосування інформаційних систем і технологій у туризмі. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм*. 2020. № 3 (1). С 128–136.
2. Ладюк Н. Застосування інформаційних технологій у забезпеченні якості туристичних послуг. URL: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/ladjuk.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/ladjuk.htm).
3. Мельниченко С. В. Інформаційні технології в туризмі : теоретичні та практичні аспекти. Вісник запорізького національного університету. 2016. № 2 (6). С. 129–138.
4. Мельниченко С. В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика : монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. 494 с.
5. Мешко Н. П., Фалько Є. А. Розвиток туристичного бізнесу в умовах інформатизації світової економіки. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2014. № 2. URL: <http://www.global-national.in.ua/issue-2-2014>.
6. Панчак І. Туристичний бізнес та інформаційні технології. *Інноваційні процеси та їх вплив на ефективність діяльності підприємств* : збірник виступів на V наук.-практ. конф. Ч. 1. Київ : Укоопосвіта, 2018. С. 110–117.
7. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/249826501>.

## РОЛЬ ФРАНЧАЙЗИНГУ В ПІДВИЩЕННІ РІВНЯ ІННОВАЦІЙНОСТІ ТУРИСТСЬКОГО РИНКУ РЕГІОНУ

**Кіреєнков В. О.**, магістрант

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Полчанінова І. Л.,  
Харківський національний університет  
міського господарства імені О.М. Бекетова*

Актуальність використання франчайзингу як інноваційної форми організації туристського ринку регіону сьогодні пов'язана з тим, що процес функціонування і розвитку туристського бізнесу (наразі вже незалежно від його розміру) відбувається в умовах різкого дефіциту фінансових ресурсів, а також

відсутності дієвої системи фінансування, кредитування і страхування підприємницької діяльності. Підтверджують даний факт інноваційні зрушення в розвитку туристського ринку розвинених країн, які відбуваються сьогодні та визначаються не тільки науковими і технологічними досягненнями, а й інтенсифікацією процесів трансферу технологій за допомогою використання спеціальних інструментів і механізмів [1]. Дослідження особливостей інноваційності економіки країн світу, представлені у виданні 2020 року Глобального інноваційного індексу [2] і Субрегіональному огляді інноваційної політики ЄЕК ООН [3], дозволяють констатувати факт, що в Україні потенціал інноваційного підприємництва не реалізований.

Проблемами розробки, освоєння і впровадження нововведень, а також розвитку інноваційних систем з використанням франчайзингової моделі ведення туристського бізнесу займаються вітчизняні науковці та експерти, до числа яких відносяться Т. О. Демура, О. В. Євтушенко, Г. І. Гапоненко, І. М. Шамара, Ю. М. Тихоненко, Л. Л. Івашина та ін. У той же час багато питань залишаються нерозкритими і вимагають поглибленого опрацювання теоретичних і методологічних аспектів, що стосуються використання франчайзингу в практичній діяльності туристських підприємств.

Метою роботи є деталізація форм використання франчайзингової моделі відповідно до циклу створення інноваційного продукту і загальної схеми інноваційної активності сфери турпослуг, які сприяють підвищенню рівня інноваційності регіональних туристських підприємств, а також визначення факторів розвитку турбізнесу, на які франчайзинг може вплинути, щоб задати йому інноваційний вектор.

Аналіз розвитку франчайзингу в сфері туризму проводився на прикладі Харківського регіону. Харківщина викликає значний інтерес для франчайзерів в силу свого географічного положення та, як наслідок, наявності істотного потенціалу для розвитку туризму. Стимулами до розвитку франчайзингу в сфері туризму є нові економічні умови і поліпшення інфраструктури регіону. Крім цього велику роль в розвитку франчайзингової моделі ведення бізнесу

зіграли активне позиціонування регіону, створення його позитивного іміджу і впізнаваного бренду в туризмі.

Підвищення рівня інноваційності туристського ринку Харківського регіону обумовлює необхідність впровадження у діяльність туристських підприємств інноваційноємних продуктів та послуг, для чого, як переконливо доводить зарубіжний досвід, франчайзингова модель побудови турбізнесу є однією з найбільш оптимальних. Характер функціонування франчайзингу в інноваційному механізмі туристського ринку свідчить про те, що на його основі створюються такі форми економічних відносин і зв'язків між суб'єктами господарювання, які внаслідок своєї адекватності природі інноваційного виробництва максимально сприяють його ефективності [4].

Відповідно до циклом інноваційного продукту франчайзинг як особлива модель організації бізнесу для підвищення інноваційності туристського ринку регіону може використовуватися в трьох різних формах:

1. Франчайзинг як стимул до впровадження інновацій. З одного боку, вимоги, що пред'являються до франчайзи, збільшують особисті можливості підприємців, сприяють удосконаленню їх здібностей і розвитку професійних навичок, змінюють їх погляд на якість і склад професійних знань, що в цілому сприяє поширенню інновацій як всередині конкретної франчайзингової системи, так і поза нею [5]. З іншого боку, експансія практично кожного великого франчайзера і, як наслідок, підвищення конкуренції тягнуть за собою необхідність розробки і впровадження інноваційних бізнес-стандартів регіональними турфірмами, які змушені адаптуватися до нового рівня якості роботи. Більшість туроператорів, в разі появи в їхньому регіоні брендів, що вже зарекомендували себе, стикаються з необхідністю використовувати інноваційні методи роботи, щоб надалі мати можливість розвивати свої бізнес-проекти.

2. Додатковий прибуток від франчайзингу може бути реінвестований на впровадження інновацій. Використання франчайзингу знижує витрати, підвищує ефективність реклами, віддачу від впровадження технічних і



технологічних нововведень, збільшує обсяг продажів і прибуток підприємств, що в сукупності сприяє розвитку туристської галузі та економіки в цілому.

3. Власне інноваційний франчайзинг. Франчайзингові туристські мережі виконують роль каналів трансферу інновацій, в яких компанія-франчайзер виступає розробником інновацій, а компанія-франчайзі є їх споживачем [6].

Резюмуючи отримані результати, можна сформулювати наступні висновки. Франчайзинг відіграє виняткову і дуже важливу роль в підвищенні рівня інноваційності туристського ринку регіону, про що наочно свідчать досвід розвинених країн, і успіхи інноваційних туристських компаній-франчайзерів в світовому масштабі. Висока конкуренція на туристському ринку змушує підприємців використовувати більш гнучкі та ефективні моделі побудови бізнесу, які мають переваги в порівнянні з традиційними інструментами, є менш витратними і більше пристосованими до мінливої кон'юнктури ринків. Франшизи дозволяють швидко включитися в інноваційний бізнес і з мінімальними фінансовими витратами, в короткі терміни запуснути перспективний проект, націлений на отримання прибутку вже найближчим часом. Така форма ведення бізнесу дозволяє новим рішенням з мінімальними затримками пробиватися на регіональному туристському ринку, надає при цьому турфірмам можливість отримати максимальний прибуток від нових проектів, зменшити ризики як на внутрішньому, так і на міжнародному ринку, а також підвищити рівень управління, якість реклами і послуг.

#### **Список використаних джерел:**

1. Umeh A., Guzman L. Diffusing Entrepreneurial Innovation and Tourism: An Empirical Evidence of Permaculture. *International Journal of Business Studies*. 2021. Vol. 5. Pp. 118-137. URL: DOI: 10.32924/ijbs.v5i2.197.

2. Global Innovation Index 2020. Who Will Finance Innovation? / Ed. S. Dutta, B. Lanvin, S. Wunsch-Vincent. Geneva: Cornell University, INSEAD, WIPO. 2020. 13th edition. 448 p. URL: [https://www.wipo.int/global\\_innovation\\_index/en/2020/](https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/2020/).

3. Sub-regional Innovation Policy Outlook 2020: Eastern Europe and the South Caucasus. New York: United Nations Publications. 2021. 420 p. URL: <https://unece.org/innovation-policy-outlook>.

4. Демура Т. О. Формування організаційно–управлінських механізмів підприємств туристичної сфери (на прикладі франчайзингової мережі «Галопом по Європах») : автореф. дис... канд. екон. наук: 08.06.01. Київ : Європейський ун-т, 2005. 20 с.

5. Євтушенко О. В., Гапоненко Г. І., Шамара І. М. Аналіз франчайзингової діяльності на туристичному ринку України. *Агросвіт*. 2020. № 4. С. 52–57.

6. Тихоненко Ю. М., Івашина Л. Л. Франчайзинг як сучасний каталізатор розвитку ринку туристичних послуг. *Інновації та технології в сфері послуг та харчування*. 2020. № 1. С. 48–56.

## **ПАНДЕМІЯ КОРОНАВІРУСУ COVID-19 ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ**

**Кирилюк І. М., к. е. н., доцент,  
Гаврилишин С. В., студентка,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини**

Пандемія COVID-19 охопивши майже всі країни, призвела до глобальної кризи, завдала руйнівного удару багатьом сферам економіки, у тому числі й туристичній галузі. Сьогодні вітчизняна туристична галузь функціонує в нестабільних умовах і потребує державної підтримки для подальшого розвитку. Перебуваючи в цілковитій невизначеності та залежності від державної політики та заходів, які приймаються з метою боротьби з пандемією COVID-19, суб'єкти туристичної індустрії повинні адаптуватися до нових умов, впроваджувати нові послуги для підвищення конкурентоспроможності та постійно підвищувати якість і безпеку туристичних послуг.

Багато країн активно стимулюють розвиток внутрішнього туризму, який у порівнянні з міжнародним туризмом меншою мірою постраждав від кризи та

менше залежний від обмежувальних та карантинних заходів. Україна має значний туристичний потенціал та можливості для розвитку внутрішнього туризму: історичні, культурні та природні пам'ятки, рекреаційні ресурси, що були сформувані, завдячуючи вдалому географічному розташуванню та історичному розвитку.

Створення нового, якісного туристичного продукту на внутрішньому ринку є першочерговим завданням для відновлення туристичної індустрії. Вітчизняній туристичній галузі доцільно орієнтуватись на внутрішній сегмент туризму, короткострокові подорожі, підвищення сервісу, забезпечення системи безпеки всіх учасників туристичного процесу тощо. Здебільшого туристичні поїздки всередині країни поступово відновлюються, особливо індивідуальні поїздки власним транспортом на невеликі відстані.

Для туристичної галузі важливим є формування власного українського конкурентоспроможного туристичного продукту, який би враховував наслідки психоемоційного виснаження населення, з одного боку, та фінансово-економічної кризи – з іншого. Якщо для запобігання фінансово-економічної кризи уряд повинен розробити відповідні механізми для зменшення її руйнівних наслідків, то для відновлення психоемоційного стану населення необхідно створити умови, які мають стати каталізатором змін у відпочинковій сфері економіки України загалом [1, с. 35].

Забезпечення безпечних умов для туристів на всіх етапах подорожі є одним із основних чинників, що впливають на їх рішення щодо здійснення поїздки. Важливим питанням розвитку сучасного українського туристичного бізнесу є: оновлення стандартів якості відповідно до сучасних тенденцій і вимог законодавства; удосконалення стандартів сервісу та здійснення постійного контролю за виконанням встановлених стандартів та інструкцій через різні системи.

Вітчизняний туризм потребує впровадження системних заходів для підтримки туристичного бізнесу, збереження робочих місць і джерел доходів населення, розвитку та адаптації галузі до нових умов [2, с. 68]. Успіх у

відновленні туризму залежить як від міждержавної, так і державно-приватної співпраці. Для підтримки підприємств туристичної галузі урядом впроваджено наступні заходи:

- звільнення постачальників туристичних послуг від сплати ПДВ, податку на прибуток і єдиного соціального внеску, земельного податку та податку на нежитловий фонд нерухомості;

- скасування сплати туристичного збору до кінця 2021 р. та звільнення від оподаткування при сплаті оренди та землекористування орендарів державної та громадської власності [3].

Розвиток сільського зеленого туризму в умовах сучасних викликів і загроз, викликаних пандемією COVID-19, набуває особливої актуальності та є одним зі шляхів активізації внутрішніх туристичних потоків. Слід зазначити, що для подальшого розвитку сільського зеленого туризму необхідна підтримка як на державному, так і регіональному рівнях, яка б створила умови для забезпечення якісного задоволення потреб споживачів туристичних послуг та покращення соціо-еколого-економічної ситуації в сільській місцевості.

Пандемія COVID-19 стала своєрідним каталізатором у сфері туризму щодо впровадження інновацій та інтеграції нових технологій, які дають змогу зменшити фізичний контакт туриста під час подорожі. Для популяризації внутрішнього туристичного продукту доцільно застосовувати новітні інформаційні технології для здійснення комплексної рекламно-інформаційної кампанії як туристичного продукту, так і туристичної дестинації.

Подальший розвиток внутрішнього туризму залежить як від міждержавної, так і державно-приватної співпраці, розробки та введення в дію своєчасних, масштабних зусиль і узгоджених механізмів, які нівелюють наслідки пандемії COVID-19.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бондаренко Ю. Г., Кулиняк І. Я., Гвоздь М. Я. Роль і вплив державних важелів управління на сферу відпочинку населення в кризовій ситуації. *Review of Transport Economics and Management*. 2020. Вип. 3. С. 33–47.

2. Кирилюк І. Розвиток туризму в умовах пандемії COVID-19. *Туризм у XXI столітті: виклики та реагування* : матеріали міжнародної науково-практичної конференції. Київ, 2020. С.67–69.

3. Пандемія COVID-19 та її наслідки у сфері туризму в Україні (Оновлення до документу «дорожня карта конкурентоспроможного розвитку сфери туризму в Україні»). *Національна туристична організація України*. 23.06.2020. URL: <http://www.ntoukraine.org/assets/files/EBRD-COVID19-Report-UKR.pdf>.

## **НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19**

**Кобилецька І. О., студентка,  
Кирилюк О. В., студент**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Кирилюк І. М.,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Туристична сфера є однією з найбільших динамічних індустрій у світовій економіці та міжнародній торгівлі послугами. Поширення пандемії COVID-19 негативно вплинуло на функціонування туристичної сфери та супутніх галузей у всьому світі.

Під час пандемії COVID-19 рівень світового туризму знизився до періоду 90-х років минулого століття. Згідно з даними Всесвітньої туристичної організації (UWNTO), основні туристичні напрямки у період з січня по жовтень 2020 року відвідало на 900 млн менше іноземних туристів в порівнянні з показниками попереднього року, а число міжнародних туристів з 2019 року до початку 2021 року скоротилось на 70%. За прогнозами UWNTO повернення світового туризму до рівня 2019 року займе від трьох до п'яти років [5].

Крім цього, ситуація з COVID-19 негативно вплинула не лише на кількість туристичних потоків, а й на діяльність туристичних підприємств. За оцінками Асоціації гостинності України карантин став причиною банкрутства більшості компаній та закладів гостинності [1]. Багато підприємств ринку туристичних послуг були вимушені провести скорочення робочих кадрів через

різке зниження власних доходів. Пандемія коронавірусу стала основною причиною стрімкого зростання безробіття у багатьох країнах світу.

Туризм потребує впровадження системних заходів для підтримки туристичного бізнесу, збереження робочих місць і джерел доходів населення, розвитку та адаптації галузі до нових умов. З метою підтримки туристичної галузі країни в усьому світі впроваджують широкий ряд заходів для мінімізації наслідків пандемії COVID-19 і стимулювання відновлення туристичного сектора.

Основними факторами, які негативно впливають на довіру і рішення споживачів туристичних послуг є:

- обмеження на поїздки та закриття кордонів, які діють у більшості пунктів призначення;
- проблеми безпеки, пов'язані з поїздками;
- спалахи вірусу і ризики нових заборон;
- небезпека пов'язана з відсутністю надійної інформації та погіршення економічної ситуації [4, с. 67].

Туристична сфера має найбільше обмежень. Зокрема, закриття міжнародних кордонів спонукає до розвитку внутрішнього туризму, створенню онлайн систем бронювання, пошуку нових туристичних об'єктів, залучення інноваційних технологій у сферу гостинності.

Інноваційні технології на ринку туристичних послуг в період пандемії COVID-19 розвиваються у різних формах та напрямках: створюються нові спрощені системи бронювання, онлайн туроператори, пошукові системи мереж туристичних бюро та інтернет-магазини туристичних продуктів. Розвивається цифровізація у сфері гостинності: завдяки сучасним технологіям створюються мобільні застосунки для гаджетів, які значно полегшують пошук маршрутів, готелів, транспорту або ж готових турів. Пошук в таких додатках здійснюється за певними категоріями, наприклад: країна, дата подорожі, тип та клас місця розміщення, наближення до туристичних об'єктів та інше. Такі додатки почали просуватися на світовий ринок з 2016 року, і на сьогодні запити до них зросли

на 65%. Вони є не лише зручним способом бронювання, також це накопичувачі довідкової інформації про туристичні місця, готелі, транспорт тощо, які користувачі можуть власноруч доповнювати. Наприклад, Google Maps і програма «Місцеві експерти» дозволяють користувачам оприлюднювати фотографії та давати опис туристичних місць, залишати відгуки, тим самим спрощуючи знайомство туристів з туристичними об'єктами [2].

Діджиталізація travel-послуг є однією з головних особливостей розвитку сучасного туристичного сектору. Ця тенденція набирає стрімкого розвитку і спонукає до впровадження нових правил ведення туристичного бізнесу. За даними UNWTO 74% туристів у світі планують свої подорожі через мережу Інтернет, що виокремлює перспективи ринку онлайн-подорожей в туризмі [6]. Електронні продажі туристичних послуг дозволяють замінити послуги офлайн агентств, що вимагає від останніх переорієнтації на цифрове середовище. Туристичні агентства мають у своїй роботі адаптуватися до сучасних змін, враховувати процес діджиталізації в туризмі та впроваджувати онлайн сервіси з більшими можливостями. Діджиталізація travel-послуг дає змогу туристу швидко, а головне, безпечно обирати напрямки для подорожей, самостійно обирати безпечні маршрути, оперативно інформувати туристів про ситуацію з пандемією COVID-19 у певній країні.

Однією з комунікацій із споживачами туристичних послуг є гейміфікація, яка є частиною сучасної інформаційно-комунікаційної інфраструктури й набуває популярності в маркетинговій діяльності компаній. Мобільні інформаційні послуги демонструють наявність значного потенціалу, і в якості джерела інформації для клієнтів про території, і якісного каналу зв'язку з постачальниками туристичних послуг [3, с. 93].

Для відновлення галузі туризму необхідний стратегічний підхід, спрямований на розвиток туристичного бізнесу шляхом міждержавної співпраці, державно-приватної співпраці, державної підтримки туризму та підприємницьких ініціатив, спрощення умов подорожей, усунення бар'єрів,

запровадження стимулів та застосування маркетингових новацій для відновлення довіри серед споживачів туристичних послуг.

#### Список використаних джерел:

1. Асоціація індустрії гостинності України. URL: <https://aigu.org.ua/analitika/bilshe-polovini-ukraïncziv-v-2021-roczy-podorozhuvati-ro-kraïni/> (дата звернення: 03.10.2021).
2. Босовська М. В., Бойко М. Г., Ведмідь Н. І. та ін. Мультиатрибутивний підхід до оцінки результативності управління інтеграційними процесами туристичних підприємств. *Економіка та держава*. 2019. № 2. С. 31–35.
3. Кирилюк І. М. Гейміфікація як сучасний інструмент розвитку туризму. *Україна у світових глобалізаційних процесах: культура, економіка, суспільство*: тези доповідей Міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 25–26 берез., 2020 р. С.93–96.
4. Кирилюк І. Розвиток туризму в умовах пандемії COVID-19. *Туризм у XXI столітті: виклики та реагування* : матеріали міжнародної науково-практичної конференції. Київ, 2020. С. 67–69.
5. UNWTO. World Tourism Organization. URL: <https://www.unwto.org/tourismcovid-19> (дата звернення: 5.10.2021).
6. UNWTO. World Tourism Organization. URL: <https://www.unwto.org/news/covid-19-international-tourist-numbers-could-fall-60-80-in-2020> (дата звернення: 6.10.2021).
7. UNWTO Tourism Data Dashboard. UNWTO. URL: <https://www.unwto.org/unwto-tourism-dashboard> (дата звернення: 5.10.2021).

#### ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ МІСЬКОГО ТУРИЗМУ

**Круценко Т. О.**, студентка

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Слатвінська Л. А.,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Сучасна індустрія туризму – одна з найбільш швидко прогресуючих галузей світового господарства, що можна розглядати і як самостійний вид економічної діяльності, і як міжгалузевий комплекс. Розвиток туристичної галузі є складним динамічним процесом, орієнтованим на максимальну



взаємодію із зовнішнім середовищем та постійну мінливість внутрішнього. Тому важливо визначити, які саме фактори їх обумовлюють та впливають на збалансованість та ефективність використання туристичного потенціалу [1].

Генеральний секретар Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), відзначив, що безпрецедентний виклик пандемії COVID-19 – криза і можливість переосмислити туристичний сектор та його внесок у життя людей та планети; можливість покращити розвиток до більш стійкого, інклюзивного та стійкого туристичного сектору, який забезпечить широке та справедливе користування перевагами туризму [2]. Тому найближчі 7 років ефективність розвитку кожного регіону значною мірою залежатиме від того, як саме буде побудований процес стратегічного планування та управління.

Черкаська область одна із перших розпочала роботу над розробкою Стратегії розвитку Черкаської області до 2027 року, з урахуванням SMART-спеціалізації.

Відзначимо, що Угода про асоціацію з ЄС передбачає, що до кінця 2025 року Україна повинна максимально наблизити своє законодавство до законодавства ЄС та імплементувати у вітчизняне законодавство положення близько 350-ти директив, регламентів та рішень ЄС, що позитивно відобразатиметься на розвитку туристичної діяльності [3].

Удосконалення системи стратегічного планування регіонального розвитку є одним із основних завдань державної регіональної політики. Від обґрунтованості та виваженості формування Державної стратегії регіонального розвитку та регіональних стратегій розвитку залежить ефективність державної регіональної політики та перспективи фінансового забезпечення заходів реалізації стратегій. Маючи чітко виражений європейський вектор суспільного розвитку Україні необхідно гармонізувати підходи вітчизняного стратегічного планування з європейськими [4].

В даний час в туристично-рекреаційному секторі економіки спостерігається інтенсивне формування різних бізнес-процесів різних сфер

діяльності, платформою для яких є стратегії галузевого, національного, міжнародних, інтегрованих рівнів.

Акцентуємо увагу, що не всі території чи регіони України є однаково потужними з економічної точки зору, не всі мають однакові природні характеристики, котрі роблять їх привабливими для проживання, праці, здійснення інвестицій, розвитку туризму тощо. Регіони мають неоднакові економічні, соціальні чи екологічні можливості, що впливають на їх привабливість для здійснення господарської діяльності. Економічний та соціальний розвиток у деяких регіонах значно повільніший, ніж в інших.

Певні види господарської діяльності не можуть розвиватися або здійснюватися на всіх територіях, оскільки деякі території мають об'єктивні переваги або вади. Проте основним ресурсом будь-якого регіону є його мешканці, інституції та співпраця між ними. Цей чинник міг мати меншу вагу в минулому, але сьогодні він є ключем до успішного майбутнього. Досвід показує, що успішними стають ті регіони та комплекси, які вдало розвивають власну внутрішню спроможність та поліпшують ті внутрішні умови, які впливають на інвестиції та підтримують їх.

Розв'язання деяких проблем не завжди вимагає значних коштів, якщо регіональні (та місцеві) зацікавлені сторони, співпрацюючи один з одним, можуть щось робити, принаймні, з точки зору ініціювання процесу розвитку. Як правило, першими кроками цього процесу є партнерство регіональних та місцевих кіл, яке базується на основі спільного розуміння ситуації та бачення майбутніх змін, зокрема, формування нових туристичних ринків. І в умовах, що нині формуються, міста на туристичному ринку виступають як окремі об'єкти туристичного попиту, тому традиційно популярним є міський туризм.

#### **Список використаних джерел:**

1. Гризовська Л. О. Особливості та сучасні тенденції управління туристичним бізнесом в Україні. URL:<https://www.bses.in.ua/journals/2018/24.pdf> (дата звернення: 15.10.2021).

2. Всесвітня туристична організація (UNWTO). URL: <https://www.unwto.org/tourism-covid-19> (дата звернення: 15.10.2021).

3. Впровадження підходу Європейського союзу до регіонального розвитку щодо смарт-спеціалізації. URL: <https://www.rozvytok.in.ua/4247-vprovadzhennia-pidkhopu-yevropeiskoho-soiuzu-do-rehionalnoho-rozvytku-hchodo-> (дата звернення: 15.10.2021).

4. Методологія планування регіонального розвитку в Україні. URL: [https://www.docs.google.com/document/d/1ecQO\\_A57SLKehKhMPS\\_YhGS1ZttC75s/edit#heading=h.1t3h5sf](https://www.docs.google.com/document/d/1ecQO_A57SLKehKhMPS_YhGS1ZttC75s/edit#heading=h.1t3h5sf) (дата звернення: 15.10.2021).

## **СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО СЕКТОРУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

**Кубарська Д. В., студентка**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Білошкурська Н. В.,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Нині туризм є важливим сектором національної економіки України та має суттєвий потенціал. На його розвиток впливає низка факторів, зокрема розміщення туристичних об'єктів, культура країни, географія, геологія, державна політика тощо. Наприклад, завдяки безвізовому режимові з країнами ЄС європейським туристам, як і українцям, стало набагато простіше перетинати кордони, що є важливим стимулом.

Події останніх років також суттєво вплинули на туризм в Україні. Внаслідок соціально-економічної кризи, що стала наслідком тимчасової окупації Автономної Республіки Крим та частин Донецької і Луганської областей, а також розгортання воєнних дій, туристичний імідж України погіршився, а обсяги іноземних туристів суттєво зменшилися. Так, анексія Криму в 2014 році суттєво скоротила наплив туристів, проте це стимулювало попит на туристичні послуги в Одеській, Херсонській та Миколаївській областях. Проте, починаючи з 2020 року, найбільш негативно на туристичний

сектор економіки впливає пандемія COVID–19, оскільки всі країни світу встановлюють карантинні обмеження, у тому числі закривають свої кордони.

Серед перспективних напрямів туризму в Україні можна виокремити такі:

- відвідування культурно-історичних пам'яток;
- сільський (зелений) туризм;
- природні заповідники;
- фестивальний туризм;
- морські курорти;
- екологічний туризм;
- релігійне паломництво [1; 2; 3; 4].

Незважаючи на існуючі труднощі, ситуація в українському туризмі поступово змінюється на краще. Стратегія розвитку сфери туризму і курортів України на період до 2026 року спрямована на вирішення проблем комплексного розвитку сфери туризму, готельного господарства, курортів, санаторно-курортного обслуговування, підтримку, створення та модернізації туристичної інфраструктури, забезпечення належної якості туристичних і курортних послуг, ефективного використання туристичного потенціалу [5].

З метою прискорення темпів розвитку та підвищення ефективності туристичних підприємств, надання пріоритетності туристичному сектору, необхідно вирішити проблеми, які потребують невідкладної державної підтримки та регулювання. Так, основними факторами, що стримують розвиток туристичної сфери в Україні є:

- нестабільність соціально-економічної ситуації в країні та наявність воєнного конфлікту на Сході;
- недоліки регіонального регулювання туристичного сектору;
- недостатність рекламної інформації щодо України за кордоном;
- податкове навантаження, що є перешкодою для потенційних інвесторів у сферу туризму;
- недостатній рівень кваліфікації персоналу туристичної сфери;
- невелика кількість готелів, які відповідають світовим стандартам.

Нині туризм є однією з найбільш значних секторів світової економіки. Туризм сприяє зростанню надходжень до бюджетів різного рівня, збільшенню кількості робочих місць, залученню внутрішніх і зовнішніх інвестицій. Для стимулювання туристичних підприємств необхідно здійснити економіко-фінансову підтримку їх розвитку, покращити їх кадрове забезпечення, створити ефективні партнерські зв'язки між державою та бізнесом задля впровадження інновацій в туристичні продукти та розвиток інфраструктури. Тільки ефективна державна політика дозволить сформувати привабливий інвестиційний клімат для розвитку туристичної сфери в Україні.

### **Список використаних джерел:**

1. Юхновська Ю. О., Головкова Л. С. Комплексний аналіз та оцінка впливу чинників на формування та розвиток туристичної галузі України. *Бізнес Інформ*. 2020. № 2. С. 179–186. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-2-179-186>.

2. Ворошилова Г. О. Проблеми та шляхи розвитку міжнародного ринку туристичних послуг в Україні в посткризовий період. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2021. Вип. 42. С. 19–23. DOI: <https://doi.org/10.32999/ksu2307-8030/2021-42-3>.

3. Особливості розвитку ринку туристичних послуг України під впливом COVID-19 та карантинних обмежень : монографія / Г. О. Горіна, С. Р. Бабушко, Л. В. Безкоровайна, Г. А. Богатирьова та ін. ; наук. ред. Г. О. Горіна. Кривий Ріг : Вид. ДонНУЕТ, 2021. 135 с. URL: <http://elibrary.donnuet.edu.ua/2254/> (дата звернення: 10.10.2021).

4. Тюріна Д. Ринок туризму в Україні: стан і проблеми в умовах сьогодення. *Економіка та суспільство*. 2021. № 30. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-30-18>.

5. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 р. № 168-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text> (дата звернення 10.10.2021).

## РОЛЬ ІНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМУ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

**Литвин О. В.**, викладач

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Інклюзивний туризм являється одним із ефективних способів реабілітації осіб з обмеженими можливостями та набуває все більшої популярності в світі. Ринок доступного туризму виконує важливе соціальне завдання щодо дотримання прав і свобод людини з особливими потребами.

Аналіз міжнародного досвіду з цього питання засвідчив багато дієвих інструментів формування такого середовища. Так, до структурних компонентів інклюзивного туризму міжнародними організаціями було включено наступні елементи [1]:

- забезпечення реалізації концепцій безбар'єрної архітектури шляхом створення інклюзивного туристського простору, інклюзивної інфраструктури, спорудження об'єктів нерухомості відповідно до норм та стандартів інклюзивності;

- доступність усіх видів транспорту для користування ним людьми з інвалідністю;

- забезпечення якісних послуг щодо супроводження туристів шляхом навчання персоналу відповідним кваліфікаціям;

- інклюзивність культурно-розважальних об'єктів;

- інклюзивна складова маркетингової діяльності, зокрема формування комфортних умов бронювання, презентації туристських пропозицій тощо.

Світовий досвід надання туристичних послуг має стати прикладом для України у створенні умов для забезпечення їх доступності людям з особливими потребами.

Країнами-лідерами з розвитку рекреаційного та реабілітаційного видів туризму є США, Франція, Німеччина. Основні тури передбачають поїздки в оздоровчі центри, спеціалізація яких передбачає лікування захворювань, що стали причиною інвалідності, а основними напрямками є ортопедична,

неврологічна та серцевосудинна реабілітація, в особливу категорію входить оздоровлення дітей-інвалідів.

Ізраїль вже багато років приймає туристів з особливими потребами. Спеціально для туристів з інвалідністю діє туристична кампанія та створений спеціальний сайт Israel4All (<https://www.israel4all.com>), основне завдання яких є надання допомоги особливим категоріям людей. Компанія пропонує інклюзивні тури, які включають в себе адаптовані туристичні маршрути, досвідчених екскурсоводів, які спеціалізуються на роботі з туристами з інвалідністю, спеціальне харчування, яке варіюється відповідно до потреб.

В Ізраїлі за ініціативою Державної туристичної корпорації діють проекти, що стосуються створення належних умов для людей з обмеженими можливостями (будуються нові об'єкти та перебудовуються старі з урахуванням потреб людей з інвалідністю). Зокрема, на пляжах розташовані спеціально обладнані ліфти, роздягальні, душові кабінки, туалети, тераси з навісами і зручними під'їздами та спусками до моря. Для купання існують спеціальні коляски для води [2, с. 193].

Важливою складовою розвитку інклюзивного туризму в Іспанії є інформаційне забезпечення. Спеціальний сайт «Доступний туризм» містить інформацію про можливі поїздки в Каталонію, де створені необхідні умови для прийому людей з обмеженою можливістю. Технічне оснащення сайту дозволяє людям з інвалідністю мати повний доступ до інформації без сторонньої допомоги. Сайт доступний на шести мовах: каталонській, іспанській, англійській, французькій, італійській та німецькій. Національний художній музей Каталонії надає послуги особам із вадами слуху, проводячи екскурсію за допомогою жестової мови та міжнародної системи знаків (SIS). Центральні вулиці міст обладнані рампами, всі автобуси пристосовані для такої категорії населення, в готелях є спеціальні номери, зручні для них. Кожна нова станція метро має спеціальне обладнання для людей з обмеженими можливостями.

Одним із пріоритетних напрямків розвитку Польщі є доступність туризму для людей з особливими потребами. Тут активно діють декілька інтернет-

порталів для таких туристів. Зручними для людей з особливими потребами стали пляжі, спортивні, ігрові та дитячі майданчики, вбиральні. У таких містах, як Пеніни, Татри та Столові гори, працюють табори для людей із розумовими вадами. Розроблено спеціальні маршрути та мотузкові парки для людей із вадами зору та людей, які пересуваються на візках, у Краконошах та інших містах [3].

Україна має усі можливості для розвитку інклюзивного туризму щоб бути конкурентоспроможною на європейському ринку туристичних послуг. Сільський зелений туризм є одним із напрямків туристичної діяльності, який може активно надавати інклюзивні послуги з реабілітації осіб з інвалідністю, що дасть можливість відновлення психофізіологічного стану та активної соціальної адаптації.

#### **Список використаних джерел:**

1. Офіційний сайт міжнародної організації ETAN. URL: <http://www.etan.org/> (дата звернення: 25.10.2021).
2. Труніна І. М. Стан міжнародного туризму для осіб з інвалідністю в Україні. *Modern Economics*. 2019. № 15. С. 191–195. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua/issue/15-2019/trunina.pdf> (дата звернення: 25.10.2021).
3. Narodowy portal turystyczny, available at. URL: <http://www.polska.travel/pl/niepelnosprawnych>.

## **БЕЗПЕКА ТУРИЗМУ ЯК ВАГОМИЙ ФАКТОР РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ**

**Марків І. П.**, *магістрантка*

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Квасній Л. Г.,  
Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка*

Високий рівень життя кожного регіону держави безпосередньо залежить від ефективності використання ресурсного потенціалу усіх галузей національної економіки, у тому числі туристичної.

Впродовж останніх років туристична галузі в Україні має значний вплив на розвиток таких сфер як: економіка, торгівля, культура, послуг, транспорту,



зв'язку тощо. За допомогою людських, історико-культурних та матеріальних ресурсів, Україна має відповідні умови для розвитку цієї галузі. Варто зазначити, що туристична галузь є однією із найбільш перспективних в Україні. Саме тому питання безпеки у туризмі сьогодні набуває все більшого значення.

Вивченню питання безпеки в туризмі приділяється значна увага. Зокрема, це досліджували науковці: Козинець В. [2], Маринин М. [4], Фокін С. [5] та інші. Вони виділяють три важливі питання для дослідження, а саме: сутність безпеки туризму, механізми, що забезпечують належний рівень безпеки, законодавчі та нормативні акти.

Варто зазначити, що над питаннями безпеки туризму працює багато міжнародних організацій: Міжнародна організація праці, Всесвітня організація охорони здоров'я, Організація Об'єднаних Націй, Міжнародна організація цивільної авіації, Міжнародна морська організація та ін. Всесвітня організація охорони здоров'я видає «Епідеміологічний щорічник» [6].

Туристична галузь України регулюється державною політикою з питань туризму. Проаналізувавши переваги розвитку туризму, Урядом України було прийнято Розпорядження № 168-р від 16 березня 2017 року «Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року». У стратегію включено безліч напрямків, зокрема, «Безпека туристів». Цей напрям передуватиме підвищенню якості надання туристичних послуг шляхом захисту інтересів та прав туристів [6].

В Україні Законом «Про туризм» визначено, що безпека в галузі туризму – сукупність факторів, що характеризують соціальний, економічний, правовий та інший стан забезпечення прав і законних інтересів громадян, юридичних осіб та держави в галузі туризму.

Згідно Закону України «Про туризм» суб'єкти туристичної діяльності зобов'язані: забезпечити особисту безпеку туристів, збереженість їх майна; інформувати туристів про загрозу їхній безпеці у країні (місці) тимчасового перебування; надавати необхідну допомогу туристам, які опинилися у надзвичайній ситуації; забезпечити туристам (екскурсантам) можливість

безперешкодного одержання медичної, правової та інших видів невідкладної допомоги, доступу до засобів зв'язку; притримуватись заборони використання туризму з метою незаконної міграції, сексуальної, трудової та інших видів експлуатації громадян; забезпечувати спеціальні вимоги безпеки під час надання туристичних послуг з підвищеним ризиком (автомобільний, гірський, лижний, велосипедний, водний, мотоциклетний, пішохідний туризм, спелеотуризм тощо); забезпечувати навчання туристів засобам профілактики і захисту від травм, попередження нещасних випадків та надання першої медичної допомоги; оперативно інформувати органи місцевої влади та відповідальних осіб про надзвичайні ситуації, в яких опинилися туристи, подавати відомості про зниклих осіб [1].

Також варто зазначити, що особи, які організують експлуатацію туристичних ресурсів, зобов'язані забезпечувати виконання вимог щодо охорони довкілля та охорони культурної спадщини, а також вживати заходів щодо забезпечення мінімізації або припинення шкідливого впливу на довкілля і соціально-культурне середовище та компенсувати завдані їм при цьому збитки [4].

Держава забезпечує захист законних прав та інтересів іноземних туристів відповідно до законодавства та міжнародних договорів України [1].

Вивчаючи підходи науковців щодо безпеки туризму, можна виділити три її складові:

- безпека туристичного бізнесу (економічна безпека туризму);
- безпека туристичних об'єктів (екологія, географія);
- безпека в туризмі (безпека туристів) [3];

Беручи до уваги підходи науковців, безпеку туризму можна класифікувати за змістом:

- безпека туристичних споруд та обладнання (технологічна безпека, інженерна безпека);
- безпека туристичного обслуговування (безпека проживання, безпека харчування, безпека рекреаційних занять, безпека транспортних послуг);

- медична безпека туризму (безпека медичних послуг, безпека здоров'я туристів);
- інформаційна безпека туризму (безпека інформаційного середовища, безпека персональних даних);
- екологічна безпека туризму (безпека у надзвичайних ситуаціях, безпека життєдіяльності в туризмі, безпека екосистем у туризмі);
- фінансова безпека туризму (ринкова безпека, валютна безпека);
- соціальна безпека туризму (культурна безпека, демографічна безпека, кримінальна безпека);
- політична безпека туризму (геополітична безпека, військово-політична безпека, політико-правова безпека) [2].

Безпека туризму повинна базуватися на продуманій комплексній системі заходів, при умовах, якщо не будуть обмежуватись права, інтереси і свобода самих туристів. Також важливо передбачити події, які можуть завдати шкоду туристам.

Статистика показує, що кількість туристичних подорожей вагомо зростає. Саме тому зростає необхідність дотримання заходів безпеки під час поїздок. Насамперед потрібно акцентувати на регіонах де є складне соціально-політичне становище [5].

Забезпечення якості послуг та безпеки в туризмі відбувається на різних рівнях, що включають у себе: туристські підприємства; адміністрація туристських центрів; місцеві влади; національні органи по туризму та центральні власті держав; міжнародні організації та міждержавні органи. Кожен з цих рівнів має вносити свій внесок у туризм.

Отже, одним із пріоритетів державної політики будь-якої країни, для якої туризм є вагомим орієнтиром у культурному та соціально-економічному розвитку, є забезпечення безпеки в туризмі. В Україні важливу увагу приділяють розвитку туристичної галузі. Саме тому, держава здійснює правове регулювання діяльності суб'єктів, які організують відпочинок громадян, а також створюють умови для їх комфортних і безпечних подорожей

### Список використаних джерел:

1. Про внесення змін до Закону України «Про туризм» : Закон України від 18.11.2003 р. № 1282-IV. Дата оновлення: 02.03.2015. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1556-18> (дата звернення: 08.10.2021).
2. Козинець В. Безпека життєдіяльності у сфері туризму : навч. посіб. Київ : Кондор, 2006. 575 с.
3. Корж Н. В., Заноско О. В. Формування системи економічної безпеки індустрії туризму як складової стійкого розвитку туризму в Україні. *Економіка. Управління. Інновації*. 2011. №2.
4. Маринин М. М. Туристські формальності і безпека в туризмі : навч. посіб. Москва : Фінанси і статистика, 2004. 144 с.
5. Фокін С. П. Транспортування туристів спеціалізованими організаціями під час виникнення надзвичайних ситуацій. *Взаємодія транспорту і туризму: тенденції, проблеми, перспективи* : зб. наук. пр. / упоряд. та відп. ред. С. П. Фокін. Київ, 2012. С. 174–177.
6. Kovari I., Zimanyi K. Safety and Security in the Age of Global Tourism. *Applied Studies in Agribusiness and Commerce*. 2011. Vol.5, №3 – 4. P.59 – 61.

### ВАЖЛИВІСТЬ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ДЛЯ ЕКОНОМІКИ ДЕРЖАВИ

Олійник Н. М., к. т. н., доцент,  
Дорогань О. І., студентка,  
Херсонський національний технічний університет

На сьогоднішній день індустрія туризму є одним із найважливіших елементів складової суспільного та економічного життя переважної більшості країн. Останнім часом розвиток туризму у всьому світі став масовим соціально-економічним явищем міжнародного масштабу [1, с. 86]. За оцінкою Всесвітньої туристичної організації ООН, внесок туризму до світового валового внутрішнього продукту з урахуванням непрямого ефекту становить 10 %. Загальна кількість робочих місць, що прямо або опосередковано стосуються сфери туризму, становить 11 % [2, с. 116]. Актуальність і важливість

дослідження даного питання обумовлена тісним взаємозв'язком динаміки розвитку туристичної сфери та економічного зростання держави в цілому.

Дослідженню важливості розвитку індустрії туризму для економіки держави було присвячено праці таких науковців, як: Макаренко С. М. [2–3], Поворознюк І. М. [4], Любіцева О. О. [5], Миронов Ю. Б., Свидрук І. І. [6] та ін. Варто зауважити, що в нових умовах розвитку та функціонування економіки, в умовах розповсюдження гострої респіраторної хвороби COVID-19, туристична система та її вплив на економіку потребує додаткових досліджень на основі особливостей та специфіки сучасних економічних процесів.

Метою даної роботи є дослідження питання розвитку сфери туризму, вивчення особливостей її реалізації та оптимізації, аналіз проблем та визначення шляхів покращення функціонування туристичної системи в Україні.

Немала частка науковців-економістів схиляється до думки, що галузь туризму характеризується активною суспільною значущістю та багатогранністю її аспектів. До головних засад цієї концепції слід віднести той факт, що на сучасному етапі у багатьох країнах світу туризм вважають однією з невід'ємних складових функціонування соціуму та визначають його як дуже перспективний соціально-економічний вид діяльності ХХІ століття. Важливою деталлю у розгляді даної економічної сфери також є те, що туристична діяльність займає місце у світовому переліку найбільш експортних галузей та вважається дуже рентабельною галуззю економіки світу.

Говорячи про розвиток сфери туризму в Україні, варто зауважити, що він має суттєвий вплив на транспортну та торговельну інфраструктуру, економічний сектор зв'язку, будівництва, сільського господарства, виробництва товарів народного вжитку тощо.

Аналіз кількості туристів України, обслугованих туроператорами та турагентами, за видами туризму, протягом періоду з 2000 по 2019 роки свідчить про тенденцію крайньої нерівномірності обсягів (табл. 1).

Якщо брати до уваги загальну кількість туристів, то періодами з найбільш високими показниками є: 2019 рік, коли обсяг склав 6132097 осіб; 2018 рік

(4557447 осіб) та 2013 рік (3454316 осіб). Періодами з мінімальними показниками кількості туристів були 2004 рік (1890370 осіб) і 2005 рік з обсягом 1825649 осіб.

*Таблиця 1*

**Структурно-динамічний аналіз розвитку індустрії туризму в Україні  
протягом періоду 2000–2019 рр.**

Рік	Кількість туристів, обслугованих турагентами та туроператорами, усього	У тому числі					
		в'їзні (іноземні) туристи		виїзні туристи		внутрішні туристи	
		осіб	%	осіб	%	осіб	%
2000	2013998	377871	18,76	285353	14,17	1350774	67,07
2001	2175090	416186	19,13	271281	12,47	1487623	68,39
2002	2265317	417729	18,44	302632	13,36	1544956	68,20
2003	2856983	590641	20,67	344332	12,05	1922010	67,27
2004	1890370	436311	23,08	441798	23,37	1012261	53,55
2005	1825649	326389	17,88	566942	31,05	932318	51,07
2006	2206498	299125	13,56	868228	39,35	1039145	47,09
2007	2863820	372455	13,01	336049	11,73	2155316	75,26
2008	3041655	372752	12,25	1282023	42,15	1386880	45,60
2009	2290097	282287	12,33	913640	39,90	1094170	47,78
2010	2280757	335835	14,73	1295623	56,81	649299	28,47
2011	2199977	234271	10,65	1250068	56,82	715638	32,53
2012	3000696	270064	9,00	1956662	65,21	773970	25,79
2013	3454316	232311	6,73	2519390	72,93	702615	20,34
2014	2425089	17070	0,70	2085273	85,99	322746	13,31
2015	2019576	15159	0,75	1647390	81,57	357027	17,68
2016	2549606	35071	1,38	2060974	80,83	453561	17,79
2017	2806426	39605	1,41	2289854	81,59	476967	17,00
2018	4557447	75945	1,67	4024703	88,31	456799	10,02
2019	6132097	86840	1,42	5524866	90,10	520391	8,49

*Джерело: складено та розраховано авторами на основі даних [7]*

Надважливу роль у розвитку економіки нашої країни відіграє кількість в'їзних (іноземних) туристів. Аналізуючи статистичні дані щодо обсягів туристів-іноземців, спостерігаємо невтїшну динаміку та тенденцію, схильну до стрімкого й швидкого скорочення. Протягом періоду 2000-2019 років кількість іноземних туристів зменшилася майже у 5 разів. Найвищим показником характеризується 2003 рік, коли обсяг склав 590641 осіб, а найнижчим – 2015 з обсягом 15159 осіб.

Що стосується кількості виїзних туристів, то в цьому виді туризму динаміка, в цілому, є позитивною. Незважаючи на нерівномірність обсягів, статистичне спостереження характеризується тенденцією до активного зростання. Періодом з найвищим показником кількості виїзних туристів став 2019 рік з обсягом 5524866 осіб, а найнижчим показником характеризується 2001 рік, коли обсяг був 271281 осіб.

На початку аналізованого періоду найбільшими показниками характеризувався внутрішній вид туризму. Періодами високої активності стали 2007 рік з обсягом 2155316 осіб та 2003 рік з обсягом 1922010 осіб. Проте починаючи з 2008 року, показники стали значно скорочуватися, утворивши різкий спад активності внутрішнього туризму. Найменшою кількістю туристів характеризується 2014 рік, коли обсяг склав 322746 осіб. З 2015 по 2019 рік спостерігається відновлення приросту показників, але вони не є значними.

Аналіз туристичного господарства в Україні показує, що дана галузь економіки хоч і не характеризується стабільним і стрімким зростанням, проте поступово розвивається. До основних чинників, що сприяють стриманню активного розвитку вітчизняного туризму та залучення іноземних туристів можна віднести: розповсюдження гострої респіраторної хвороби COVID-19; недостатній рівень реклами туризму на території України у засобах масової інформації; відсутність або нестача фінансування реконструкцій визначних історичних пам'яток та елементів архітектурного мистецтва; низький рівень розвитку туристичної інфраструктури; недостатня кількість інвестицій для розвитку промислових чи оздоровчих видів туризму у більшості областей України. Перераховані проблеми значно гальмують оптимізацію туристичної сфери в Україні, саме тому необхідним є підбір доцільних стратегій усунення даних факторів та реалізації умов для активного розвитку галузі туризму.

Спрямованість стратегічного розвитку сфери культури та туризму, у першу чергу, має бути направлена на результат активної співпраці між реальним бізнесом та місцевою владою з метою вирішення конкретних завдань щодо збереження культурної спадщини, підвищення ролі діяльності музеїв,

національних заповідників тощо, орієнтації для роботи в ринкових вимірах і координації діяльності з учасниками індустрії туризму. Окрім цього, важливими факторами, що відіграють значну роль у майбутньому розвитку функціонування туристичного ринку є зміни у демографічній статистиці, матеріальний та соціальний стан населення, рівень освіти, професійна зайнятість тощо. На сучасному етапі сфера туризму виступає глобальним чинником розвитку цивілізації. Активна розбудова індустрії туризму, розвиток вітчизняного ринку туристичних послуг матиме позитивний вплив на соціально-економічний стан країни.

### **Список використаних джерел:**

1. Олійник Н. М., Мануйло С. С., Макаренко С. М. Дослідження конкурентного середовища на ринку туристичних послуг у країнах Південно-Східної Азії. *Застосування маркетингових технологій управління туристичними підприємствами в умовах сучасного бізнес-середовища* : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. (19 жовт. 2018 р.). Херсон : ХНТУ, 2018. С. 86–89.
2. Макаренко С. М. Узгодження стратегій розвитку туристичних та промислових підприємств як основи сталого розвитку регіону. *Вісник Хмельницького національного університету : Економічні науки*. 2019. № 6. Т. 2. С. 115–119.
3. Oliinyk N. M., Makarenko S. M., Berezkin I. S. Asia-pacific region attractiveness at the global tourism services market. *Модернізація економіки: сучасні реалії, прогностні сценарії та перспективи розвитку* : матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. (28 квіт. 2020 р.). Херсон : Видавництво ФОП Вишемирський В.С., 2020. С. 142–144.
4. Поворознюк І. М. Соціальний туризм як фактор стійкого розвитку регіону. *Сучасні проблеми і перспективи економічної динаміки* : матеріали VII Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. молодих учених та студентів (19–20 листоп. 2020 р.). Умань : Уманський держ. пед. ун-т імені Павла Тичини, Навч.-наук. ін-т економіки та бізнес-освіти, 2020. С. 343–346.



5. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти): монографія. Київ : Альтерпрес, 2002. 436 с.

6. Миронов Ю. Б., Свидрук І. І. Туризм як чинник економічного розвитку країни. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2016. Вип. 26.6. С. 255–262.

7. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 23.10.2021).

## ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МЕДИЧНОГО ТУРИЗМУ ІСПАНІЇ

Рубаха В. А., студент

*Науковий керівник: к. геогр. н., викладач Савченко І. А.,  
Волинський фаховий коледж НУХТ*

Іспанія довгий час входить у світову п'ятірку країн за показниками кількості туристичних прибуттів та отриманого доходу від туристичної діяльності. Туристичний ринок Іспанії сформувався переважно завдяки зовнішньому попиту, орієнтованому на прийом іноземних туристів. Це одна з найбільш відвідуваних країн світу завдяки наявності численних природних та історико-культурних ресурсів, однак останніми роками вона стала ще й затребуваним напрямом для медичного туризму. За даними ОЕСР, обсяги оборотів медичного туризму становлять близько 75 млрд. євро у світі, тому туроператори, приватні клініки і державні органи охорони здоров'я постійно працюють над тим, щоб стати провідним гравцем в медичному туризмі.

Унікальність Іспанії полягає у високому рівні та відносно низькій вартості життя, що проявляється у високій якості медичного обслуговування за відносно низьких цін на лікування. Саме цей факт приваблює до Іспанії значну кількість іноземних пацієнтів. Як приватні, так і державні медичні установи в Іспанії мають відділення, спеціально призначені для медичних туристів, які приїжджають на медичне обслуговування до Іспанії. Більшість іспанських лікарів вільно володіють англійською мовою, крім того, у центрах медичного туризму працюють штатні перекладачі.

Оскільки медичний туризм передбачає як лікування захворювань, а й загальне оздоровлення організму, Іспанія стала дуже популярною завдяки

унікальним кліматичним умовам, багато клінік розташовані поблизу відомих туристичних атракцій. М'який клімат у поєднанні з морським повітрям є гарною основою для швидкого відновлення після лікування чи операції, що зробило оздоровчий туризм в Іспанії теж дуже затребуваним.

Маючи розвинену інфраструктуру медичних послуг, Іспанія займає в рейтингу ВООЗ 7-е місце серед країн з найкращою системою охорони здоров'я в Європі. Згідно з цим рейтингом, іспанці другі в Європі за задоволеністю медичною сферою у своїй країні [2].

Економіка Іспанії дозволяє інвестувати значні кошти у будівництво сучасних медичних комплексів та підготовку кваліфікованих кадрів. Це дало можливість Іспанії стати перспективним напрямком для медичного туризму.

За даними асоціації медичного туризму в країні повноцінно функціонує понад 760 медустанов, є 1,21 млн. лікарняних ліжок, понад 450 тис. лікарів та медсестер та проводять 2,4 млн. операцій на рік [1]. Лікарі в Іспанії проходять складне багаторівневе навчання, щоб відповідати світовим стандартам. Медична освіта та практика тут еквівалентні такою в будь-якій іншій європейській країні. Іспанські лікарі часто працюють в інших країнах ЄС та США. Багато лікарів, дослідників та вчених з Іспанії стали дуже відомими далеко за межами своєї країни.

Медичні центри Іспанії оснащені найновішим високотехнологічним обладнанням, яке обслуговує кваліфікований медичний персонал. У більшості іспанських клінік працюють міжнародні відділи медичного туризму, які надають спеціальні пільги пацієнтам з-за кордону.

Вартість лікування в іспанських клініках варіюється в залежності від типу захворювання. Проте економія, порівняно з іншими країнами Європи, становить від 30% до 50%. Наприклад, пластика носа у приватній клініці Великобританії коштуватиме 4,5–5 тис. \$, тоді як у Іспанії цю операцію можна зробити за 3 тис. \$. Ендопротезування суглобів в Іспанії мало не наполовину дешевше ніж в інших країнах Європи та США [3]. Найбільшими конкурентами у сфері медичного туризму в Іспанії є Мексика, Туреччина, Корея та Індія.

Основними постачальниками медичних туристів до Іспанії є США, Велика Британія, Німеччина, країни Східної Європи та Північної Африки. Британці в основному приїжджають на процедуру зміни колінних та кульшових суглобів, а також лікування серцевих захворювань та катаракти. Американці зорієнтовані на дорогі хірургічні втручання, що не покриваються їх страховими полісами. Російський ринок у переважній більшості представлений жінками, які цікавляться косметичною хірургією; тоді як північноафриканці, як правило, цікавляться складними хірургічними процедурами.

Складні медичні процедури, а також діагностика захворювань в іспанських клініках доступні за ціною і високі за якістю. Це діагностика і лікування ракових і серцево-судинних захворювань, ортопедичні операції, нейрохірургічні процедури, лікування безпліддя і ведення протоколів ЕКО, пластичні операції. Найкраща в Європі офтальмологічна клініка знаходиться в Барселоні. Останнім часом стало дуже популярним приїжджати в Іспанію спеціально на пологи або просто для проведення комплексного обстеження.

Нейрохірургічні операції на головному і спинному мозку, при проведенні яких застосовуються унікальні методики і технології, в Іспанії затребувані. Фахівці використовують мало- і неінвазивні методи, наприклад, Гамма-ніж, і мікрохірургічні втручання. Іспанська індустрія здоров'я відрізняється високоякісним післяопераційним доглядом, що забезпечується після оперативного втручання будь-якої складності.

Стабільна також популярність репродуктивної медицини, гінекологія, акушерство в країні. Іспанія вважається передовою країною Європи з лікування безпліддя. Наприклад, після чотирьох ЕКО запліднення відбувається у 90% пацієнток. Іспанські лікарі практикують індивідуальний підхід з уважним відстеженням розвитку ембріона [1].

Іспанія також є провідною країною у сфері лікування онкологічних захворювань. При лікуванні злоякісних пухлин використовується мультидисциплінарний підхід, що означає застосування в комплексі хірургічного втручання, променевої і хіміотерапії, реконструктивної хірургії,

психологічної допомоги, паліативної медицини. Ефективності результатів сприяє і сучасне, своєчасне діагностичне обстеження.

*Таблиця 1*

**Найбільші іспанські клініки та їх спеціалізація**

<b>Місто</b>	<b>Клініка</b>	<b>Спеціалізація</b>
Барселона	Centro Médico «Teknon»	Нейрохірургія, онкологія
	IMOR	Онкологія
	HM Delfos	Кардіологія
	Sant Joan de Deu	Кардіологія
Валенсія	IVO	Онкологія
Мадрид	Granado Tiagonce	Пластична хірургія, нейрохірургія
	HM Hospitales	Пластична хірургія, нейрохірургія
	Quiron Madrid Hospital	Пластична хірургія, нейрохірургія
	GenesisCare	Нейрохірургія
Памплона	Clinica Universidad de Navarra	Кардіологія

*Складено автором*

Пластичними операціями славляться безліч спеціальних іспанських клінік. Інноваційні технології і новітні методики дозволяють вирішувати естетичні проблеми пацієнтів різного рівня складності. Найбільш затребуваними є пластичні операції по збільшенню і підтяжці молочних залоз, блефаропластика, ліпосаксація. Для проведення цих та інших процедур застосовуються гіалуронові філери, малоінвазивні методи, абдомінопластика [2].

Отже, основними чинниками, що вплинули на розвиток медичного туризму Іспанії є: відмінна підготовка лікарів та медичного персоналу; значне державне фінансування; висока якість наданого лікування; наявність у клініках сучасного обладнання, необхідного для всебічного обстеження та проведення лікувальних процедур; порівняно невисокі ціни на весь сервіс; унікальні природні ресурси, що сприяють швидкому відновленню навіть після самих серйозних захворювань.

### Список використаних джерел:

1. Грошев И., Краснослободцев А. Мировой рынок медицинского туризма. *Мировая экономика и международные отношения*. 2017. Т. 61. № 10. С. 87–95.
2. Карпова Г. А., Рыбальченко И. Е., Игнатова Е. В. Эволюция развития и перспективные направления совершенствования рынка медицинского туризма. *Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета*. 2020. С. 102–107.
3. Мочульська О. М., Шулхай А. Г., Опшлянська О. А. Сучасні тенденції, детермінанти та перспективи розвитку медичного та лікувально-оздоровчого spa- та wellness-туризму в світі. *Вісник соціальної гігієни та організації охорони здоров'я України*. 2019. № 3. С. 56–61.

## ДОСВІД ЗАСТОСУВАННЯ СУЧАСНИХ НОВІТНІХ МЕТОДИК НАВЧАННЯ У ВИЩІЙ ШКОЛІ ДЛЯ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ ЗА ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЮ ПРОГРАМОЮ ТУРИЗМ

Слатвінська Л. А., к.е.н., доцент,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

Сучасний світ перейшов на новий етап життя, де головну роль виконує інформація, а також освіта та економіка, що будуються на ній.

Одним із сучасних пріоритетів освіти в Україні, як і майже всього світу, є побудова «орієнтованого на інтереси людей, відкрите для всіх і спрямоване на розвиток інформаційне суспільство, в якому кожний може створювати інформацію і знання, мати до них доступ, користуватися й обмінюватися ними, даючи змогу окремим особам, громадам і народам повною мірою реалізувати свій потенціал, сприяючи своєму сталому розвитку і підвищуючи якість свого життя на основі цілей і принципів Статуту Організації Об'єднаних Націй і поважаючи в повному обсязі та підтримуючи Загальну декларацію прав людини» [1].

Законодавство України гарантує, що освіта є основою інтелектуального, духовного, фізичного і культурного розвитку особистості, її успішної соціалізації, економічного добробуту, запорукою розвитку суспільства, об'єднаного спільними цінностями і культурою, та держави.

З позицій законів, що регулюють освітню діяльність, відповідно, метою освіти є всебічний розвиток людини як особистості та найвищої цінності суспільства, її талантів, інтелектуальних, творчих і фізичних здібностей, формування цінностей і необхідних для успішної самореалізації компетентностей, виховання відповідальних громадян, які здатні до свідомого суспільного вибору та спрямування своєї діяльності на користь іншим людям і суспільству, збагачення на цій основі інтелектуального, економічного, творчого, культурного потенціалу українського народу, підвищення освітнього рівня громадян задля забезпечення сталого розвитку України та її європейського вибору [2].

Тому реалізація цих прав потребує підтримки з боку методичної організації освітнього процесу та методологічного його забезпечення з відповідною технологічною та технічною базою з урахуванням сучасних вимог та завдань, які стоять перед закладами вищої освіти та здобувачами вищої освіти.

Відповідно до основної мети освіти в Україні, реалізацію якої забезпечує, зокрема, діяльність Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини включно із структурним підрозділом Навчально-науковим інститутом економіки та бізнес-освіти здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «молодший бакалавр», «бакалавр», «магістр» за освітньо-професійною програмою Туризм [3].

В цілому, реалізація освітньо-професійної програми Туризм спрямована на підготовку висококваліфікованих і конкурентоспроможних на національному та міжнародному ринку праці фахівців для освітніх та наукових установ, органів державної влади і управління, підприємств усіх форм

власності, утвердження національних, культурних і загальнолюдських цінностей.

Виходячи з основної мети та місії університету одним із основних пріоритетів реалізації освітньо-професійної програми Туризм в освітній діяльності є утримання лідерських позицій у підготовці та забезпеченні конкурентоспроможності фахівців, яких готує університет шляхом підвищення якості освітніх послуг, наповнення освітнього процесу європейськими та національними цінностями.

Підготовка фахівців за освітньо-професійною програмою Туризм здійснюється за основними принципами розвитку університету: відповідність суспільним потребам, інноваційності та орієнтації на перспективний досвід, системності та безперервності освіти, студентоцентризму, корпоративного партнерства, мобільності, ефективності, результативності і економічності діяльності, відповідності міжнародним і національним фаховим стандартам якості.

Забезпечення якості освітніх послуг за освітньо-професійною програмою Туризм та їх відповідності національним та міжнародним фаховим стандартам забезпечується через трансформацію освітнього процесу в інноваційне середовище, яке забезпечує зростання індивідів, суспільно активних громадян, високо кваліфікаційних фахівців, конкурентоспроможних на національному та світових ринках праці, у якому студенти отримують вміння і навички самостійно оволодівати знаннями протягом життя, вільно мислити й самоорганізовуватися у сучасних умовах.

Вивчення думки стейкхолдерів, потенційних роботодавців, випускників університету за освітньо-професійною програмою Туризм демонструє відповідність програми тенденціям розвитку спеціальності, ринку праці, галузевого та регіонального контексту.

Якість освітніх послуг за освітньо-професійною програмою Туризм забезпечується завдяки модернізації освітнього процесу на засадах

компетентнісного підходу, удосконалення інструментів і критеріїв оцінювання ключових компетентностей у здобувачів вищої освіти.

Університет має унікальний, багаторічний досвід застосування сучасних новітніх методик навчання у вищій школі. Особливої уваги, в сучасних мовах навчання та в умовах карантинних обмежень спричинених COVID-19 потребує методика організації освітнього процесу для здобувачів вищої освіти.

Відповідно, надзвичайно актуальним при реалізації освітньо-професійної програми Туризм є організація дистанційного навчання, що являє собою на базі університету індивідуальний процес набуття особою загальних і фахових компетентностей, організований шляхом опосередкованої взаємодії віддалених один від одного учасників освітнього процесу у спеціалізованому середовищі – Інформаційно-освітньому середовищі MOODLE, яке функціонує на основі сучасних психологічно-педагогічних та інформаційно-комунікаційних технологій. Дистанційне навчання відбувається відповідно до «Положення про Центр дистанційного навчання в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини» [4].

У процесі дистанційного навчання за освітньо-професійною програмою Туризм в ІОС MOODLE використовуються електронні навчально-методичні матеріали: методичні рекомендації щодо їх використання, документи навчального процесу (навчальні та робочі програми, розклади занять); відео- та аудіо записи лекцій, семінарів, тощо; мультимедійні лекційні матеріали; термінологічні словники; практичні завдання, віртуальні лабораторні роботи; віртуальні тренажери; пакети тестових завдань для проведення контрольних заходів; електронні бібліотеки чи посилання на них; дистанційний курс освітніх компонентів за програмою підготовки, що об'єднує зазначені вище електронні ресурси за єдиним педагогічним сценарієм; інші ресурси навчального призначення. Структура дистанційного курсу регламентується Положенням про сертифікацію електронних навчальних курсів розміщених в системі дистанційного навчання Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.



Дистанційне навчання для здобувачів вищої освіти за освітньо-професійною програмою Туризм реалізується шляхом впровадження дистанційних технологій навчання в очну, заочну і екстернатну форми навчання із використанням ІОС MOODLE, Google Meet, Zoom та ін. і є складником освітнього процесу.

Ефективність дистанційного навчання для здобувачів вищої освіти за освітньо-професійною програмою Туризм із використанням ІОС MOODLE, Google Meet, Zoom та ін. відображається через: реалізацію права здобувати освіту, отримувати якісні освітні послуги, набувати загальних, фахових компетентностей, формуватись як конкурентоздатний фахівець на національному та міжнародному ринку праці.

#### **Список використаних джерел:**

1. Використання інформаційних технологій у професійній освіті.. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/377191.pdf>.
2. Закон України «Про освіту». URL: <https://ips.ligazakon.net/document/JH2OZ7LA>.
3. Стратегія розвитку Уманського державного педагогічного університету. URL: <https://udpu.edu.ua/documents/>
4. Положення про Центр дистанційного навчання в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини. URL: <https://udpu.edu.ua/documents/>.

### **ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ МІСЬКОГО ТУРИЗМУ**

**Слатвінська Л. А., к. е. н., доцент,**

**Букатинська А. П., студентка,**

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Туризм у містах Черкаського регіону є сферою, що має значний вплив на величезну кількість секторів діяльності сучасного міста, як прямо так і опосередковано, що значно ускладнює поточне управління та планування розвитку міста, вирішення відповідних проблем та створення необхідної

політики для адаптації і переходу до сталого розвитку та моделі державно-приватного співробітництва в середовищі міському туризму.

Таким чином, на сучасному етапі розвитку міста Черкаського регіону, відповідно, міське середовище неодмінно повинне володіти всім, що здатне підтримувати інтерес туриста: аттрактивність – здатність звертати на себе увагу; експресивність – особлива виразність; меморіальність – зв'язок з пам'ятними подіями, явищами, особистостями; унікальність – одиничність пам'яток; рідкість – раритетність. Локація, фести, культурна спадщина, їжа, туристичні об'єкти – це все складові міського туризму, і саме правильна промоція дає можливість будь якому місту стати цікавим для туристів та провідним за відвіданням. План стійкого розвитку міста повинен передбачати розподіл отриманих від туризму прибутків на інноваційні проекти покращення міського середовища, а також збереження культурної спадщини та навколишнього середовища.

Аналіз передумов, що зумовлюють формування міського туризму у містах Черкаського регіону [1] та враховуючи рекомендації національної туристичної організації України [2], дають можливість визначити фактори розвитку та умови, які він забезпечує:

1) сталий розвиток – туризм, як найважливіший елемент економіки, щоб зробити міста інклюзивними, безпечними, життєздатними і стійкими для жителів і відвідувачів. Міста України потребують консолідації та визначення спільної дорожньої карти розвитку урбан-туризму відповідно до світових трендів розвитку міст;

2) консолідація – ефективний і гармонійний розвиток міського туризму можливий за умови постійної і тісної комунікації, координації, кооперації та колаборації бізнесу, органів влади і місцевих жителів на платформах Організацій менеджменту дестинацій;

3) стратегічний підхід – великим, середнім і малим містам України необхідне єдине стратегічне бачення, підхід і цілісна концепція розвитку урбан-туризму в Україні, яка заснована на принципах інноваційності, технологічності,

доступності, сталості та ефективної моделі управління дестинацій через системне публічно-приватне партнерство та колаборацію;

4) людські ресурси – необхідно розвивати людські таланти, удосконалюючи систему освіти і професійної підготовки кадрів, зайнятих в сфері туризму та індустрії подорожей. Крім цього, потрібно виховувати культуру бізнес-підприємництва, гостинності та толерантності у мешканців міст, починаючи з раннього віку. З місцевих лідерів думок та активних громадян треба формувати спільноти Амбасадорів міст, які будуть популяризувати свої міста для туризму і подорожей;

5) безпека та якість – туристичний продукт в містах являє собою ланцюг різних послуг і продуктів, що включає в себе транспорт, розміщення, харчування, екскурсійне обслуговування, розваги та багато супутніх сервісів. Кожна ланка в цьому ланцюзі впливає на цілісне сприйняття туристом дестинації, а значить повинна відповідати всім вимогам і стандартам безпеки, якості і екологічності;

6) статистика та аналітика – необхідно розвивати систему збору статистичних даних в міському туризмі через традиційні та альтернативні канали, включаючи аналітику доступної big data технологічних компаній, а також привести збір та аналіз даних до спільного формату, що відповідає міжнародній методології туристичної статистики в дасть можливість порівнювати показники міст між собою для більш ефективного планування, управління та просування дестинацій;

7) інвестиції – необхідно залучати державні, а також приватні і прямі іноземні інвестиції в розвиток інфраструктури туристичного сектора і створення нових туристичних об'єктів, атракцій та продуктів;

8) сезонність – для зниження фактора сезонності необхідно сприяти розвитку міських подій і формувати узгоджені календарі заходів, що дасть привід туристам відвідувати міста цілий рік. Для розвитку цілорічного туризму необхідно стимулювання розвитку інфраструктури та системний маркетинг подій і дестинації в цілому;

9) смарт міста – необхідно сприяти впровадженню нових технологій в урбаністиці, покращувати логістику, мобільність, доступність, навігацію в містах, створювати більше інклюзивних соціальних просторів та популяризувати ідею «Розумних міст».

10) універсальність – міський туризм багатогранний, як і самі міста і таким чином сприяє розвитку таких видів туризму, як: культурний та історичний туризм, діловий і МІСЕ туризм, подієвий і фестивальний туризм; шопінг туризм, індустриальний туризм, гастрономічний туризм, медичний туризм.

Міський туризм у містах Черкаського регіону (урбантуризм) як вид спеціалізованого туризму з культурно-пізнавальною, розважальною, діловою, лікувально-оздоровчою метою, що ґрунтується на комплексному використанні ресурсів міста має великий соціально-економічний, культурний, екологічний ефекти.

Удосконалення системи розвитку міського туризму з урахуванням вимог суттєвої активізації впровадження інноваційних технологій і стандартів сучасного інформаційного суспільства як мотиватора розвитку міського туризму.

#### **Список використаних джерел:**

1. Програма розвитку туризму в Черкаській області на 2021 – 2027 роки. URL: <https://strategy2027-ck.gov.ua/2020/09/11/pryjnyato-strategiyu-rozvytku-cherkashhyny-na-2021-2027-roky/> <https://strategy2027-ck.gov.ua/#strategy> (дата звернення: 20.10.2021).

2. National Tourism Organization of Ukraine. URL: [http://www.ntoukraine.org/year2021\\_ua.html](http://www.ntoukraine.org/year2021_ua.html) (дата звернення: 20.10.2021).

## ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ

*Суберляк Д. О., студентка  
Науковий керівник: к. е. н., Сем'янчук П. М.,  
Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова*

Сучасна сфера туризму має низку проблем, а сучасний стан і перспективи її розвитку представлені багатьма перспективними напрямками розвитку. На даному етапі туристична галузь водночас є діючою практикою суспільного життя та одним із важливих чинників розвитку світового господарства. Варто відзначити комунікативну роль індустрії туризму у саморозвитку особистості в процесі подорожі шляхом підвищення рівня освіченості, загальної культури. Туристичні тури забезпечують регулярне ознайомлення з традиціями і побутом, звичаями й віруваннями, пам'ятками архітектури, скульптури й літератури, палеонтологічними та археологічними розкопками, природою і стилем життя інших народів та/або населення інших територіальних одиниць і регіонів власної країни. Також сфера туризму істотно підвищує рівень культури завдяки виконанню культурно-просвітницької, релігійної, рекреаційної, соціальної, холистичної, виховної та екологічної функцій.

Упродовж тисячоліть туризм розвивався на підсвідомому рівні, позаяк тривалі та географічно ємні торгові шляхи, численні завойовницькі походи й науково-пізнавальні експедиції стали передумовою зародження, утвердження і розвитку туристичної сфери. Відтак, туризм почав відігравати значущу роль у житті людини. В першу чергу туристична сфера дозволяє людям отримати задоволення активного відпочинку і безпосередньо пізнати навколишній світ у всіх його географічних, природних, історичних, культурних, релігійних, спортивних, пригодницьких, екзотичних, астрономічних та інших аспектах.

У процесі нарощування туристичних масштабів та збільшенні туристичних потоків – сфера туризму стрімко розширюється та завойовує передові ніші у розвитку як національної економіки, так і світового господарства. Стрімке збільшення чисельності туристів природно урізноманітнює надання туристичних послуг, розширює асортимент

туристичного продукту, а разом із тим якісно збагачує задоволення потреб туристів. Відтак, сфера туризму закріплюється у національних народногосподарських комплексах та в регіональних і світових господарських процесах низкою державних, міждержавних і міжнародних рішень та зміцненням і розширенням законодавчої і нормативно-правовою базою з урегулювання туристичного розвитку й туристичних питань і процесів. Разом із тим, сфера туризму визнана як одним з пріоритетних напрямків розвитку та збагачення національної культури і зміцнення національної економіки. Ці тенденції і перспективи мають місце у цілісному світовому співтоваристві, що прогнозує туристичній сфері місце провідної індустрії у XXI столітті.

Вивчаючи глибше функціонування сфери туризму, А.Панчук та І.Панчук наводять такий приклад перспективності її розвитку: «У період становлення ринкових відносин в Україні туризм як одна з найбільш перспективних та динамічних галузей світового господарства отримав усі умови для інтенсивного розвитку. Об'єктивним підґрунтям стало, з одного боку, відкриття тривалий час закритих державних кордонів, а з іншого – її величезний туристичний потенціал, що містить у собі неповторний комплекс історико-культурних та архітектурних пам'яток, об'єктів, рекреаційного призначення, природно-кліматичних ресурсів. Туризм як специфічний вид діяльності охоплює безліч галузей економіки, починаючи з будівництва і закінчуючи транспортними перевезеннями. Досить важко дати точну оцінку, який сегмент підприємств, зайнятих у галузі туризму має більшу вагу. Крім того, туризм підтримує різноманітні зв'язки з підприємствами інших секторів економіки: сільськогосподарськими підприємствами, заводами з виробництва транспортних засобів, меблевими фабриками й іншими» [1, с. 155–156].

У своїх наукових працях О. Трегубов пропонує широкий підхід до опису особливостей туризму, який варто розглядати як: «а) особливу форму пересування людей за маршрутом з метою відвідування конкретного об'єкта або задоволення туристичного інтересу; б) рух (переміщення), знаходження поза постійним місцем проживання і тимчасове перебування в об'єкті інтересу

(поїздки); в) особливу форму розумового та фізичного виховання, що реалізується через його соціально-гуманітарні функції (виховну, освітню, оздоровчу, спортивну); г) популярну форму організації відпочинку, проведення дозвілля; ґ) галузь господарства з обслуговування людей, які перебувають тимчасово поза місцем постійного проживання (це так званий промисловий підхід у визначенні туризму); д) сегмент ринку, на якому сходяться підприємства традиційних галузей господарства (транспорт, громадське харчування, готельне господарство, культура, торгівля тощо) з метою пропозиції своєї продукції і послуг споживачам (це визначення з точки зору теорії маркетингу); е) соціальний, культурний та економічний феномен, який відноситься до діяльності відвідувачів» [3, с. 192]. Доцільним є скористатися науковим узагальненням, яке запропонував Е.Щепанський: «туризм – це сукупність, система, структура, галузь, яка містить у собі наступні ознаки, види діяльності й послуги: а) діяльність туристичних організацій – туроператорів і турагентів; б) більшість послуг пасажирського транспорту, включаючи оренду автомобілів і використання транспорту для екскурсій; в) засоби розміщення й харчування; г) рекреаційні, культурні, спортивні та інші розважальні послуги; ґ) додаткові й допоміжні послуги, такі як, послуги гідів, організація конгресів, страхування, пов'язані з туризмом фінансові послуги – кредитні картки, туристичні чеки й допоміжні служби, медичне обслуговування, торгівля товарами туристичного призначення й для використання туристами (безмитна торгівля, магазини в туристичних центрах) тощо» [4].

Успішність розвитку туристичної сфери великою мірою залежить від її конкурентоспроможності. У науковій царині дану проблема також не оминули. Так, Л. Прокопишин-Рашкевич, Б. Шадурська, Й. Петрович з цього приводу зазначають: «Індустрія туристичної галузі, яка представлена відповідними управлінськими структурами, характеризується значною кількістю туристичних корпорацій та фірм, агентств, асоціацій, що діють на глобальному рівні. Підвищення туристичної конкурентоспроможності країни передбачає її популяризацію відповідними структурами за кордоном завдяки збільшенню

кількості укладених угод про співпрацю та поглиблення співпраці між українськими та іноземними туристичними компаніями. Дуже часто з метою визначення туристичної привабливості тієї чи іншої країни використовують індекс конкурентоспроможності туризму, який є ключовим показником для оцінювання розвитку туризму країни порівняно зі станом туристичної індустрії інших країн. Оскільки в Україні потенціал індустрії туризму здатний забезпечити ключову перевагу стратегічної орієнтованості національної економіки, управління конкурентоспроможністю туристичної галузі повинно відповідати сучасним вимогам динамічного розвитку на різних рівнях – від державного до регіонального» [2, с. 75]. Відтак, продовжуючи проблему національної туристичної конкурентоспроможності, хочемо представити аргумент, на якому наголошує і який наводить О.Бартошук – це «важливість створення відповідної системи управління з метою підвищення конкурентоспроможності індустрії туризму, яка здатна відповідати вимогам сучасного світу та реалізуватись на різних рівнях: державному, регіональному, рівні окремого підприємства» [2, с. 75].

Отже, розкриті передумови виникнення і специфічні особливості туристичної сфери, дозволяють стверджувати про її істотну роль в національній та світовій економіці. Разом із тим, як невід’ємний атрибут життя кожного цивілізованого суспільства, рівень розвитку туристичної галузі є індикатором і параметром добробуту населення.

#### **Список використаних джерел:**

1. Панчук А. П., Панчук І. В. Туристична індустрія України. URL: [http://irbis-nbuv.gov.ua>irbis\\_nbuv>cgiirbis\\_64](http://irbis-nbuv.gov.ua>irbis_nbuv>cgiirbis_64) (дата звернення: 25.10.2021).

2. Прокопишин-Рашкевич Л. М., Шадурська Б. О., Петрович Й. М. Індустрія туризму в Україні: перспективні напрями та виклики сучасності. *Вісник Національного університету “Львівська політехніка”*. 2020. Т. 4. № 1. С. 72–82.

3. Трегубов О. С. Особливості туристичної індустрії та її роль в економіці. *Економіка і організація управління*. 2016. № 1 (21). С. 190–200.



4. Щепанський Е. В. Методологічна сутність і класифікаційні ознаки туризму. *Державне будівництво*. 2010. № 1. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu\\_2010\\_1\\_23](http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2010_1_23) (дата звернення: 28.10.2021).

## **СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ**

**Цистан В. М., Кацмаза М. С., студенти**  
*Науковий керівник: к. е. н, доцент Пачева Н. О.,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Україні притаманний високий потенціал розвитку туристичної сфери, яка формує значний обсяг капіталу, що необхідний для забезпечення сталого соціально-економічного розвитку.

Динаміка туристичних потоків, особливо частка іноземних туристів у загальному обсязі, протягом останніх десяти років є спадною. Це призводить до необхідності докладного аналізування та визначення факторів, що впливають на такі тенденції. Оскільки однією із головних причин уповільненої динаміки зростання туристичної сфери є незадовільний стан туристичної інфраструктури, необхідно враховувати її структурні зміни та досліджувати їхній вплив на соціально-економічний розвиток країни і аналізованої території зокрема.

Туристична сфера є домінуючим чинником забезпечення соціально-економічного зростання для багатьох країн, які характеризуються подібними політичними, історичними, географічними та культурними особливостями. Це свідчить про наявність значних потенційних можливостей розвитку туризму за умови формування інфраструктури для належного функціонування цієї галузі. Досліджуючи динаміку основних показників діяльності туристичної сфери протягом останніх років, можна констатувати ознаки занепаду деяких видів туризму та скорочення абсолютної кількості туристів, яких обслуговують національні суб'єкти туристичної діяльності. Такі фактори актуалізують необхідність дослідження впливу туристичної інфраструктури на соціально-економічний розвиток та прогнозування перспективної динаміки індикаторів туристичних та соціальних змін у майбутньому.

Водночас питання емпіричного аналізу динаміки соціально-економічного розвитку з урахуванням туристичної інфраструктури лишаються поза увагою. Так, неповною є класифікація макроекономічних чинників, які впливають на туристичну сферу, недостатньо вивчені напрями та сила їх впливу на динаміку туристичних потоків, відсутні прогностичні сценарії перспективних змін у туристичній та соціально-економічній сферах України.

Недостатньо уваги в наукових працях відведено проблемам теоретичних та прикладних аспектів аналізування соціально-економічного розвитку із врахуванням впливу туристичної інфраструктури на виявлення та попередження несприятливих тенденцій у динаміці туристичних потоків [1].

Туристична інфраструктура як складова соціально-економічної характеризується сукупністю різноманітних суб'єктів підприємницької діяльності, які забезпечують та обслуговують туристичну сферу. Вона містить різноманітні транспортно-комунікативні ланцюги, системи гостинності і комунального обслуговування, а також соціокультурне середовище, що їх оточує. Частина об'єктів інфраструктури туризму безпосередньо зорієнтована на обслуговування туристичних потоків, водночас вона обслуговує місцеве населення. Її розвиток є дієвим стимулом удосконалення місцевої інфраструктури різних рівнів та чинником освоєння конкретних територій із збільшенням робочих місць.

Туристичний бізнес заохочує до розвитку інші галузі економіки, такі як зв'язок, торгівля, харчова промисловість, сільське господарство, будівництво та інші. Даний бізнес вабить підприємців по причинах невеликих стартових інвестицій, зростаючого попиту на туристичні послуги, високого ступеня рентабельності та мінімальних строків окупності витрат.

На сучасному етапі розвитку ринкових відносин ефективна діяльність організації залежить від рівня розвитку соціально-корпоративного капіталу. Світова спільнота все частіше визнає той факт, що рівень соціально-корпоративного капіталу є одним із головних індикаторів, що впливають на економічний розвиток організації. Він є не менш важливим чинником

результативного функціонування організації і стоїть в одному ряду з факторами виробництва, науково-технічним прогресом та ін. Соціально-корпоративний капітал – це соціальний капітал організації, що утворюється і нагромаджується на мікрорівні (на рівні організації). Головна його функція полягає у збільшенні завдяки мережам кількості доступних ресурсів (володіти ресурсами, якими ще не володів) для членів організації та зменшенні витрат як самої організації, так і її членів з отриманням такого доступу [2].

Мультиплікатор туризму – це відношення змін одного з ключових економічних показників (виробництво, зайнятість, дохід) до змін витрат туристів. Це певний коефіцієнт, на який повинні множитись витрати туристів. 20-25% коштів витрачаються туристами в певній місцевості чи країні на додаткові послуги, сувеніри, транспорт та інше, з яких частина продовжує циркулювати в місцевій економіці – решта переходить до держави та осідає у місцевих жителів у вигляді накопичень [3].

Отже, економічні вигоди залишаються основною рушійною силою розвитку туризму. Туризм стимулює піднесення елементів інфраструктури - підприємств торгівлі, готелів, ресторанів тощо. Він обумовлює збільшення доходної частки бюджету за рахунок податків, що можуть бути прямими (плата за візу, митний збір) або непрямими (збільшення заробітної плати робітників спричинює збільшення сум прибуткового податку). Також слід пам'ятати, що туризм має широкі перспективи для залучення іноземних інвестицій.

#### **Список використаних джерел:**

1. Гаврилишин І. П. Туризм України: проблеми і перспективи : монографія. Київ, 1994. 178 с.

2. Пачева Н. О. Соціально-корпоративний капітал як інструмент ефективного менеджменту в організації. *Стратегія розвитку України: економічний та гуманітарний виміри* : матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф., 17 жовтня 2017 р. Київ : Інформаційно-аналітичне агентство, 2017. С. 501–504.

3. Балабанов І.Т., Балабанов А.І. Економіка туризму : навч.посіб. М: Фінанси і статистика. 2003. 176 с.

## **ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ**

**Черних А. М., студентка**

*Науковий керівник: старший викладач Братченко Л. Є.,  
Криворізький державний педагогічний університет*

На сьогоднішній день туризм вважається одним із перспективних напрямків соціально-економічного розвитку країни. Туризм сприяє зростанню надходжень до бюджетів різного рівня та збільшенню кількості робочих місць. Туризм стимулює розвиток майже всіх галузей економіки. Для багатьох країн світу туристична індустрія є найбільш прибутковою, яка динамічно розвивається та є основним джерелом доходів до бюджету. Туристична індустрія входить в ТОП-5 галузей, що приносять найбільші доходи у світі. Саме тому питання проблем та перспектив розвитку туризму в Україні стоїть особливо актуально.

Дослідженням проблем розвитку туристичної діяльності присвячено велику кількість наукових праць. Різні аспекти цієї проблематики розглядали в своїх працях вчені-економісти, такі як Л. І. Антошкіна, В. К. Євдокименко, О. М. Ігнатенко, В. І. Куценко, О. А. Сарапіна, Г. П. Складар, В. С. Пазенок, В. К. Федорченко, В. Г. Шкарупа, та ін., проте ці питання потребують подальшого вивчення та аналізу [1].

Треба зазначити, що в нашій країні існують всі передумови для розвитку туризму: історичні, природні, географічні, економічні та соціально-демографічні, проте існують проблеми, які сповільнюють цей розвиток.

У зв'язку з пандемією COVID-19 сповільнено розвиток багатьох індустрій, у тому числі – туризму. Сфера туристичної індустрії зазнала великих втрат, особливо після заборони відправлення повітряних суден, що виконують пасажирські перевезення осіб, які здійснюють подорож з туристичною метою. Разом з тим, потрібно відмітити, що постраждала також готельно-ресторанна

галузь та транспортні перевізники, що мають зв'язок з функціонуванням туризму.

За даними Всесвітньої туристичної організації UNWTO, значне падіння попиту на міжнародні поїздки за період з січня по червень 2020 року призвело до скасування 440 мільйонів міжнародних поїздок та втрати близько \$460 мільярдів.

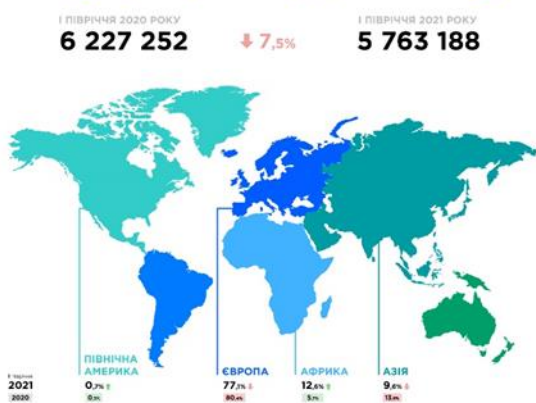
Це приблизно вп'ятеро більше, ніж збитки, завдані туристичному бізнесу в 2009 році через глобальну економічну кризу.

За даними статистики Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ) в'їзд туристів на територію України у першій половині 2021 року зменшився на 31,5% порівняно з першою половиною 2020 року, а кількість українців, що виїхали за кордон, за той самий період, – зменшилось на 7,5% [3].

#### В'їзд іноземців до України



#### Виїзд українців за кордон



Через пандемію туроператори почали приділяти більше уваги внутрішньому ринку, розвивати досі не дуже популярні напрямки – Дністровський каньйон, озеро Сиваш, бальнеологічний курорт у селищі Сатанів, що у Хмельницькій області.

На жаль, внутрішній туризм України не такий популярний як зовнішній. Основними причинами такого положення є: майже відсутня реклама внутрішнього туризму; відсутні кошти на реконструкцію пам'яток історії та архітектурного мистецтва (Хотин, Межиріччя, Ізяслав); не розвинений сектор туристичної індустрії (у жодному місті України не роздаються безкоштовні буклети-путівники історико-культурних пам'яток міста); в більшості міст не

розвинений промисловий, оздоровчий та інші види туризму; відсутні бізнес-центри; рекреаційні зони відпочинку, які поєднували в собі пасивні та активні види відпочинку.

Але не зважаючи на це в Україні залишаються лідерами за обсягами туристичних відвідувань Одеська, Херсонська, Запорізька, Львівська, Івано-Франківська та Миколаївська області.

Кабінет Міністрів затвердив План заходів на 2021–2023 рр. щодо підтримки сфери культури, охорони культурної спадщини, розвитку креативних індустрій та туризму (“Велике будівництво”). Метою цього Плану, як зазначив Міністр культури та інформаційної політики України, є об’єднане суспільство, що цінує культуру і живе в країні, привабливий для туристів. Ткаченко О. підкреслив, що культура, туризм, креативні індустрії та спадщина – мають величезний економічний потенціал та перспективи [2].

Розвиток туризму в містах та селах України – це можливість поповнити свої бюджети надходженнями від туристичного збору.

За даними статистики (ДАРТ) України із посиланням на дані Державної податкової служби загальний обсяг надходжень до місцевих бюджетів від сплати туристичного збору в Україні у 2020 році становить 130,6 млн грн., що на 34% менше, порівняно з 2019 роком.

Після послаблення обмежень (з 22 травня 2020 року) індустрія туризму почала відновлюватися. В Україні почав діяти перший етап виходу з карантину, який містив у собі відновлення міських автоперевезень, запуск 50% приміських поїздів і внутрішнього авіасполучення. А згодом і міжнародних авіаперельотів.

З початку 2021 року Україну відвідали майже 1,5 млн. іноземних туристів, що на 9% більше ніж у 2020 році. За даними ДАРТ України значний приріст туристів спостерігався за другим кварталом 2021 року, їхня кількість в 4 рази перевищила кількість осіб, прийнятих за відповідний період 2020 року і сягнула 3,4 млн. [3].

Отже, в Україні існують усі передумови для розвитку туристичної галузі, а саме: зручне географічне розташування, сприятливий клімат, різноманітний

рельєф, культурно-історична спадщина, санаторно-курортна база. Усе це зумовлює конкурентні переваги України в пропозиції туристичного продукту. Розвиток сфери туризму в Україні призведе до збільшення туристичного інтересу до України, до прискорення економічного зростання, підтримки зайнятості, структурної модернізації економіки, наповнення бюджетів усіх рівнів, залученню внутрішніх і зовнішніх інвестицій.

#### **Список використаних джерел:**

1. Стан та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні. URL: <https://cutt.ly/WRY0xLL>.
2. МКІП: Уряд затвердив План заходів щодо підтримки сфери культури, охорони культурної спадщини, розвитку креативних індустрій та туризму. URL: <https://cutt.ly/WRY0Im2>.
3. Потік туристів в Україну значно виріс – звідки їдуть. URL: <https://cutt.ly/fRY0AiH>.

### **ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ У СВІТІ**

**Чивичилова С. В., студентка**

*Науковий керівник: доктор філософії з туризму Вовк К. М.,  
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця*

Відповідно оцінкам експертів, міжнародний туризм втратив приблизно 935 млрд доларів внаслідок COVID – 19 у 2020 році, що відповідає показникам розвитку 90-х років минулого сторіччя. Відповідно даним ЮНВТО туристичний потік по регіонах світу у порівнянні з 2019 роком зменшився на 900 млн. туристів [1]. Впровадження фізичних обмежень щодо перетину міжнародних кордонів сприяло розвитку внутрішнього туризму, що є позитивним для розвитку та популяризації українського туризму.

Сучасний підхід до сутності екологічного туризму полягає у розумінні його як способу життя людини, що обумовлює стійкий розвиток суспільства. Фактично, це економічний, соціально-культурний, екологічний розвиток людства, який «відповідає потребам сьогодення без шкоди для здатності майбутніх поколінь задовольняти свої власні потреби» [2]. Існує думка, що

термін «екотуризм» вперше був використаний Міллером у 1978 році, як термін, що визначає один з варіантів сталого розвитку туризму. В той же час, ряд дослідників притримуються тої позиції, що даний термін вперше з'явився в роботах Хетцера у 1965 році [3]. З нашої точки зору, найбільш повним є розуміння екологічного туризму як способу людської поведінки, що буде сприяти сталому розвитку суспільства.

Перспективність розвитку екологічного туризму потребує необхідність розробки екологічних стандартів. Зокрема, відповідно діючого законодавства державні стандарти в галузі охорони навколишнього природного середовища є обов'язковими для виконання і визначають поняття і терміни, режим використання й охорони природних ресурсів, методи контролю за станом навколишнього природного середовища, вимоги щодо запобігання забрудненню навколишнього природного середовища, інші питання, пов'язані з охороною навколишнього природного середовища та використанням природних ресурсів [4].

В сучасному світі екотуризм розглядається як «відповідальний туризм» і спрямований на підтримку природного середовища та сприяння збереженню її ресурсів. Метою екотуризму є зменшення впливу на навколишнє середовище та природні середовища існування, маючи при цьому можливість комплексного споживання еко-туристичного продукту. На сучасному розвитку суспільства спостерігається формування тенденцій розвитку екологічного туризму у світі через зміну поведінки споживача продукту екологічного туризму (табл. 1).

Кожного року Центр екологічної політики і права при Єльському університеті складає міжнародний індекс екологічної ефективності країн (EPI, Environmental Performance Index) [6]. Відповідно до цього індексу 180 держав світу оцінюють з точки зору стану навколишнього середовища і життєздатності їх еко-систем. Ці показники в національному масштабі визначають, наскільки близькі країни до встановлених цілей екологічної політики. EPI пропонує систему показників, яка висвітлює лідерів та відсталих



в екологічній діяльності країн, надає практичні вказівки державам, які прагнуть рухатися до стійкого майбутнього.

Таблиця 1

### Тенденції розвитку екологічного туризму у світі

№ з/п	Принцип	Зміст
1	Літати менше (Fly less)	Знаходження туристами альтернатив перельотам, з метою зменшення викидів вуглецю
2	Мандрівки в міжсезоння (Off-Season Travel)	Уникнення черезмірного перевантаження рекреаційних територій від скупчення людей в період високого сезону
3	Біопозитивний туризм та туризм дикої природи	Використання туризму як інструменту для збереження біорізноманіття (частину доходів туристичні підприємства направляють на розвиток програм захисту та збереження біорізноманіття)
4.	Відтворювання дикої природи (Rewilding)	Туристичні компанії по всьому світу докладають зусиль щодо повернення диких тварин та відтворення природних ландшафтів
5.	Меню готелю Pro-Nature (Pro-Nature Hotel Menus)	Пропозиції готелів щодо зменшення споживання м'ясних та молочних продуктів
6.	Вертикальні сади або «зелені стіни» в пансіонатах та готелях (Vertical Gardens or 'Green Walls' in Guesthouses and Hotels)	Підприємства готельно-ресторанного бізнесу проводять озеленення фасадів та приміщень

Складено автором [5].

Для складання Індекса ЕРІ використовують 32 показники ефективності у 11 категоріях проблем, таких як якість повітря та питної води, кліматичні зміни, біорозмноження, використання відходів та інше [6]. Складання Індексу ЕРІ також щорічно підтримує Центр міжнародної інформаційної мережі наук про Землю (CIESIN), Інститут Землі при Колумбійському університеті (TEICU), Всесвітній економічний форум. Фінансову підтримку дослідження виявляє також фонд канадського філантропа Маккола Макбейна (Джон Маккол Макбейн і доктор Марсі Маккалл).

Відповідно до Глобального звіту Всесвітнього економічного форуму (The Global Risks Report 2020) вперше за останні десять років до 5 головних ризиків для світу включено ризики, пов'язані з екологією. Так, серед ризиків з високим ступенем ймовірностей, розглядалися такі як [7]:

1. Екстремальні погодні явища.
2. Неспроможність урядів та бізнесу призупинити зміну клімату.
3. Значні природні лиха: землетруси, цунамі, виверження вулканів, геомагнітні бурі.
4. Значна втрата біорізноманіття, руйнування наземних та водних екологічних систем із незворотними наслідками для довкілля.
5. Екологічні збитки та катастрофи, спричинені людиною (екологічні злочини: розливи нафти, радіоактивне забруднення, тощо).

Також за результатами дискусій з розгляду питань можливих ризиків для розвитку людства у найближчі роки були визначені наступні:

1. Уряди та бізнес не в змозі зупинити процес зміни клімату, або розробити відповідні програми адаптації.
2. Зброя масового ураження.
3. Значна втрата біорізноманіття, руйнування наземних та водних екологічних систем із незворотними наслідками для довкілля.
4. Екстремальні погодні явища.
5. Водна криза

У світі існує значна кількість міжнародних екологічних організацій, які проводять наукові дослідження впливу діяльності людини на клімат, атмосферу, гідросферу, ґрунти, рослинність і тваринний світ. Значна кількість міжнародних організацій створюють формат в якому структуровано різноманітні позиції до збереження біорізноманіття. Найавторитетнішою незалежною організацією світу у галузі охорони навколишнього середовища та збереження біорізноманіття є Всесвітній фонд дикої природи (WWF). Її основною метою є збереження біорізноманіття Землі, припинення деградації природного середовища планети і побудова майбутнього, в якому люди жили б в гармонії з природою.

Сучасні тенденції розвитку людства свідчать про необхідність розвитку екологічного туризму, оскільки даний вид туризму в сучасних умовах виконує роль стимулу дотримання норм екологічного законодавства жителями

територій, задіяних в програмах екологічного туризму. Даний вид туризму є мотивуючим фактором дотримання принципів сталого розвитку, а значить економічного зростання територій.

#### **Список використаних джерел:**

1. Сайт Всесвітньої організації з подорожей та туризму. URL: <https://wttc.org/en-gb/> (дата звернення: 19.10.2021).

2. This is based on feedback from over 300 tourism experts in some 100 destinations around the world UNWTO (2016). URL: [http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto\\_barom18\\_03\\_june\\_excerpt.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_barom18_03_june_excerpt.pdf) (дата звернення: 21.10.2021).

3. Экотуризм. URL: <https://www.hisour.com/ru/ecotourism-38657/>.

4. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення: Закон України - URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1642-14#Text>.

5. Goodwin, H. (2017). The Challenge of Overtourism. Responsible Tourism Partnership Working Paper 4, October. URL: <https://haroldgoodwin.info/pubs/RTP'WP4Overtourism01'2017.pdf>.

6. Environmental Performance Index (EPI). URL: <https://yale.epi.edu/>.

7. Сталий розвиток для України. URL: <https://sd4ua.org/integratsiya/>.

## СЕКЦІЯ 9

### РОЗВИТОК ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ УКРАЇНИ: КОНЦЕПЦІЯ, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

#### ТРАНСФОРМАЦІЯ ЗАКЛАДІВ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ КОРОНОВІРУСУ

**Бербец Т. М.**, *к. пед. н., доцент,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Через пандемію коронавірусу функціонування підприємств різних галузей економіки характеризуються досить складною ситуацією. Поширення загрози COVID-19 у всьому світі змінило діяльність усіх суб'єктів господарювання. Заклади громадського харчування є одними з найвразливіших. Ресторанний бізнес під час пандемії постраждав сильніше, ніж будь-який інший. Заклади громадського харчування першими закривали, останніми відкривали, штрафували, зобов'язували дотримуватися дистанції навіть у туалет, обмежували в роботі.

У зв'язку з пандемією коронавірусу втрати бізнесу були насправді величезні. За майже рік з початку пандемії з ринку зникли не менше 25% всіх закладів харчування. Сьогодні заклади громадського харчування, як ніколи раніше, ведуть активну боротьбу за збереження власної життєздатності.

Тим часом, значна кількість споживачів воліють вибрати та замовляти страви дистанційно, використовуючи Інтернет та спеціалізовані платформи і додатки. Замість меню – фотографії страв на екрані телефону. Замість офіціантів – кур'єри у жовтій чи зеленій формі. А замість галасливої зали – улюблене крісло перед монітором, де можна поїсти, не виходячи із зони комфорту. Онлайн-платформи доставки їжі є зручними для користування споживачами, дозволяючи клієнтам замовляти продукт, вибираючи з широкого спектру закладів громадського харчування одним натисканням кнопки свого мобільного телефону. За сучасних умов із підвищенням зайнятості працездатного населення, необхідністю економії часу на ведення домашнього господарства, а також із

загрозою розповсюдження потенційно тяжких інфекційних хвороб використання онлайн платформ для ресторанного господарства стає все більше актуальним [1].

Результати дослідження різноманітних аспектів розвитку закладів громадського харчування висвітлено у працях вітчизняних О. І. Кочерги, Н. В. Смірної, Н. О. П'ятницької, О. Д. Тімченко, Г. В. Чернової та ін. і зарубіжних вчених Е. Gheribi, Е. Kwiatkowska, G. Levytska. Однак ще залишаються недостатньо вивченими та дослідженими питання формування бізнес-моделей обслуговування клієнтів новими формами ресторанного господарства.

До локдауну на фуд-ринку було два помітні тренди: доставка та гастромаркети. Підприємці зупинилися на першому та, як показав час, не помилилися. Люди почали більше цінувати свій час та можливості, замість того, щоб годину на день витратити на похід за продуктами та приготування їжі, вони можуть посидіти у соцмережі. За статистикою, готувати не люблять дві третини людей. Тому доставка показала себе сильнішою тенденцією .

Нині динамічного розвитку набуває дарк кітчен – це маленькі та середні кухонні виробництва зі службою доставки на замовлення та роботою на виніс. Як правило, без залу для гостей та місця для їди. Саме цей формат допоміг вижити багатьом закладам під час кризи 2020 року.

Раніше населення ставилося до таких закладів із деякою недовірою, але після локдауну доставка їжі стала зрозумілою та звичною, і не лякає навіть найобережніших і найвибагливіших.

Концепція dark kitchen дозволяє випускати продукцію під різними брендами в приміщеннях одного закладу, наприклад, піцу та страви кухні для здорового харчування, що важко зробити в ресторані з єдиною ідеєю [3].

Використання в меню різних концепцій і готових простих комбо-наборів дозволяє налагодити потокове виробництво і впроваджувати його в залежності від попиту на інші страви.

Місце, де готують, неможливо знайти просто так – немає ні міток на картах, ні покажчиків. При виборі місця для розміщення кухні необхідно враховувати, що

знаходиться неподалік. У радіусі півтора кілометра має бути достатньо офісних та житлових будівель. Так офіси будуть створювати попит вранці та вдень, а місцеві жителі замовлятимуть їжу ввечері.

На кухнях працює від одного до трьох осіб залежно від місця, дня тижня та сезону. Іноді співробітники півдня працюють на кухні, а решту часу роблять заготовки в цеху.

Технологічні процеси dark kitchen складаються з наступних стадій:

- обробка сировини;
- приготування напівфабрикатів;
- приготування готових страв після отримання замовлення;
- упаковка замовлення;
- передача замовлення кур'єру та доставка клієнту.

Вимоги до приміщень такі ж, як і у ресторані. У співробітників так само мають бути медкнижки, і вони теж працюють у шапочках та рукавичках. Має бути два входи. Комплект основного технологічного обладнання вибирається залежно від концепції роботи кухні та типу харчових продуктів, з якими планується працювати. Для будь-якої концепції потрібно нейтральне обладнання з нержавіючої сталі (мийки, робочі столи, стелажі та витяжки), а також холодильне обладнання (холодильні камери, холодильні і морозильні шафи та столи). При великій кількості замовлень знадобитися пакувальне обладнання.

Обов'язкове використання якісної одноразової упаковки, що має сертифікати, та підтвердження використання з харчовими продуктами.

Використання одноразової упаковки, краще з екологічних матеріалів та гарної якості. Дуже часто, для гарячих страв використовують алюмінієві лотки та контейнери, а також ланч-бокси зі спіненого полістиролу. Упаковка для гарячих страв повинна підтримувати температуру впродовж години. Також для утримання необхідної температури готових замовлень використовують термосумки.

Завдяки партнерству з блогерами власники dark kitchen заощаджують на маркетингу: блогери отримують роялті – відсотки з продажу, тому їм самим вигідно просувати бренди серед своєї аудиторії.

При грамотній організації процесу dark kitchen працює не на оренду приміщення, а на власний прибуток. Використання в меню різних концепцій та готових простих комбо-наборів, дозволяє налагодити потокове виробництво та змінювати його залежно від попиту на ті чи інші страви.

Замовлення приймаються на сайті закладу або у спеціально розробленому додатку для мобільних телефонів. Обробка замовлень має бути в режимі 24 на 7. Система замовлень має бути налаштована до дрібниць. Потрібен постійний аналіз інформації та прогноз замовлень.

Важливо мати в електронному вигляді реальні якісні зображення пропонуванних страв та напоїв, а також варіанти готових замовлень в упакованому вигляді.

Послуги з доставки за допомогою інтернет агрегаторів для багатьох закладів не дуже вигідні, оскільки втрата вартості замовлення доходить до 20%. У багатьох випадках своя служба доставки або використання послуг фрілансерів коштуватиме значно дешевше.

Цікавим є варіант роботи по доставці для співробітників офісів, якщо dark kitchen розташована недалеко від ділового району міста.

Доставка здійснюється в прилеглі Бізнес-центри та офіси, в холах яких організується DROPP – зона, що складається з шаф із ячейками. Після прибуття кур'єр залишає замовлення в запечатаному пакеті в ячейці з певним номером (номер ячейки надходить клієнту по мобільному додатку). Таким чином здійснюється безконтактна доставка.

Таким чином, заклади громадського харчування нині стикнулася з найбільшим випробуванням за останній час. Щоб вистояти у складних умовах, необхідно вміти швидко реагувати на зміни ситуації на ринку і приймати оптимальні рішення. Необхідність впровадження інновацій у сфері громадського харчування стимулює конкурентна боротьба і цілий ряд інших вимог ринку. Важливість їх використання також обумовлюється мінливими вимогами споживачів ,що базується на інтернет-технологіях та альтернативних online-

сервісах, які у сучасних умовах мають бути максимально задіяні в діяльності підприємств індустрії гостинності.

### Список використаних джерел:

1. Коронавирус: как украинские рестораторы ведут бизнес в условиях пандемии. URL: <https://www.restorator.ua/post/coronavirus-how-ukrainianrestaurateurs-do-business-in-a-pandemic>.

2. П'ятницька Г. Т., П'ятницька Н. О. Вплив інноваційних змін на діяльність підприємств ресторанного господарства. *Економіка розвитку*. 2013. №1(65). С. 122–126.

3. Угнива С. Откройте, еда. *Украинский еженедельный общественно-политический журнал «Новое время»*. К. Издательский Дом «Медиа-ДК». 2019, № 10. С. 30–32.

### ФРАНЦУЗЬКА СИСТЕМА СЕРВІСУ

**Бичков М. А.**, студент

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Терещук Н. В.,  
Уманський національний університет садівництва*

Поряд з високою кваліфікацією персоналу з обслуговування для забезпечення їх високого рівня сервісу необхідна компетентна організація праці: раціональний розподіл часу, обов'язків та стабільні взаємовідносини працівників. Досягти цього можна через застосування сервісних бригад, а також шляхом розробки спеціальних систем сервісу. Найбільш поширеними у міжнародній практиці ресторанного бізнесу є французький; англійський; американський; російський види сервісу.

Міжнародні стандарти сервісу варто розділяти на дві групи:

За способом організації праці: система сервісу «шеф-де-ранг-систем», система сервісу: один – або – постійний офіціант, система: два офіціанти, американська система сервісу.

За способом подачі продукції: французький сервіс, англійський сервіс (,керідон-сервіс), американський сервіс, російський сервіс.



Французька система сервісу «шеф-де-ранг-систем» (повне обслуговування споживачів офіціантами) характерна для ресторанів класу люкс. Такий сервіс вважається найвишуканішим та найдорожчим у світі і вимагає обслуговування бригадою, до складу якої входять: менеджер ресторану (фр. *Maitre d'hotel*); старший офіціант (фр. *Chef de rang*), помічник старшого офіціанта (фр. *Demi Chef de rang*) приймає замовлення, подає напої і страви; (фр. *Commis de rang*), передає замовлення на кухню, привозить візки зі стравами, прибирає зі столу; офіціант (фр. *Sommelier*), який здійснює сервірування та подає алкогольна напої.

Цей вид сервісу зазвичай застосовується в ресторанах високої кухні. Перевагами французького сервісу є постійний контакт з гостями і надання гостю можливості визначити бажаний обсяг їжі самостійно натомість недоліком є висока трудомісткість. Французький сервіс вважається найдорожчим, елегантним та вражаючим в світі.

Сильною стороною французького сервісу є постійний контакт з споживачами, коли гість сам визначає порцію, а слабкою – його трудомісткість.

При обслуговуванні повинні бути не більше чотирьох персон, які сидять за столом. Подача страв за цією системою практикується на банкетах і святах. Крім того, її застосовують тоді, коли за одним столом більш ніж два гості замовляють одну й ту саму страву. В цьому випадку її можна подати на підносі. Страву доставляють з кухні на підносі – максимум вісім порцій. Нарізані шматки м'яса заздалегідь показують відвідувачам.

Використання більше одного підноса не прийняте, оскільки, поки страва дійде до тарілки, вона може охолонути. Страва подається з лівого боку від гостя, в тій же самій послідовності, як і при сервіровці столу. Інакше кажучи, спочатку подається м'ясо, потім м'ясний і овочевий гарніри та соуси. При ідеальній сфері обслуговування гарніри і соуси подаються різними офіціантами. Перший подає м'ясну страву, другий – гарнір і третій – соус.

Великий таріль з розкладеною на ньому їжею демонструють гостям, враховуючи, що візуальне сприйняття людиною красиво сервірованої їжі збуджує апетит. Підходячи з лівого боку, офіціант порціонує страву, перекладаючи її з

тареля в тарілки гостей роздатковим приладдям (столові ложка та виделка). Розкладаючи страви, офіціант не повинен торкатися тарелем тарілки гостя. Якщо м'ясо або риба на одному тарелі, гарнір подається на іншому та окремо до них соус, кожену страву може подавати окремий офіціант. Залучення двох або трьох офіціантів значно прискорює подавання страв і забезпечує високу культуру обслуговування. Особливо це важливо під час обслуговування прийомів, де на обслуговування відведено обмежений час. Існує й такий варіант французького сервісу, за якого офіціант пропонує перекласти страву з тареля роздатковим приладдям гостеві. При подаванні страв цим способом кухня відпускає страви тільки в багатопорційному посуді (тарелях, салатницях тощо).

Французький сервіс забезпечує ціла бригада обслуговуючого персоналу, до складу якої повинні входити:

- 1) менеджер ресторану – метрдотель;
- 2) старший офіціант, відповідальний приблизно за чотири столики. Він зустрічає гостей, пояснює меню і приймає замовлення, слідкує за оперативністю обслуговування й особисто розкладає їжу по тарілках гостей, нарізає м'ясо тощо;
- 3) помічник старшого офіціанта – приймає замовлення на напої, подає страви;
- 4) офіціант, який подає воду. Він також передає замовлення на кухню, привозить з кухні візок з їжею, прибирає зі столу;
- 5) офіціант по винах – сомельє.

Французькі сервісні бригади ведуть між собою розрахунки за так званою тронк-системою. Вона передбачає узаконені і вільні гроші, що виручаються за напої.

Під малим тронком розуміють систему, де гроші, що виручаються за напої, ділять між сервісними бригадами за певним кодом. Великий тронк - це умовні надлишки грошей, які діляться серед членів сервісних бригад після виплати основної заробітної плати.

Директор ресторану має являтися гарантом виплати регулярної заробітної плати і не втручається у справи розрахунків по тронках.

### Список використаних джерел:

1. Крилова В. А. Організація ресторанного господарства за кордоном. Донецьк, 2007. 93 с.
2. Лук'янов В. О., Мунін Г. Б. Організація готельно-ресторанного обслуговування : навч. посіб., 2-ге вид., Кондор, 2012. 344 с.
3. Мальська М. П., Гаталяк О. М., Ганич Н. М. Ресторанна справа: технологія та організація обслуговування туристів (Теорія та практика). Київ, 2013. 304 с.

## КЛЮЧОВІ ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ДОСВІДУ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ХОСТЕЛАХ М. ЛЬВІВ

**Вороніна М. Д., магістрант**  
*Науковий керівник: к. т. н., професор Крайнюк Л. М.,  
Харківський національний університет  
міського господарства імені О. М. Бекетова*

Успіх послуг гостинності привертає увагу на основі емпіричної цінності, що пропонується клієнтам [1]. В контексті сфери розміщення туристів, наприклад, деякі хостели є зразком успішних концепцій, перебудовують цю нішу відповідно до виникаючих вимог. Щоб зрозуміти такий сценарій, в проведеному дослідженні вивчено фактори, що сприяють позитивному перебуванню в хостелі, обрано ключові характеристики і досліджена їх емпірична природа, при цьому вивчається 500 позитивних відгуків, викладених в Інтернеті гостями п'яти хостелів м. Львів з найвищим рейтингом. Аналіз був зосереджений на тому, як ці хостели були відзначені у коментаріях за надання чудового сервісу, на думку гостей. Позитивна оцінка в основному відбувається тому, що деякі хостели обґрунтовують своє ціннісну пропозицію поєднанням хорошого співвідношення ціни і якості і соціальної взаємодії. Ці заклади також включили в свою пропозицію послуги, засновані на досвіді.

Незважаючи на те, що хостелам приділялося мало уваги в дослідженнях науковців, вони є прикладом триваючого парадигмального зсуву в секторі гостинності. Хостели були створені як місця, які «просто» пропонували дешево

розміщення для молодих мандрівників [2], але зараз цей сценарій змінюється. Спочатку відомі як житло низького рівня, сьогодні деякі хостели позиціонують себе на туристському ринку як «крутий» тип розміщення (наприклад, люкс-хостели, бутік-хостели і еко-хостели), залишаючи позаду клеймо низькоякісного засобу розміщення. Концепція хостелу розвивається, і хостели диверсифікують свої послуги, щоб підвищити свою значущість в секторі гостинності.

Хоча деякі аналогічні дослідження проводилися в контексті традиційних готелів, мало що відомо про хостели і їх особливості з точки зору досвіду обслуговування. Саме тому дане дослідження заповнює прогалини, показуючи, що перебування в хостелі позитивно поліпшується завдяки десяти основних характеристик. Це персонал, додаткові послуги (з акцентом на соціальні заходи та сніданок), зручності, розташування, атмосфера, взаємодія з гостями, чистота, дизайн і оформлення, співвідношення ціни і якості і безпеку. Персонал, додаткові послуги та зручності були найбільш згадуваними характеристиками хостелів, тому їм слід приділити особливу увагу, оскільки вони можуть створити сприятливе середовище для соціальної взаємодії. У літературі деякі з цих характеристик згадуються як важливі і для інших типів засобів розміщення [3]. Однак в контексті вивчення хостелів переважають ті особливості, які відіграють важливу соціальну і афективну роль. Наприклад, навіть коли мова йде про більш функціональні характеристики, таких як зручності, клієнти зазвичай асоціюють їх з простором взаємодії, що підсилює соціальний характер середовища хостелів. Навіть ті, хто зупиняється в окремих кімнатах в хостелах, посилаються на те, що точка диференціації залишається на комунальній концепції хостелів; загальне середовище, яке якимось чином «змушує» взаємодіяти і зустрічатися між гостями.

Результати також показують, що гості пов'язують свій позитивний досвід з соціальною взаємодією, яке вони знаходять в середовищі хостелу. Набуття нових друзів і відчуття того, що вони відчувають себе як вдома і їх приймають як частина спільноти, відіграють вирішальну роль при аналізі їх розповідей. В ході онлайн-аналізу було виявлено, що гості відчувають позитивні емоції, коли персонал ставиться до них доброзичливо і коли вони можуть брати участь в

соціальних бесідах і заходах з попутниками. Ці елементи підтверджуються, коли у відгуках гостей постійно з'являються такі слова, як персонал, люди, друзі та атмосфера. Відповідно до попередніх досліджень [3, 4] основний висновок, зроблений в даному дослідженні, полягає в тому, що хостели несуть більше символічне значення, ніж утилітарне призначення.

Наші висновки узгоджуються з результатами інших досліджень [5, 6], та вказують на те, що концепція хостелу перманентно вдосконалюється. Аналіз найбільш рейтингових хостелів дозволив виявити еволюцію в бік позиції між платформою для відпочинку / розваг і простором для соціальної взаємодії туристів. У той же час, аналізовані хостели не нехтують комфортом і зручністю, які є аспектами традиційного розміщення. У цьому контексті осмислення середовища «кращих хостелів» послужило важливим джерелом для вивчення особливостей позитивного досвіду обслуговування та пролиття світла на майбутнє данного різновиду засобів розміщення.

#### **Список використаних джерел:**

1. Saurabh K., Kuan-Huei L., Poh T. Consumer behavior in hospitality and tourism. *Journal of Global Scholars of Marketing Science*. 2019. Vol. 29. Iss. 2. Pp. 151 – 161.
2. Беляєва С. С., Заїка О. І. Концептуальні засади діяльності хостелів. *Економіка. Управління. Інновації. Серія : Економічні науки*. 2015. № 2. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2015\\_2\\_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2015_2_3).
3. Dabjan N. Enriching the Hostel Customer Behavioral Study. *International Journal of Multidisciplinary in Management and Tourism*. 2020. Vol. 4 No. 1. Pp. 70–87.
4. Ting J., Jie L., Feng Z. Customer-to-Customer Interactions in Hostels: A Qualitative Inquiry. *Advances in Economics, Business and Management Research*. 2020. Vol. 159. Pp. 598 – 602.
5. Рябев А. А. Готельні та хостельні мережі: дослідження задоволення споживчого попиту. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. 2016. № 2(1). С. 94–101.

6. Поворознюк І. М., Кирилюк І. М. Перспективи розвитку ринку хостелів в Україні. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія : Економічні науки.* 2019. № 4. С. 113–119.

## ОСОБЛИВОСТІ ПОНЯТТЯ «ПРОДУКТ» В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

**Гуженко А. В.,** *магістрант*  
*Науковий керівник: к. е. н., доцент Мітяєва Т. Л.,*  
*Харківський торговельно-економічний інститут*  
*Української інженерно-педагогічної академії*

В той час коли багато бізнес-сегментів складаються лише з декількох різних підприємств, індустрія гостинності відноситься майже до будь-якої компанії, яка займається задоволенням потреб клієнтів пов'язаних з організацією розміщення, харчування, відпочинку та інших супутніх послуг.

Індустрія гостинності – це розгалужена галузь сфери послуг, яка включає в себе розміщення, планування подій, тематичні парки, транспорт та інші додаткові послуги. Сьогодні це багатомільярдна індустрія, яка залежить від наявності вільного часу, доходу та потреб клієнтів. Можемо виокремити чотири сегменти індустрії гостинності: продукти харчування та напої, подорожі та туризм, житло та відпочинок.

Якщо розглядати ресторан, то ресторанний продукт складається з трьох елементів, які є одночасно матеріальними і нематеріальними. Матеріальні – це їжа, напої, меблі, декор, уніформа, Wi-Fi підключення тощо. Нематеріальними є послуги, атмосфера, музика, сервіс та ін.

За словами Френсіса Батла, готельні та ресторанні продукти представляють собою набір можливостей для задоволення або незадоволення попиту за наступними напрямками: фізіологічний, економічний, соціальний, психологічний [1, с. 138].

Вказана корисність – це мета реалізації готельної та ресторанної продукції, яка досягається поєднанням певних компонентів, характерних для кожного виду туристичної діяльності.

Без особливого поглиблення в дану проблему, можемо поки узагальнити, що категорія «продукт» стосовно готельної та ресторанної справи може розглядатися і вивчатися в двох напрямках:

1. З точки зору клієнта, який купує можливості для проживання, відпочинку, розваги, харчування, соціальних контактів, SPA та оздоровчих процедур тощо.

2. З точки зору первинних виробників у сфері туризму, які організують виробництво і матеріалізують заявлені потреби людей.

З визначення ролі ресторанної справи в туризмі можемо зробити висновок, що ресторанний продукт існує у двох основних формах:

1. Як комплексний, що входить до структури готельного продукту.

2. Як індивідуальний, вироблений самостійними підприємствами ресторанного господарства [1, с. 54].

Незалежно від комплексності, кулінарний продукт, незважаючи на те, як він структурований, безсумнівно вважається першим основним елементом ресторанного продукту, який є реальним візуальним результатом роботи підприємства харчування [2, с. 78]. Кожна концепція ґрунтується на певному асортименті продуктів і напоїв, призначених для задоволення основних, біологічних потреб людини. Виробничі та складські приміщення підприємства громадського харчування, а також машини, обладнання і праця персоналу кухні, які беруть участь у створенні кулінарної продукції поєднуються за певною схемою для досягнення кінцевого результату.

Наявність кулінарного продукту та матеріального середовища недостатньо для реалізації послуги ресторану. Страви і напої повинні бути обрані, а потім «доведені» до споживача, тобто повинен мати місце процес обслуговування. Він включає в себе персонал у торговельному залі, а також операції, що виконуються ним у визначеній послідовності відповідно до попередньо обраної схеми або, іншими словами технологією обслуговування. Надання та споживання кулінарного продукту здійснюється шляхом обслуговування, а задоволення нематеріальних потреб клієнтів досягається за допомогою надання додаткових

послуг [1, с. 24]. Тому основною послугою в ресторанній справі є обслуговування клієнтів при споживанні кулінарного продукту, а додатковими – різноманітні послуги, які можуть бути класифіковані відповідно до їх ознак.

Слід зазначити, що сформувані відповідний продукт – виклик для закладів харчування та гостинності, оскільки на ринку існує різноманітна пропозиція, що призводить до високого рівня конкуренції. Наприклад, клієнт у закладі може смачно поїсти, але відвідавши брудні, негігієнічні чи погано обладнані туалети, загальне задоволення клієнта від візиту значно погіршиться.

Тому, щоб забезпечити якість пропонованого продукту потрібно контролювати усі елементи, що формують комплексну пропозицію готелю або ресторану. Інструменти для надання допомоги в досягненні високої якості продукту включають в себе наступні аспекти:

- постійна оцінка продукту клієнтами,
- співробітниками і зовнішніми консультантами;
- стандарти продуктивності;
- ефективний внутрішній процес;
- ефективна система лідерства і нагляду;
- задоволені співробітники і комфортні умови праці;
- добре розуміння клієнтів.

Отже, модель сервісного продукту індустрії гостинності являє собою комплексну конструкцію, яка інтегрує у собі сукупність атрибутів, що впливають на рівень клієнторієнтованості відповідного закладу.

#### **Список використаних джерел:**

1. Lundberg D. The hotel and restaurant business. New York : Van Reinhold, 2004. 418 p.
2. Walker D. Introduction to hospitality. New Jersey : Prentice Hall, 2005. 318 p.



## СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ СТАНДАРТІВ СЛУЖБИ БАТЛЕРІВ ГОТЕЛЮ КАТЕГОРІЇ 5 ЗІРОК

*Довгопола В. О., магістрант  
Науковий керівник: к. е. н., доцент Антонова О. В.,  
Харківський торговельно-економічний інститут  
Української інженерно-педагогічної академії*

У сучасному світі, який характеризується швидкими змінами та високим рівнем конкурентності, вимоги клієнтів висококласних готелів ростуть з кожним днем. Щоб зберегти своїх постійних гостей, а також залучити нових, готелі роблять все можливе для підвищення якості та кількості наданих ними послуг. Аналізуючи свою діяльність, відгуки і скарги гостей, шляхи вирішення постійно виникаючих проблем, багато готелів прийшли до висновку про те, що більш персоналізоване, індивідуальне обслуговування може істотно підвищити показник ступеня задоволеності гостей, сприяти їх утриманню і в кінцевому рахунку збільшити прибуток підприємства.

Чим престижніше готель, тим вище рівень очікування гостей до якості сервісу в ньому. Саме індивідуальне обслуговування є фактором, що позитивно впливає на споживчий вибір [4]. У ритмі сучасного життя дуже важливо надавати гостю не тільки кімнату і супутні послуги, а й допомагати йому якомога комфортніше проводити час в готелі, беручи на себе практично всі турботи. Висококласні готелі крім консьєржів і дворецьких мають в своєму штаті менеджерів по роботі (зв'язками) з гостями, діяльність яких також розширює коло послуг, що надаються і сприяє найбільш повному задоволенню потреб гостей. Але це не вирішило проблему, оскільки менеджер зі зв'язків з гостями мав незначні повноваження або взагалі не мав повноважень для вирішення основної проблеми. Унікальність цих співробітників полягає в тому, що за родом своєї діяльності їм доводиться виконувати часом такі прохання гостей, які не передбачені, як правило, ніякими прайс-листами або прейскурантами готельного підприємства. У зв'язку з цим і виникла така нова послуга, як дворецький. З введенням даної послуги було вирішено багато питань і проблем гостя, оскільки дворецькі були навчені бути багатокваліфікованими та багатоцілеспрямованими,

зادля того, щоб вони могли вирішувати не лише запити та потреби гостя, але й будь-яку проблему з якою зустрівся гість.

За кордоном в готелях категорії 5 зірок вже досить давно розповсюджена послуга «butlerservice». Батлер – це одна із служб, яка виконує роль суміжної ланки між гостем і службами готелю [3]. Батлери в готелі – це висококваліфіковані професіонали сфери сервісу, які стають головним контактом для гостя, доступним 24 години на добу та 7 днів на тиждень. Вони подають їжу та напої в номер, організують зустрічі та екскурсії, відповідають за те, щоб потрібні речі були вчасно випрані та випрасувані, пакують та розпаковують багаж, чистять взуття гостя тощо. Батлер повинен забезпечити максимально чітке та ефективне виконання побажань гостя, передавати їх іншим співробітникам готелю або виконуючи особисто, коли інші колеги зайняті чи недоступні.

Найбільша кількість готелів, що пропонують послуги батлерів, зосереджені в місті Дубай. «BurjAlArab», «One&OnlythePalm», «ThewestingDubai», «Atlantisthepalm», «ArmanihotelDubai», «PalazzoVersache» - всі ці готелі VIP класу мають високий рівень «butlerservice». Іноді, послуги, що пропонують батлери в згаданих готелях виходять за межі звичайних забаганок. Наприклад, готель «ThewestingDubai» пропонує послугу RunConcierge («консьерж, що біжить»). При цьому, працівник готелю за бажанням гостя складе йому компанію під час ранкової пробіжки по арабській затоці. Гостю треба лише обрати маршрут: 5, 8 чи 12 км. Мажордом не тільки підлаштується під темп гостя, а й розкаже про всі визначні місця і пам'ятки архітектури, що траплятимуться на шляху. В готелі «Atlantisthepalm» одного разу батлери з батьками організували для дитини незвичайний сюрприз: Санта Клаус прилетів на парашуті з подарунками. «ArmaniHotelDubai» та «PalazzoVersace» пропонують своїм клієнтам не послуги не просто мажордомів, а особистих асистентів імідж-мейкерів.

На сучасному етапі готельне господарство в Україні знаходиться на досить низькому рівні та є неконкурентоспроможним порівняно із закордонними представниками цієї сфери. В Україні стандартні послуги дворецьких на високому рівні пропонує мережа готелів «PremierPalaceHotel» та готель

«IntercontinentalKiev». Мережеві готелі «Hilton», «Hyatt» та «Fairmont» в останні роки також надають послуги дворецьких для гостей, що зупиняються в найдорожчих номерах і апартаментах. Але, асортимент послуг персонального батлера цих готелів обмежується стандартним набором і не може конкурувати з закордонними службами дворецьких.

Для організації індивідуального обслуговування гостей готелю потрібні чималі матеріальні засоби, а також наявність висококваліфікованого персоналу, здатного надавати такий сервіс. Також індивідуальне обслуговування передбачає розширений штат співробітників готелю. На кожного гостя престижного, дорогого готелю доводиться по три і більше особи з числа персоналу. Для кожного навіть невеликого етапу в обслуговуванні гостей є конкретні співробітники, які чітко виконують свої посадові обов'язки відповідно до встановлених стандартів обслуговування. Роботу такого готелю образно можна порівняти з точністю роботи механізму швейцарських годинників.

Незважаючи на великі грошові вкладення і масу зусиль по підборі досвідченого персоналу, висококласні готелі все ж прагнуть налагодити процес надання персоніфікованих послуг для своїх гостей. Наявність такого сервісу допомагає зайняти гідну нішу на ринку готельних послуг і успішно конкурувати з іншими готелями. Кожне підприємство намагається по-своєму організувати індивідуальне обслуговування, так як впровадження нового виду послуг підвищує загальну вартість проживання. До батлера як до працівника, який найчастіше контактує з гостями, висуваються дуже високі вимоги. Досвід роботи в готельному або ресторанному бізнесі, вільне володіння англійською мовою та інших іноземних мов, знання інформаційних технологій, вища або незакінчена вища освіта, ерудованість, кмітливість, стресостійкість. Також це природна здатність легко знаходити спільну мову з різними людьми та вміти правильно спілкуватися. Кандидат на посаду має бути комунікабельний, відкритий, мати досить широкий кругозір. Охоче приймаються люди, які, перш за все, орієнтовані на спілкування з гостями. Дуже важливо, щоб людина була «обучаема» і мала так звану готовність до сервісної діяльності. Це означає те, що від співробітника

вимагається: розуміти клієнтів, бачити речі їх очима, частіше ставити себе на місце клієнтів, надавати послугу «як для себе», мати бажання допомагати гостям у вирішенні їхніх проблем, неформально ставитись до роботи тощо. Можна дати певні технічні навички для роботи, але навчити бути комунікабельним, доброзичливим, дбайливим набагато складніше. Якщо людина володіє такими знаннями, вміннями, навичками та особистісними якостями, то вона неодмінно досягне успіху в готельній справі і легко освоїть професію батлера.

Узагальнюючи вище наведене слід підкреслити, що така додаткова послуга, як батлер є одним із основних факторів конкурентоздатності серед готелів категорії 5зірок. Для успішного надання такої додаткової послуги на базі готелю необхідно враховувати не лише попит споживачів, а й пропозиції конкурентних закладів, власні ресурси, на основі яких працює підприємство. Досягти високого рівня конкурентної здатності можна при правильному управлінні, оригінальному підході до роботи і організації неперевершених додаткових послуг, які задовольняють потреби найвибагливіших споживачів.

Одержані аналітичні дослідження показують, що в Україні «butlerservice» тільки починає зароджуватися. В першу чергу персональні дворецькі з'являються в готелях, що входять або до світової мережі готелів, або ж своїм сервісом намагаються перевищити вимоги до готелів категорії 5 зірок.

Однією із причин, чому в Україні слабо розвинена служба батлерів, є недостатня кількість кваліфікованих співробітників, здатних самостійно, на якісному рівні вибудовувати відносини з гостями готелю. При цьому, у Європі та США хорошим вважається той готель, де клієнтам надають відмінний сервіс, а не той, у якого розвинена інфраструктура, великий номерний фонд і розкішні меблі. Головне - це сервіс, а хороший сервіс роблять, як відомо, люди. Персонал в сфері гостинності є важливою складовою частиною готельного обслуговування і, отже, якість готельного обслуговування залежить від його кваліфікації, майстерності, мотивації, залучення в ефективну роботу готелю. Сьогодні, для забезпечення гостей максимальним комфортом українським готельєрам необхідно звернутися до закордонного досвіду і запровадити в вітчизняних готелях нові

посади, що будуть в повній мірі задовольняти потреби сучасних споживачів у сфері гостинності.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бойко М. Г. Готельна справа : підручник. Київ : КНТЕУ, 2015. 128 с.
2. Галасюк С. С. Організація готельного господарства: навчально-практичний посібник. Київ : ФОП Гуляєва В. М., 2019. 204 с.
3. Роглев Х. Й. Основи готельного менеджменту: навч. посіб. Київ : Кондор, 2005. 408 с.
4. Сокол Т. Г. Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах Київ : Альтерпрес, 2009. 447 с.
5. Hotel Butler Service : веб-сайт. URL: <http://www.guildofbutlers.com/about-us> (дата звернення: 31.10.2021).

## **ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАЛУЧЕННЯ НОВИХ КЛІЄНТІВ**

**Жадан В. А., магістрант**  
*Науковий керівник: старший викладач Липовий Д. В.,  
Харківський торговельно-економічний інститут  
Української інженерно-педагогічної академії*

Індустрія гостинності протягом останніх років впевнено розвивається, незважаючи на економічні негаразди в країні та пандемію, пов'язану з розповсюдженням у світі Covid-19. Проте слід відмітити, що готельний бізнес та туризм взагалі є найуразливішими по відношенню до конкуренції. В умовах посилення конкурентної боротьби готельні підприємства змушені шукати нові шляхи до вдосконалення та привабливості, активно впроваджуючи інноваційні технології. Сьогодні інновації повинні не просто задовольняти потреби клієнта, а викликати відчуття захоплення від проведеного в готелі часу. У боротьбі за свого гостя, саме інноваційна готельна політика є додатковим способом просування готельного продукту і інструментом залучення нових клієнтів [1].

Впроваджуючи нові технології та послуги в закладах гостинності, спостерігається ефект популяризації готельних підприємств та розширення в них

спектру функцій. Таким чином, інновації – це своєрідна ефективна реклама закладу, його ексклюзивна візитна картка, що, безумовно, підвищує престижність готелю, надає йому конкурентних переваг, формує довгострокову перспективу роботи на конкурентному ринку індустрії гостинності.

Інноваційні технології у готельному бізнесі необхідні також для збільшення прибутку. Такі рішення дозволяють залучити в готель більшу кількість відпочиваючих, викликають інтерес у тих груп населення, які ще не користувалися послугами готелю. Окрім того, подібні інноваційні рішення потрібні для того, щоб втримати постійних гостей та не дати іншим конкурентним закладам заволодіти вашою постійною аудиторією. Суперництво за кожного гостя, вимагає від готельних підприємств удосконалюватись у технологіях та інноваційно прогресувати у послугах [2]. Наведемо приклади сучасних інноваційних технологій та послуг, що впроваджуються в закладах гостинності, та мають високий рівень задоволення серед гостей:

1) інформаційні технології: на сьогоднішній день комп'ютерні технології практично пронизують наше життя і є його невід'ємною частиною. У готельно-ресторанній сфері важливість інноваційних процесів пояснюється тим, що сучасні комп'ютерні технології роблять процес обслуговування в закладах гостинності швидшим та якіснішим. Наприклад, під час реєстрації гостей в готелях використовуються програми, що чітко дають інформацію про вільні номери, про акції та переваги, програму дозвілля тощо. У закладах ресторанного господарства при готельних комплексах існують зручні програми для формування замовлення та розрахунку з гостями, наприклад (R-keeper, Micros). Використання комп'ютерних мереж, Інтернету та інтернет-технологій, програмних продуктів наскрізної автоматизації всіх бізнес-процесів готелю сьогодні не просто питання лідерства і конкурентних переваг, але і виживання на ринку в найближчому майбутньому;

2) сучасними тенденціями сьогодні є інновації спрямовані на показові шоу, що ймовірно зацікавлять гостя, здивують його та сформує бажання отримати подібні емоції тут знову. Це, наприклад, показ віртуозної гри кухаря, під час якої

він готує фірмову страву. Проте дана цікава вистава може сподобатися не всім, тому були запропоновані інноваційні рішення, коли поряд з робочим місцем кухаря на кухні встановлюють камери, а на моніторі за столиком, по бажанню, можна спостерігати за його діями тим, кому це до вподоби.

Інтерактивне меню в ЗРГ при готелях – інноваційне рішення, що дозволяє гостям самостійно зробити замовлення. Таким чином, гостям не потрібно чекати, доки офіціант звільниться і зможе підійти. Сформоване замовлення відправляється на кухню, а ви тим часом можете насолодитися спілкуванням з близькими за столиком, не відволікаючись на роботу обслуговуючого персоналу. Дане інноваційне рішення зручне як для гостей закладу, так і працівників підприємства, оскільки по налагодженій системі відпрацьованих дій кожен займається своєю справою, участь персоналу в обслуговуванні гостей мінімізується, а якість та комфорт від перебування в закладі підвищуються [2, 3];

3) винахід QR-коду – двовимірною штрих-коду відкрило нові необмежені можливості для online взаємодії компаній та споживачів. У маленькому квадратному лабіринті QR-коду можна за допомогою смартфона відсканувати усі наявні на даний час інновації готельного та ресторанного бізнесу, зробити передзамовлення, забронювати місце або столик, дізнатися про наявні акції та промопропозиції; ознайомитися з історією закладу, його унікальними характеристиками тощо. Дана інноваційна новинка є цікавою для гостей і знайшла своє позитивне відображення в схвальних відгуках споживачів;

4) досить популярною інноваційною технологією став інтерактивний бар, що вбудований в барну стійку інформаційно-розважальною системою. Фактично йдеться про інтерактивний екран, який служить для відображення відеоефектів, характер та інтенсивність яких продиктовані наявністю предметів на стійці та людською поведінкою. Сьогодні технології спрямовані на відпочинок та розвагу гостя, та роблять все для його утримання в закладі якомога довше. Створення спеціальних додатків для закладів гостинності вимагає великих затрат, але в той же час – інновації – невід’ємність сьогодення, це вимога сучасності, і конкурентна перевага даного закладу перед подібними закладами-конкурентами.

5) сьогодні інноваційні технології в готельній сфері пропонують, наприклад, заміну персоналу на електронних роботів, програмування яких дозволить зменшити час на поселення та обслуговування. Проте дані технологічні рішення активного попиту поки не віднайшли, адже живе спілкування з людьми, під час якого можливо обмінятися емоціями та власними переживаннями, все ж бере верх над даними інноваціями. Та здається, це лише питання часу, і зовсім скоро інноваційні послуги стануть невід'ємною частиною нас та нашого життя.

Таким чином, підсумовуючи вищесказане, слід зробити висновки про важливість інноваційних процесів у сфері готельного бізнесу. Сьогодні інновації в закладах індустрії гостинності – це критерій успішності діяльності підприємств у конкурентному середовищі. Інноваційні технології та послуги дозволяють втримати постійних клієнтів та формують перспективу на залучення нового сегменту споживачів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Кожухівська Р. Використання міжнародного досвіду впровадження інновацій у сфері готельного бізнесу. *Науковий журнал «Вісник Донецького національного університету»*. Сер. В: Економіка і право. 2015. Вип. 1. С. 160–164.
2. Шаповалова О. М. Інноваційна діяльність, як основа підвищення конкурентоспроможності готельного господарства. *Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*. 2013. Вип. 16. С. 224–228.
3. Мазаракі А. А., Завідна Л. Д. Методологічні засади формування конкурентної стратегії підприємства готельного. *The development of International Competitiveness: State, Region, Enterprise: International Scientific Conference*, December 16, 2016. Lisbon, Portugal: Baltija Publishing. 200 p. P. 185–188.



## ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНИХ РЕСУРСІВ У ГОТЕЛЯХ

**Ібрагімова І. Р.**, *магістрант*

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Мітяєва Т. Л.,  
Харківський торговельно-економічний інститут  
Української інженерно-педагогічної академії*

У сучасних умовах успіх будь-якого підприємства визначається рівнем його економічної ефективності. Поняття «ефективність» є ключовим поняттям економіки, яке розкриває її сутність як науки, що досліджує проблеми ефективного використання обмежених виробничих ресурсів.

Основою діяльності будь-якого підприємства є його ресурси. Ресурси підприємства – це сукупність природних, матеріальних і соціальних ресурсів, які можуть бути використані в процесі створення товарів і послуг.

Для здійснення процесу виробництва та надання готельних послуг кожне підприємство повинно володіти певною масою різноманітних засобів праці. Сукупність усіх засобів і предметів праці, що використовуються в процесі створення та надання готельних послуг, являє собою матеріально-технічну базу готельного господарства.

Основою матеріально-технічної бази готелю є основні фонди. Поняття матеріально-технічної бази значно ширше, ніж основні фонди тому, що готельне господарство користується частиною засобів праці й обладнання інших галузей господарювання. До матеріально-технічної бази належить також господарський інвентар, малоцінні та предмети, що швидко спрацьовуються, що застосовуються у виробничо-експлуатаційному процесі в якості засобів праці, але враховуються у складі обігових фондів [1, с. 64].

Матеріально-технічна база, являючись ядром сервісного продукту готелю, забезпечує надання комплексу різноманітних послуг, а її стан впливає на рівень комфорту та якість обслуговування, тому виступає чинником, який найбільше впливає на категорію готелю. Вона залежить від стану будівлі, номерного фонду, рівня та сучасності меблів, побутової техніки, електроприладів, використаних

оздобних матеріалів тощо, а також розвитку спортивної, оздоровчої, ділової інфраструктури та інфраструктури розваг.

Сервіс в готельній сфері можна визначити як передбачення побажань споживача та забезпечення його новим споживчим досвідом. Роль сервісу, як складника в готельній індустрії полягає у збільшенні можливостей поліпшення обслуговування споживачів і підвищенні на цій основі ефективної діяльності підприємства готельного господарства, що сприятиме урахуванню та більш повному задоволенню запитів споживачів.

Сервіс у готелі включає матеріально-технічну базу, технологічні процеси, персонал, правила гостинності, які в сукупності утворюють більш високу споживчу цінність і здатні забезпечити очікувану споживачем якість, формувати позитивні враження, клієнтський досвід, що перетворюються на поведінкову та емоційну лояльність [2, с. 270].

Матеріальна складова сервісу у підприємстві готельного господарства значною мірою характеризує розвиненість інфраструктури, зокрема спортивної, оздоровчої, ділової, торгової та інфраструктури розваг, від яких залежать можливості надання додаткових послуг. У сукупності все вищеперераховане є параметрами матеріально-технічного складника сервісу підприємства готельного господарства, кожен з яких характеризується певним набором атрибутів та впливає на ефективність діяльності підприємства.

Для готелів економія та раціональне використання матеріально-технічних ресурсів є важливим чинником збільшення прибутків. Серед основних джерел економії, які допомагають закладам гостинності більш раціонально застосовувати такі матеріальних ресурси, як вода та електроенергія, можна виокремити застосування нових технологій. Інноваційні ресурсозберігаючі технології дозволяють досягти значної економії ресурсів, що покриває витрати на їх придбання та впровадження на підприємстві.

Зокрема, до таких інноваційних технологій відносяться:

1) Система освітлення на фотоелементах, які реагують на рух. Таку систему можна встановити в коридорах на поверхах готелю, де розташовуються номери і досягти значної економії електроенергії.

2) Крани у ванних кімнатах на фотоелементах – діють за тим же принципом, що і попередні системи.

3) Система автоматичного відключення світла в номерах – світло гасне впродовж 1 хвилини після того, як гість виходить з номера [3, с. 101].

Крім цього, з метою економії інших видів ресурсів допускається замінювати витратні та нераціональні ресурси на нові види матеріальних ресурсів. Наприклад, кускове мило, можна замінити на краплинне мило. Його вистачає на більший час і воно виглядає естетичніше.

Отже, для підвищення ефективності використання матеріально-технічних ресурсів у готелі варто звертати увагу на можливості інноваційних технологій, які дозволяють досягти економії та зробити роботу окремих систем готелю більш раціональною. Такі підходи дозволять готелю займати конкурентоспроможну позицію на ринку готельних послуг.

#### **Список використаних джерел:**

1. Домбик О. М. Економічна суть діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу. *Торгівля, комерція, підприємництво*. 2013. Вип. 15. С. 64–66.

2. Черномазюк А. Г. Інновації у сфері готельно-ресторанного бізнесу. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2014. №5. Т.2. С. 269–272.

3. Лінтур І. В. Інноваційний потенціал у сфері готельно-ресторанного бізнесу. *Перспективи розвитку готельно-ресторанної індустрії України: теорія, практика, інновації розвитку: тези доп. всеукр. наук.-практ. конф., м. Мукачєво, 21 берез. 2018 р. Мукачєво, 2018. С. 99–102.*

## СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

**Кацмаза М. С., студент**

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Поворознюк І. М.,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Сучасний ресторанний бізнес має свої тенденції, що постійно змінюються в залежності від уподобань споживачів. Відстеження інтересів та смаку клієнтів має велике значення для шеф-кухарів, власників ресторанів та усіх працівників індустрії харчування. Завдяки швидкому розвитку технологій, за останні роки відбулися суттєві зміни у кулінарному світі.

Культура доставки їжі та онлайн-замовлення розвивається неймовірно швидкими темпами, тим більше під час пандемії, коли заклади закриваються і працюють тільки на винос або на доставку (крім доставки алкоголю і продажу напоїв на винос).

National Restaurant Association в США передбачає, що протягом 2021 року вже 70% замовлень будуть відбуватися поза межами ресторанів: через сайти, боти, мобільні застосунки.

QR-коди все більше використовують ресторани. Меню по QR-коду зручно використовувати тим, що не потрібно додаткове обладнання. QR-код може викликати посилання на безліч корисної інформації. У меню на винос і в будь-якій реальній рекламі.

Таким чином, QR-код – це не маркетинговий трюк. QR-код – сумлінний механізм надання зацікавленим сторонам інформації, з якою вони можуть діяти. QR-код може містити різну інформацію: меню, умови доставки, історію ресторану або дані персональних карт лояльності. За допомогою коду також можна створити замітку в календарі з акцією або заходом, який буде в закладі, або можна просто перенаправити відвідувача на сторінку відгуків.

Крафтові напої та страви. Цікава тенденція «Крафта» у всьому: посуд, келихи і напої. Це не тільки модне явище, але і креативний підхід для скорочення витрат. В Україні з'явилася велика кількість нових пивоварень і навіть крафтового бренді, віскі, джина, настоянки [1].

Роботизація в ресторанах. Ono Food Company планує запустити в Лос-Анджелесі перший у світі повністю автоматизований ресторан на колесах з роботами і технологіями для приготування їжі та прийому замовлень.

В Україні ситуація з технологіями розвивається не так швидко, як в США. Проте вже зараз багато закладів України працює з системами обліку, офіціанти використовують смартфон або планшет, а на кухнях стоять екрани із замовленнями. Звісно ж, що в Україні технології розвиваються не так швидко як за кордоном, але маємо, те що маємо.

«From Farm To Table» в ресторанному бізнесі набуває популярності послуга «Fromfarmto table», що передбачає вирощування власної сировини на території закладу, плантації або ферми. Відвідувачі мають змогу скуштувати екологічно чисту їжу протягом року та за помірною ціною.

На території ресторанів розміщені демонстраційні теплиці, де гості мають можливість за додаткову плату вирощувати власну сировину на орендованій для них ділянці. При замовленні страви, що виготовлена з власної сировини вартість її становить на 70% менше. Заклади ресторанного господарства забезпечені садівниками-консультантами, які не тільки вирощують сировину, а й надають консультацію з приводу вирощування та догляду за нею.

Відвідувачі українських ресторанів із задоволенням замовляють оригінальні страви з морепродуктів. Особливим попитом користуються кальмари, устриці та ікра у поєднанні з популярними міжнародними інгредієнтами.

Вважаємо, що люди відвідують ресторани через бажання отримати враження, і різні формати дозволяють отримати їм різні варіанти вражень. Отже, під настрій можна обрати й ресторан.

Стосовно вегетаріанських страв можливо сказати що, багато українців відмовляються від вживання страв з м'яса, прагнучи приєднатися до прихильників вегетаріанської кухні. Розробляючи меню для власного ресторану, створюють розділ, де представлена їжа на основі овочів, бобових культур і альтернативних джерел білка [2].

McDonald's випробував у Гонконзі вегетаріанське меню, основане на рослинному м'ясі. KFC додав у меню альтернативні нагетси та гамбургери в ресторанах Китаю. А відомий шеф-кухар Хестон Блюменталь використовує (та підтримує) Fable – замітник, створений на основі грибів шиітаке, який додається в страви замість тушкованого м'яса.

Культура вуличної їжі. Вулична їжа – це їжа, яку ми приготували, доготували або зібрали з різних інгредієнтів та з'їли на вулиці, ярмарку чи базарі. В Україні стрімко розвивається культура їжі на вулицях. Сьогодні цей сектор ринку демонструє різноманітність закладів (кіоски, мобільні кав'ярні та піцерії тощо), нові тематичні концепції, кулінарне різноманіття, різні цінові рівні, а також – стремління до якісної, здорової, збалансованої їжі та постійне збільшення асортименту продукції (свіжі соки, натуральна кава, млинці, салати, сендвічі, піцца, солодоші).

Останнім часом в Україні з'явилися так звані вільні або креативні простори, які часто називають себе «коворкінгами», «некафе» або «smartcafe». Вони можуть розташовуватися в центрі міста, або в офісних центрах. Основна концепція таких закладів – безкоштовно все, крім часу. Ці заклади працюють за системою «все включено» (відвідувач платить не за їжу та напої, а за час) і являють собою нерухомість нового формату, яка спеціально пристосована для фрілансерів, стартаперів, IT-підприємців та маркетологів.

Коворкінг – це модель роботи, коли працівники залишаються вільними і незалежними, і використовують вільний простір для своєї діяльності.

Отже, у зв'язку з активним розвитком ресторанного господарства, з підвищенням конкуренції, інтерес до нових тенденцій постійно зростає. Тому, слід приділяти увагу особливостям розвитку сфери ресторанного господарства, його темпам та динаміці росту, попиту з боку споживачів у контексті їх уподобань. Використовувати нові підходи до ресторанного бізнесу, щоб приваблювати більше нових споживачів та розвивати власний заклад.

### Список використаних джерел :

1. Записки маркетолога: веб.сайт. URL: [http://www.marketch.ru/marketing\\_dictionary/horeca](http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/horeca) (дата звернення: 21.10.2021).
2. ТОП-13 трендів в ресторанному бізнесі в 2021 році : веб.сайт. URL: <https://joinposter.com/post/restaurant-trends> (дата звернення: 21.10.2021).
3. ТОП-20 трендиву сфері HoReCa у 2020 році : веб.сайт. URL : <https://blog.metro.ua/top-20-trendiv-u-sferi-horeca-u-2020-rotsi/> (дата звернення: 25.10.2021).

## ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ СТИМУЛЮВАННЯ ПОПИТУ НА ГОТЕЛЬНІ ПОСЛУГИ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19

**Колотило М. А.**, *магістрант*

*Науковий керівник: к. іст.н., доцент Паньків М. М.,  
Харківський торговельно-економічний інститут  
Української інженерно-педагогічної академії*

Сучасна ситуація на ринку послуг гостинності зазнала суттєвих змін у зв'язку з пандемією (COVID-19). Алгоритми готельного бізнесу потребують глибокого аналізу та вдосконалення. В цьому контексті, збалансована маркетингова стратегія може кардинально змінити ситуацію та врятувати готельне підприємство від банкрутства.

Найскладнішим і найважчим періодом була весна 2020 р., яка виявила необхідність визначення правильної та чіткої стратегії ведення бізнесу з точно продуманою маркетинговою тактикою. Сьогодні немає чіткого алгоритму дій готельєрів у подібних ситуаціях. Вивчення виявленої проблеми, яка раніше не розглядалася, є важливим фактом у розвитку туристичної галузі [1].

Під маркетинговим середовищем розуміється сукупність факторів, що діють на готель ззовні. До них належать економічна ситуація у конкретному регіоні чи країні, цінова політика конкурентів, законодавчі особливості щодо регулювання діяльності сфери туризму. Це лише деякі елементи зовнішнього маркетингового середовища, що визначають успішність готелю [2, с. 122]. У період пандемії вплинути на ці елементи готельєри не в змозі, що призводить до низки негативних

наслідків. Такі наслідки стали закриття готелів, керівництво яких не змогло відвести бізнес від банкрутства.

До елементів внутрішнього маркетингового середовища можна віднести кадровий потенціал організації – її співробітників, професійну команду, при грамотній та якісній роботі яких можуть зрости продажі та зменшитися витрати.

Період пандемії став показовим для готельного бізнесу. На ринку втримувалися готелі, які мають ефективну маркетингову стратегію, що дає їм переваги перед конкурентами. У період закритих зовнішніх кордонів у країні, коли відрядження були під забороною, а туристичні поїздки відкладені, перед готелями постало дуже складне питання: звідки брати дохід? Багато готелів у цей період звернули свою увагу до постійних клієнтів і пропонували їм послуги за ціною вдвічі, а іноді й утричі нижчою за звичайну. Потім готельні підприємства почали асоціювати оренду номера з орендою квартири. Багато готелів у великих містах пропонували провести самоізоляцію у своїх стінах. Гостям було запропоновано нову послугу «Самоізоляції», що включає не лише стандартний перелік готельних послуг, а також щоденні сніданки.

Усі готельні підприємства скоротили свої витрати на стільки, наскільки це було можливо, але в умовах різкого зниження прибутку або його відсутності справилися не всі. Готелі скоротили витрати на комунальні платежі, закупівлю, ремонт і навіть фонд заробітної плати, деякі співробітники після аналізу продуктивності були скорочені. Незважаючи на скорочення витрат, багато готелів розширили штат конкретних працівників, що є невід'ємною частиною стратегії завоювання частини ринку або розширення частки до оптимальних показників. Багато готелів взяли на роботу менеджера з просування послуг готелю в інтернеті [1].

Деякі брендові готелі світу (Hilton, Marriott InterContinental та деякі інші) прийняли рішення про можливість перепрофілювання своїх будівель під госпіталі за необхідності. Даний хід також є частиною маркетингової стратегії, тому що дана послуга, хоч і не в повному обсязі, але все ж таки буде оплачена державою. Також не варто забувати про рекламу, яку готель отримає після такого



переобладнання. Ряд інших готелів запропонував прийнятну вартість для проживання медичного персоналу, який працює із захворюваннями, спричиненими коронавірусною інфекцією [1].

Якщо говорити про маркетингову стратегію пошуку нових можливостей з існуючих умов, то необхідно переосмислити всю індустрію загалом. Потрібно припинити оцінювати клієнта як гостя з іншого регіону чи країни, а готель як місце проживання. На допомогу готельєрам приходить інша сторона пандемії: у період самоізоляції не всі співробітники могли виконувати свої посадові обов'язки з дому, у зв'язку з цим багато готелів зайнялися переобладнанням свого номерного фонду, а вірніше, його частини, як під індивідуальні офіси, так та під коворкінги. Звичайно, це не вирішить проблеми в цілому, але дасть шанс заробити в ситуації, що склалася.

Більшість існуючих маркетингових стратегій призначені для отримання максимального доходу, залучення максимальної кількості гостей, збільшення обсягу продажів, але в даний час при дуже низькому попиті на готельні послуги, викликаному небезпекою зараження інфекцією, дуже складно говорити про надприбутки. Потрібна стратегія, яка зможе надати готелям фінансову можливість подальшого ведення бізнесу. Але водночас не можна не врахувати стратегію високої заповнюваності та стратегію високої вартості номера.

Для досягнення найкращого результату рекомендується використання комбінованих стратегій, тому що саме вони можуть врахувати і різні інтереси гостей, і особливості кожного окремого підприємства сфери гостинності. Необхідно також враховувати модель поведінки споживачів, що постійно змінюється. На поведінку ключового сегмента споживачів впливає безліч факторів, які необхідно максимально врахувати в рамках наявних ресурсів для задоволення мінливих потреб клієнтів [2, с. 124].

Багатьом підприємствам гостинності довелося застосувати стратегію завоювання ринку та стратегію розширення потенціалу одночасно. Стратегія розширення ринку передбачає ширше охоплення різних верств населення, груп людей, а стратегія розширення потенціалу, у свою чергу, збільшує обсяг продажу

вже існуючої послуги, акцентуючи увагу саме на ній. Такими послугами стали послуга харчування та хімчистка. Розглянемо докладніше послугу хімчистки. Готелі, які мали цей вид послуги раніше, не розраховували на великі обсяги заробітку, але в період пандемії багато підприємств малого бізнесу змушені були закритися, і готелі змогли отримати додатковий заробіток.

Багато готелів стали розширювати цю категорію послуг та рекламувати її в мережі Інтернет з більшою активністю. Це допомогло не тільки зберегти персонал цієї служби готелю, переконати його від скорочення, але й дало шанс отримати нове, нехай невелике, джерело доходу. Друга послуга, яка більшою мірою спромоглася принести дохід готельним підприємствам, – це послуга харчування та доставки. Всі великі та багато середніх готелів мають свій ресторан, у період пандемії перебування у громадських місцях було заборонено, що сприяло збільшенню популярності доставки готових страв додому [1].

Поточний період розвитку економіки нашої країни можна охарактеризувати як складний, нестійкий і нестабільний. В даний період індустрія гостинності потребують грамотної, прорахованої маркетингової стратегії, яка зможе привести готельний бізнес до позитивних економічних показників. Для успішного існування готельного бізнесу та його прибутковості необхідно обов'язкове поєднання та комбінування кількох маркетингових стратегій, набір яких індивідуальний для кожного готельного підприємства. Досвід 2020 року довів, що саме готелі, які в період пандемії шукали нові рішення, способи продажу, переорієнтувалися на інші цілі та продовжували просувати свої послуги, змогли отримати дохід і зміцнитися на ринку готельних послуг.

#### **Список використаних джерел:**

1. Опитування серед гравців готельного ринку України щодо наслідків пандемії COVID-19. URL: <https://www.hospitalitynet.org/file/152008936.pdf> (дата звернення: 25.10.2021).

2. Левицька І. В. Формування попиту та стимулювання збуту послуг готельних підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2019. № 4. Т. 1. С. 122–128.

## АВТОМАТИЗАЦІЯ РОЗСЕЛЕННЯ ГОСТЕЙ ЗА ДОПОМОГОЮ SELF CHECK-IN АВТОМАТІВ

**Корольова А. А.**, *магістрант*  
*Науковий керівник: к. е. н. Антонова О. В.,*  
*Харківський торговельно-економічний інститут*  
*Української інженерно-педагогічної академії*

Декілька років тому вважалося немислимим і навіть контрпродуктивним встановлювати торговельні автомати в готельному бізнесі. Сьогодні дані говорять нам про зворотне: вендинг не тільки допомагає диверсифікувати доходи від готельного бізнесу, а й приваблює більше клієнтів завдяки низці переваг, таких як швидкість або цілодобова доступність. На наш погляд значно покращить роботу хостелів та готелів запровадження self check-in автоматів (кіосків самообслуговування). Автоматизація розселення гостей за допомогою таких автоматів приведе до змін сучасного сервісу в кращу сторону.

Загальновідомо, що в умовах неспокійного темпу сучасного життя, особливо після COVID-19, готелі, які використовують переваги кіосків реєстрації/виїзду, отримують перевагу над своїми конкурентами.

Для деяких кіоски самообслуговування здаються недоцільними. Сектор гостинності прагне надавати персоналізовані послуги, і багато готельєрів вважають кіоски самообслуговування контрпродуктивними в цьому відношенні. Однак дедалі більше відпочиваючих цінують гнучкість і свободу, яку дає їм кіоск самообслуговування під час перебування в готелі.

З огляду на це, наведемо декілька причин, чому ваш готель повинен запровадити технологію самообслуговування якомога раніше:

### 1. Найкраще використання готельних ресурсів.

Щоб завоювати лояльність клієнтів, важливо забезпечити їм незабутні та позитивні враження, перебуваючи у вашій власності. Коли кіоск самообслуговування підключений до PMS (системи управління нерухомістю) готелю, він може змінити стандарт обслуговування, який можна запропонувати гостям. Наприклад, гості можуть забронювати номери, як тільки вони стануть доступними. RTO (оптимізація в реальному часі) дає змогу співробітникам

готелю передавати інформацію між різними відділами, щоб вони могли зосередити свої зусилля на інших ключових завданнях.

## 2. Попрощайтеся з чергами.

Однією з головних переваг кіосків реєстрації є те, що вони запобігають утворенню довгих черг на стійці реєстрації. Незалежно від кількості співробітників, які чергують, кіоски дозволяють легко виконувати вимоги кількох гостей одночасно. Клієнти цінують безпроблемні процеси реєстрації та виписки, особливо якщо у них немає часу. Завдяки розумному кіоску гості можуть зареєструватися, використовуючи своє ім'я або номер підтвердження. При необхідності вони можуть навіть відсканувати документ, що посвідчує особу. Крім того, що це забезпечує більше зручності для гостей, це підвищує ефективність вашої робочої сили.

## 3. Більш індивідуальний підхід.

Кіоски самообслуговування можуть зібрати масу корисних даних про гостей, наприклад, попередні покупки, переваги номерів та особливі вимоги. Оскільки ці кіоски пов'язані з PMS готелю, команда може швидко отримати доступ до цих даних, щоб забезпечити більш персоналізований досвід. Крім того, цю збережену інформацію можна використовувати для заповнення індивідуальних рекламних листів, включаючи привабливі пропозиції, які відповідають смакам різних клієнтів. Більш того, будь-які запити клієнтів, які були зроблені раніше, можуть бути задоволені, таким чином перевершивши їхні очікування та зробивши їхнє перебування незабутнім.

## 4. Можливості отримати додатковий дохід.

Користуючись кіосками самообслуговування, гості можуть переглядати додаткові послуги та оновлення у вільний час. Це подобається людям, які не люблять, коли їм продають речі віч-на-віч. Кіоски можуть мати різні покращені зручності, які клієнти можуть відразу додати до своїх рахунків. З цієї причини кіоски самообслуговування є джерелом доходу, який не потребує додаткових витрат на оплату праці.

## 5. Мінімізуйте людські помилки.

На жаль, помилки при бронюванні готелів є надто поширеним явищем. Імена певних гостей завжди будуть написані з помилками, або вони будуть випадково заброньовані в номер неправильного типу. Навіть якщо співробітники дуже віддані своїй справі, вони все одно люди і не застраховані від випадкових помилок.

Автоматизуючи процес реєстрації, можливо уникнути багатьох із цих помилок і покращити спосіб взаємодії з клієнтами. Кіоски самостійної реєстрації можуть точно записувати дані клієнтів, оскільки гості самі вводять інформацію під час реєстрації. Тому ймовірність помилок значно зменшується. Ваша команда може отримати доступ до цих даних із PMS готелю, коли той самий клієнт зареєструється.

Один із способів справити гарне враження на гостей – здивувати їх улюбленою їжею або улюбленою кімнатою, наприклад. Кіоски можуть зберігати всі вподобання/інформацію про попереднє перебування гостей у PMS, тому їх легко отримати, коли це потрібно. Це означає, що готель може надавати послуги на замовлення своїм постійним клієнтам.

Незалежно від того, чи хочуть власники готелів просто базовий кіоск самостійної реєстрації або кіоск, який дозволяє гостям контролювати інші елементи свого бронювання, ця технологія може допомогти їм досягти своїх ключових цілей у привабливий спосіб. Кіоски можна розташувати в зоні відпочинку, поблизу стійки реєстрації або в будь-якому іншому місці, де клієнти можуть ними скористатися. Зазвичай вони виглядають сучасно і не займають багато місця, а це означає, що вони доповнять декор готелю.

Існує міф, що самообслуговування – це занадто безособовий процес, щоб готелі могли його прийняти. Насправді це дає персоналу свободу вести більш змістовні та особисті розмови з гостями. Автоматизовані кіоски реєстрації знімають значну частину робочого навантаження з персоналу, тому вони можуть зосередитися на більш важливих речах. Це може включати пропонування рекомендацій гостям, які хочуть відвідати визначні пам'ятки, або просто поспілкуватися з гостями, щоб вони відчували себе бажаними. Це дозволяє

готелям справити позитивне враження на клієнтів і збільшити шанс повторного бронювання.

Зрозуміло, що кіоски самообслуговування надають готелям широкий спектр переваг. Безумовно, це рішення оцінять гості та персонал завдяки свободі, яку пропонує ця технологія. Ці кіоски легко підключаються до хмари гостинності готелю, щоб створити більш ефективний, підключений і сучасний готель.

Звичайно, багато гостей все одно почуватимуться комфортніше, якщо реєструються на стійці реєстрації, тому є місце для традиційної реєстрації. Все залежить від досвіду, який ви хочете надати. Кіоски самообслуговування не завжди повинні бути простою заміною традиційних послуг, але часто ефективно використовуються як покращення гостинності двадцять першого століття.

#### **Список використаних джерел:**

1. Self service kiosks for hotels : веб-сайт. URL: <https://www.mews.com/en/blog/benefits-self-check-in-kiosks> (дата звернення: 30.10.2021).

2. Little Hotelier Blog: веб-сайт. URL: <https://www.littlehotelier.com/blog/running-your-property/hotel-check-processes-strategies-software/> (дата звернення: 30.10.2021).

3. Инновационные технологии в гостиничном бизнесе: веб-сайт. URL: [https://studwood.ru/1129937/turizm/primery\\_prakticheskoy\\_realizatsii\\_tehnologicheskikh\\_innovatsiy\\_gostinichnom\\_biznese](https://studwood.ru/1129937/turizm/primery_prakticheskoy_realizatsii_tehnologicheskikh_innovatsiy_gostinichnom_biznese) (дата звернення: 30.10.2021).

4. Hospitality Vending: веб-сайт. URL: <https://idsvending.com/applications/industries/leisure-and-hospitality/> (дата звернення: 30.10.2021).

## ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ЧЕРКАСЬКОГО РЕГІОНУ

**Костюк А. В.**, *магістрант*

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Пачева Н. О.,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

На сьогоднішній день досить стрімко розвивається готельний бізнес в Україні. Інтенсивний розвиток даної галузі зумовлює появу закладів ресторанного господарства різноманітних типів та цінових категорій, що дає можливість вибирати таке підприємство ресторанної сфери, яке найбільш підходить споживачам за багатьма критеріями.

Проте цей розвиток чомусь дуже повільно входить у невеликі населені пункти. Зробивши аналіз певних регіонів (міста і селища менше 70 тис. мешканців) було визначено, що основними проблемами туристичної підсистеми області є зношеність інфраструктури готельних закладів та закладів оздоровлення.

Український готельний бізнес має недоліки і проблеми, що здержує абсолютне використання потенціалу готельної індустрії. Основні з них можна назвати наступні:

1) недостатній рівень розвитку фінансових послуг і систем зв'язку, самої туристської інфраструктури, а також низька якість надання послуг, відсутність маркетингових стратегій, спрямованих на розвиток індустрії гостинності і відсутність підготованих кадрів;

2) низький рівень інвестиційної активності в галузі, що зумовлено несприятливим бізнес-кліматом в Україні та недостатньо високою рентабельністю капіталу в готельному бізнесі;

3) недостатнє оновлення основних фондів [1].

Ефективність розвитку досягається за допомогою: впровадження політики ресурсозбереження, покращення якості продукції чи послуг; введення нових видів продукції/послуг; впровадження прибуткових бізнес-проектів; розробки перспективних інноваційних рішень [2]. Готельний бізнес Черкаського регіону представлений достатньою кількістю якісних засобів розміщення, але має ряд

проблем, які заважають його ефективному розвитку при наявності необхідних ресурсів та інфраструктури.

Більша частина готельних закладів у Черкаському регіоні побудовані ще у 70–80-х роках, вони практично не оновлювались та мають великі проблеми не тільки з комфортом для клієнтів, але деякі є небезпечними, або аварійними.

Головні проблеми, які чекають свого вирішення [3], наведені нижче:

- скорочення потоку туристів та кількості подорожуючих в цілому по регіону, що, на мій погляд, можна пояснити нестабільно політичною та економічною ситуацією в країні, погіршенням рівня життя населення;

- відсутність єдиного та правильного механізму збору та обробки статистичних даних у регіоні;

- покращити якість послуг із одночасним розширенням їх асортименту, що пов'язано з постійно зростаючими вимогами споживачів відповідно до вимог передових технологій;

- суперечлива законодавча і нормативно-правова база;

- відсутність державної підтримки у питаннях захисту інтересів готельно-ресторанного підприємства.

Для того, аби розвинути готельно-ресторанні заклади у невеликих населених пунктах України, а особливо це стосується саме готелів, перш за все, потрібно звернути увагу на ті пункти які були сказані вище. Це дасть змогу максимально швидко і якісно розвивати готельний бізнес.

Для вирішення окреслених проблем та покращення стану готельного господарства регіону необхідно створити в регіоні сприятливий бізнес клімат. Важливу роль в цьому процесі мають відігравати органи державної та місцевої влади. Завдяки розробці та нових законів, указів, урядових рішень, економічних методів впливу та ефективних умов господарювання готельне господарство області може впевнено вийти на новий рівень та продовжувати розвиватися по заданому напрямку.

Для збільшення туристичного потоку слід активізувати вакцинованих подорожуючих шляхом реклами, вигідних акцій та пропозицій, щоб кожен турист



був впевнений, що у Черкаській області він зможе знайти гідне місце для зупинки, яке задовольнить усі його потреби за адекватною ціною.

Готельний бізнес Черкаського регіону має достатню кількість якісних засобів розміщення. Але, на даний момент, певна кількість проблем та нагальних питань, які, насамперед, пов'язані із епідеміологічною, політичною та економічною ситуацією в Україні і соціальним становищем населення в цілому, й перешкоджають його ефективному розвитку при наявності необхідних ресурсів та інфраструктури.

#### **Список використаних джерел:**

1. Подлепіна П. О. Функціонування готельного господарства України в контексті сучасних тенденцій розвитку економіки. *Туризм і гостинність в Україні: стан, проблеми, тенденції, перспективи розвитку* : матеріали I Міжнародної наукової практичної конференції. Черкаси : Брама-Україна, 2012. С. 370–374.

2. Пачева Н. О. Стратегічне управління інноваційним розвитком національного господарства. *Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Сер. Економічні науки*. 2018. № 11(19). С. 56–59. URL: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/15416763509921.pdf>.

3. Стан та перспективи розвитку інфраструктури регіонів України. URL: <http://www.fes.kiev.ua/new/wb/media/InfrASTRUKTURA.pdf>.

### **СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧИХ ПОСЛУГ В ГОТЕЛЯХ**

**Лаптева А. С., магістрантка**  
*Науковий керівник: к. іст. н., доцент Паньків М. М.,  
Харківський торговельно-економічний інститут  
Української інженерно-педагогічної академії*

Однією з тенденцій сучасного суспільства є прагнення до здорового способу життя, збереження краси і молодості, а також охорони здоров'я. Це відображено в розвитку лікувально-оздоровчого туризму, диференціації його видів, інтеграції з іншими видами відпочинку, розширенням географії відпочинку.

Лікувально-оздоровчий туризм існував протягом століть, але його зростання як життєздатної, зрілої галузі прискорюється одночасно з розширенням готельної індустрії з 1950-х до 1980-х років.

Поняття оздоровлення не є новими і простежується в стародавніх цивілізаціях Азії, Греції та Риму. По всій Азії існує давня традиція оздоровчо-орієнтованих і цілісних теорій, які тісно інтегровані в культуру кожної країни. Мандрівники допомогли популяризувати аюрведичні процедури, традиційну китайську медицину, йогу, медитацію та інші форми оздоровчих практик. З Європи прийшов термін «СПА», який традиційно відноситься до поняття «здоров'я у воді». Міцна культура купання континенту, пов'язана з термальними та мінеральними джерелами, надихнула сучасні оздоровчі терапії, зосереджені на принципах бальнеотерапії, таласотерапії, грязі, солі, водоростей тощо. Також у ХІХ столітті в США та Європі поширилися нові інтелектуальні рухи, духовні філософії та медичні практики. До них відносяться альтернативні методи охорони здоров'я, які зосереджені на самолікуванні, цілісні підходи та профілактичний догляд, включаючи гомеопатію, остеопатію, хіропрактику та натуропатію, які з часом набули широкого визнання [1, с. 372].

Лікувально-оздоровчий туризм відомий як один з найбільш швидко зростаючих секторів світової індустрії туризму. На сьогоднішній день, медичний туризм є широко визнаним серед туристів, які обирають користуватися перевагами здоров'я та фізичним і психологічним впливом певних напрямків.

Як один з вимірів туризму, лікувально-оздоровчий туризм допомагає економіці країни. З огляду на прибутковий характер галузі, багато країн, що розвиваються і навіть розвинені, зосереджують свою увагу на галузевому секторі і планують його розвиток.

Лікувально-оздоровчий туризм поділяється на медичний, метою якого є власне лікування, терапія і профілактичний (велнес-туризм), спрямований на підтримку здоров'я і збереження балансу між фізичним і психологічним здоров'ям людини. Велнес-туризм може бути активним (спорт і фітнес) та пасивним (програми краси) [1, с. 373].

Санаторно-курортна галузь відіграє важливу роль в житті сучасного суспільства, виконує функцію відновлення здоров'я населення, і є наслідком підвищення добробуту країни і продуктивності праці. Варто зазначити, що для ефективного функціонування курортів самих лише природних факторів недостатньо, а має бути налагоджена відповідна туристична інфраструктура.

Немає точної формули для розвитку оздоровчого курорту. Тим не менш, існує кілька критичних факторів, які підприємці повинні враховувати:

- тип туриста на який вони орієнтовані та існуючий гостьовий досвід;
- як характеристики сайту і локальна динаміка ринку підтримують запропоновану розробку;
- як оздоровчий компонент вписується у рамки розміщення та які будуть наслідки для курортного готелю та результати продажів.

Курорти, орієнтовані на оздоровлення туристів, як правило, пропонують захоплюючий оздоровчий підхід у двох форматах. Індивідуальні оздоровчі процедури, включаючи запропоновані вправи, експертні медичні оцінки, духовну освіту, дієту або очищення, і щоденні SPA-процедури. Центри відпочинку пропонують груповий підхід, часто під керівництвом всесвітньо відомих фахівців охорони здоров'я і підкреслюють навчання через спільний досвід. В обох моделях, оздоровчий компонент займає центральну сходинку. Оздоровча трансформація – це мета, яка в першу чергу досягається за допомогою скерованої програми та діяльності [2, с. 238].

Ця зміна ролі власності виявила дві ключові проблеми в розвитку оздоровчих курортів. Перша, як можна було очікувати, знаходиться в бізнес-моделі. Для того, щоб гості досягли трансформаційних результатів, учасники повинні керуватися певною програмою. Щоб підвищити рівень адаптації та успіху, курорт повинен поєднувати компоненти перебування.

У готельних моделях all-inclusive або частково inclusive, велнес-діяльність не виділяється як окремий операційний відділ. Замість цього, модель заохочує окремі рівні розміщення гостей, і курорти призначені для обміну витратами між операційними підрозділами для підтримки різних запропонованих послуг. Так само,

як і модель курорту «Все включено», продуктивність вимірюється через зайнятість на людину та дохід від пакету або загальний дохід на одного гостя. Другий виклик у розвитку оздоровчих курортів полягає в самому програмуванні. Індустрія оздоровлення ще не пройшла процес стандартизації, і оздоровчі підприємства часто розвиваються за допомогою індивідуальних підприємців.

Всі ці тенденції також стосуються простору гостинності, де концепції оздоровчого курорту та програмування часто базуються на впливі розробника або власника, або на досвіді з певною практикою, чи визначаються філософією оздоровлення.

#### **Список використаних джерел:**

1. Joanna Gaines, C. Virginia, Jay S. Keystone Medical Tourism *Travel Medicine (Fourth Edition)*. 2019. P. 371–375.
2. Courtney Suess, Seyhmus Baloglu, James A. Busser Perceived impacts of medical tourism development on community wellbeing. *Tourism Management*. 2018. Vol. 69. P. 232–245.

### **ОСНОВНІ АСПЕКТИ РЕНОВАЦІЇ РЕСТОРАНУ ПРИ ГОТЕЛІ**

**Лиманський Б. В.**, магістрант  
Науковий керівник: к. іст. н., доцент Паньків М. М.,  
Харківський торговельно-економічний інститут  
Української інженерно-педагогічної академії

Готельний бізнес – галузь, що активно розвивається. За останні роки спостерігається поява на ринку нових готельних брендів, нових концепцій, нових технологічних форматів відпочинку та розваг гостей.

Гості зі звичайних мандрівників перетворюються на професійних туристів, які знаються на відпочинку, обираючи місця і напрямки відпочинку виходячи з критеріїв, які для них є основними і значущими: локація готелю, зручний шлях до готелю, гарні краєвид з вікна, зручні номери, гарний ресторан, тренажерний зал – одним словом комфорт та затишок [2, 5].

У сучасних умовах, коли на ринок щорічно виходять десятки нових готелів, міні-готелів, апарт-готелів, рівень конкуренції за гостя, за його увагу, а отже, за його гроші зростає.

Багато років, за низькою конкуренцією та високим попитом з боку гостей, гарним завантаженням протягом року, готелі не піднімали питання їх реновації і тим більше реновації ресторану при готелі. Раніше не мали часу, тепер пізно і немає інвестицій на проведення оновлень та покращень.

Для діючих об'єктів реновація ресторану – це складний і дорогий процес, пов'язаний з незручностями для гостей, ризиком припинення діяльності готелю, а ресторану точно, на період її проведення та фінансовими втратами, відсутністю знань та досвіду проведення подібних робіт, браком необхідних фахівців з належною кваліфікацією.

Важливим елементом в організації реновації ресторану для готелю є можливість організації процесу поетапно. Для цього необхідно розробити “дорожню карту” робіт, що будуть проводитися. Оцінити обсяг площі ресторану, що виводиться на реконструкцію та інших допоміжних площ ресторану при готелі, розрахувати рівень доходу готельного комплексу в цей період, відкоригувати штатний розклад на період робіт, визначити найбільш оптимальні терміни проведення реновації (низький сезон, мінімальне завантаження готелю), оцінити можливість зміни категорій номерів, розробити нову тарифну сітку, доки готель працюватиме без ресторану [1, 3, 5, 6].

Починати роботи необхідно з проведення технічного аудиту, що дозволяє оцінити загальний технічний стан ресторану при готелі, основних вузлів і допоміжних зон, виявити основні проблемні місця.

Аналіз технічної документації проекту реконструкції дозволяє оцінити можливості та глибину необхідної реновації, можливість створення проекту відповідно до сучасних вимог до об'єктів громадського харчування. Повне знання стану ресторану при готелі дозволить надалі розбити роботи на етапи та визначити термін проведення.

Якщо об'єкт виводиться з комерційної експлуатації, це безумовно спрощує можливість проведення комплексу робіт. Працюючи з такими об'єктами, необхідно розробити проект реконструкції, проаналізувати матеріально-технічну базу. Об'єкт необхідно привести до сучасних готельних вимог та вимог ринку.

Розробка точного плану із зазначенням заходів, що проводяться на об'єкті, термінами виконання та графіком поставок обладнання, складання та підключення, дозволяє оптимізувати витрати, як фінансові, так і людські. Якщо є план робіт, визначені ресурси – означає є шанс отримати об'єкт, що реновується, у встановлений термін [1, 2, 4].

Реновація ресторану при готелі вимагає дотримання чіткої послідовності в роботі для отримання необхідного результату. На першому етапі необхідно оцінити технічний стан ресторану, з урахуванням усіх необхідних робіт з доведення його в запланований стан, зробити оцінку робіт, що проводяться, кошторис робіт, розробити специфікацію на використовувані матеріали.

Далі необхідно встановити терміни виконання робіт, етапи та послідовність робіт. Цей пункт важливий для формування робочих груп, розуміння початку робіт, згідно з завантаженням готелю (у разі, коли реновація ресторану проводитиметься частково або поетапно). У цей період можна переглянути чинний штатний розпис, скоротивши або оптимізувавши вивільнений персонал.

До початку робіт необхідно провести всі погоджувальні процеси з наглядовими органами та закласти у проект для цього необхідну кількість часу. Часто цей пункт займає значну кількість часу, коштів і впливає на терміни всього проекту. Узгоджений проект до початку робіт потрібно обов'язково мати.

При виборі постачальників необхідно переконатися в їх досвіді та надійності, дотриманні термінів поставок, наявності всіх необхідних документів, специфікацій на матеріали. Узгодити план закупівель та укласти договори поставки. Врахувати також терміни доставки, складання, монтажу і запуску в роботу, час на усунення недоліків.

Слід використовувати якісні будівельні та оздоблювальні матеріали, а також якісне обладнання та меблі. Це дозволяє в період експлуатації, не займатися

доробками, постійними замінами та ремонтом. Як правило економія веде до додаткових витрат і перебоїв у роботі.

Розумне планування та розрахунок всіх робіт, що проводяться, дозволить одержати зважений бюджет проекту, з урахуванням усіх витрат на його проведення та реалізацію [1, 3, 5, 6].

Сьогодні все більше власників і керівників готелів замислюються над проектами реновації, як над одним з головних елементів у боротьбі з конкуренцією, що зростає. Важливо підходити до цього процесу підготовленими та з чітким розумінням обсягу інвестицій у реновацію. Правильне планування реновації – це один із кроків до збільшення прибутку та збільшення гостьового потоку на об'єкті.

#### **Список використаних джерел:**

1. Архіпов В. В. Організація ресторанного господарства: навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури; Фірма «Інкос», 2007. 280 с.
2. Клапчук В. М., Білоус Л. Й. Управління якістю продукції і послуг у готельно-ресторанному господарстві : навч.-метод. посіб. Івано-Франківськ : Фоліант, 2013. 190 с.
3. Мальська М. П., Ковешніков В. С., Роглев Х. Й. Організація готельно-ресторанної справи: навч. посіб. Київ : Кондор, 2015. 752 с.
4. Кузнецова Н. М. Основи економіки готельного та ресторанного господарства: навч. посіб. Київ : КДТЕУ, 2011. 624 с.
5. Мазаракі А. А. Проектування закладів ресторанного господарства : навч. посіб. Київ : КНТЕУ, 2008. 307 с.
6. Мунін Г. Б., Лук'янов В. О. Організація готельно-ресторанного обслуговування. Київ : Кондор, 2014. 346 с.

## ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ ІНОЗЕМНИХ ТУРИСТІВ У РЕСТОРАНІ ПРИ ГОТЕЛІ

*Лучко С. А., магістрант  
Науковий керівник: к. е. н. Антонова О. В.,  
Харківський торговельно-економічний інститут  
Української інженерно-педагогічної академії*

Обслуговування іноземних туристів має свої специфічні особливості, пов'язані не стільки з якоюсь особливою культурою обслуговування (культура обслуговування повинна бути завжди висока), скільки з урахуванням традицій харчування різних народів. Організація обслуговування іноземних туристів передбачає використання декількох видів меню, що враховуватимуть особливості національної кухні гостей і обов'язково страви традиційної національної кухні. Для якнайповнішого задоволення потреб та можливих запитів іноземних туристів у вас завжди мусить бути комплексне меню європейських сніданків, меню обіду і вечері для групових туристів, меню порційних страв, дієтичних або вегетаріанських, дитячих і тощо. Треба враховувати, наприклад, що американці п'ють каву перед сніданком, а корейці, на відміну від американців та європейців, не вживають каву взагалі. Гостям з Індії і деяких інших країн треба подавати чай.

Європейці снідають, обідають і вечеряють з мінеральною або фруктову водою, а народи Сходу – японці і корейці – найчастіше мінеральну воду не п'ють узагалі.

Може здаватися дивним, але далеко не у всіх народів у пошані кетова ікра і балики, зокрема на угорців, єгиптян і алжирців ці страви не справляють враження.

Данці, норвежці, чехи і румуни не люблять баранину. Угорцям не варто пропонувати киселі, а англійцям – варені ковбаси, млинці і пельмені. Румуни майже не вживають соуси, а корейці не визнають бульйонів. Скандинави не звернуть відповідної уваги на страви, приготовлені із сиру.

Конфузом може обернутися пропозиція гостям їхніх національних страв, якщо не витримані умови їхнього приготування. Наприклад, корейці не будуть їсти страву з рису, приготовленого не так, як це прийнято в них на батьківщині.



Є свої нюанси й у вживанні хліба. Болгари, румуни, араби віддають перевагу білому хлібу, але замість нього можуть бути подані тости – підсмажений хліб. Англійці, французи, американці другий прийом їжі називають ланчем (за часом він збігається з нашим обідом). У меню ланчу немає перших страв, є закуски, другі страви, солодкі страви і кава або чай.

Обід (за часом наша вечеря) складається із закуски, перших і других страв, десерту, чаю або кави [1].

Останнім часом, все більш людей у світі віддають перевагу здоровому харчуванню, тому ресторані доцільно, поміж популярного «Шведського столу» впровадити послугу «Розумний сніданок». Ця послуга, дає можливість комплектувати сніданок самостійно, за вільним вибором страв зі спеціально розробленого ранкового меню, в яке включено страви з перепелиних яєць, морепродуктів, екзотичних овочів та фруктів, особливі сорти кави та чаю, різні види граноли, елітних сирів. Приклад блюд в меню «Розумний сніданок»:

1. Яєчня з перепелиних яєць на подушці зі шпинату з хрустким беконом і в'яленим томатом, обсмаженою на грилі.
2. Яйця-скрембл з паті з курячої печінки і фуагра, овочами на robata гриль і пшеничного булочкою.
3. Яйця-пашот з тигровій креветкою і слабосоленим лососем на пшеничного булочці під голландським соусом, з руколою і томатами черрі.
4. Авокадо запечений з яйцем, сир халумі обсмажений на гриль і тартаром зі свіжих овочів і пшеничного булочкою.
5. Омлет в дуеті зі спаржею і томатами-гриль під яєчним соусом.
6. Домашня гранола з грецьким йогуртом і желе з манго.
7. Сирна запіканка з соусом з манго і вершковим кремом з насінням Чіа.
8. Рисова / вівсяна каша на кокосовому молоці.
9. Сирники з повітряним сметанним кремом і домашнім варінням.
10. Арахісове масло з пшеничного булочкою.
11. Рослинне молоко.

Послуга «Розумний сніданок» надається за окрему плату та може надаватись, як в залі ресторану так і за допомогою служби Room-service з 7<sup>00</sup> до 10<sup>00</sup> по передчасному замовленню, яке можна бути зробити, як з номеру готелю за допомогою планшетного комп'ютера, так і безпосередньо у залі ресторану.

В ресторані повинна бути винна карта, яка має широкий асортимент вин різних країн світу. З метою вдосконалення процесу обслуговування в ресторані іноземних туристів доцільним буде ввести в штатний розклад ресторану сомельє та запропонувати послугу «Coravin». Ця послуга може стати інноваційною «фішкою» ресторану. «Coravin» – це унікальна можливість за допомогою інноваційного дівайса наливати вино, без відкоркування пляшки, що дає можливість споживачам дегустувати коштовні елітні колекційні вина [2].

Головною складовою кожного підприємства ресторанного господарства є меню. В меню ресторану, як правило, широко представлені блюда європейської та італійської кухні, але зважаючи на контингент споживачів, а це саме іноземні туристи, слід розширити меню традиційними стравами української кухні, наприклад: гречаники, котлети по-Київські, короп жарений з кільцями смаженої цибулі, деруни зі сметаною та грибами, картопляні зрази з м'ясом, вареники з різною начинкою, сирники, холодець з хроном, сало з часником, український борщ з пампушками, гарбозувий суп з телятиною, суп-гуляш «Бограч», Банош, «Полтавські» галушки, капуста, домашня ковбаса, полядниця, печеня з грибами, мазурики, вергуни, перекладенець тощо [3]. Додавання до меню блоку блюд української кухні надасть можливість іноземним туристам більш глибоко зануритись в атмосферу українського колориту.

#### **Список використаних джерел:**

1. Коваль П. Ф. В'їзний туризм : навч. посіб. Ніжин : Видавництво Лук'яненко В.В., 2010. 304 с.
2. Школа І. М. Менеджмент туристичної індустрії: навч. посіб. Чернівці : ЧТЕІ КНТЕУ, 2003. 662 с.
3. Чорна М. В. Оцінка ефективності інноваційної діяльності підприємств : монографія. Харків : ХДУХТ, 2012. 210 с.

## ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОТИ ІНЖЕНЕРНО-ТЕХНІЧНОЇ СЛУЖБИ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

*Манукян Д. Г., магістрант*

*Науковий керівник: к. геогр. н. Бабаєва О. В.,  
Харківський торговельно-економічний інститут  
Української інженерно-педагогічної академії*

Останні десятиріччя розвиток туристичного бізнесу набирає все більших обертів. Все більша кількість сучасних людей прагне відвідати нові для себе місця і побачити щось цікаве.

Туристичний бізнес міцно пов'язаний із готельно-ресторанною індустрією, адже туристам під час подорожі потрібні місця розміщення та харчування.

Готельне підприємство є складною структурою, що складається з комплексу служб, де кожна служба виконує свої функції та є ланкою технологічного процесу обслуговування.

Інженерно-технічна служба є важливим компонентом готелю і його невід'ємною складовою, основними задачами якої є забезпечення комфортних умов для споживачів готельних послуг, підтримання стандартів якості цих послуг та зменшення витрат готельного підприємства на надання якісних послуг.

Однією з важливих умов успішного розвитку готельних підприємств є наявність найрізноманітніших інженерних систем та обладнання. Необхідно постійно збільшувати та розширяти обладнання, яке вже є у готельного закладу, оновлювати його та адаптувати до споживачів, на яких орієнтований даний заклад розміщення.

Це дозволить розширити перелік послуг, які надаються гостям готелю, а отже, отримати додаткові фінансові вливання та додатковий прибуток для готельного підприємства.

Основними функціями інженерно-технічної служби готельного закладу є регулярна перевірка, обстеження технічного та санітарного стану готельного підприємства та його зовнішніх територій, комунальних систем та об'єктів, та підтримання у належному стані інженерного та технічного обладнання готелю.

Інженерне та технічне обладнання готельного закладу підрозділяється на:

- інженерне обладнання (санітарні та технічні системи, енергетичні системи, ліфтове господарство);
- технологічне обладнання (призначене для підтримання належного санітарного стану будівлі тощо);
- телекомунікаційні системи (обладнання для передачі даних, комунікації інфраструктури підприємства, автоматизація роботи систем).

Персонал готельного закладу повинен знати устрій, правила експлуатації, принцип роботи обладнання, а також повинен вміти самостійно розв'язувати технічні задачі, що виникають в процесі роботи.

Для покращення роботи інженерно-технічної служби готельного підприємства необхідно, насамперед, вдосконалювати стандарти якості сервісу. Сутність їх полягає в тому, що вони визначають, яким має бути обслуговування в кожному підрозділі готельного комплексу. Виконання стандартів гарантує стабільність якісних показників.

Кожен співробітник служби інженерно-технічного забезпечення повинен знати, розуміти і неухильно дотримуватися професійних стандартів якості сервісу.

Стандарти сервісу – це комплекс обов'язкових для виконання правил обслуговування клієнтів, які покликані гарантувати встановлений рівень якості всіх операцій. Письмові стандарти якості дозволяють не тільки домогтися того, щоб кожен працівник чітко знав що, як і коли він повинен робити, а й дають можливість керівництву об'єктивно, абсолютно неупереджено оцінювати якість роботи персоналу, що часто буває дуже складним завданням в колективі.

Стандарти повинні бути гнучкими і відображати побажання клієнтів, особливо постійних, а також відповідати концепції підприємства. Стандарти дозволяють оцінювати якість роботи на основі максимально об'єктивних даних, якщо вони розроблені з точки зору інформації, отриманої від оцінки роботи підприємства клієнтами. Цей механізм зворотного зв'язку допомагає приймати правильні рішення, робити актуальні удосконалення, оцінювати свої конкурентні переваги відповідно до оцінки клієнтів.

Таким чином, на сьогодні гостям готелю вже недостатньо лише звичайного номеру з телевізором та кондиціонером, і, для того, щоб задовільнити їх, готельний заклад повинен знаходити додаткові рішення для задоволення потреб своїх споживачів, а саме розширяти та оновлювати базу інженерних систем та обладнання та впроваджувати і вдосконалювати професійні стандарти якості сервісу.

#### **Список використаних джерел:**

1. Кондратенко Н. О., Оболенцева Л. В. Аналіз сучасного стану та тенденцій розвитку готельного бізнесу в регіонах України. *Проблеми економіки*. 2019. № 4 (42). С. 72 – 80.
2. Організація готельного господарства: підручник / під ред. І. М. Писаревського. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. 35 с.
3. Тетерюк О. Л. Підвищення ефективності надання послуг у туристському комплексі. URL: <http://sjournal.cdu.edu.ua/base/2018/v6/v6pp33-35.pdf>.

## **СУЧАСНИЙ СТАН І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

**Міщенко М. Р., студент**

*Науковий керівник : к. е. н., доцент Поворознюк І. М.,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Важко не погодитися, що сфера ресторанного господарства – це в першу чергу сфера надання послуг, яка є результатом економічної діяльності та спрямовується на задоволення різноманітних потреб споживачів.

Розвиток національної економіки України досить тісно пов'язаний з процесами, що відбуваються на ринку. Все більше впроваджуються нові технології, а також застосовуються сучасні підходи у сфері розвитку підприємств ресторанного господарства.

Досить важливим елементом обслуговування туристів є послуги підприємств ресторанного господарства, адже вони дуже швидко розвиваються, і є важливим сектором туристичної діяльності.

Зберігаючи кращі традиції національної кухні, заклади ресторанного господарства є візитною карткою гостинності кожного міста та й усієї України, популярною формою проведення дозвілля та спілкування, ознакою престижу і добробуту [3].

Останнім часом, в Україні набувають популярності так звані «вільні простори», чи як їх ще називають – «smart cafe». Зазвичай розташовуються в офісних центрах чи в центрі міста. Концепція, яку вони переслідують – «зовсім все є безкоштовним, тільки не час». Такі заклади зазвичай працюють за принципом «все включено», тобто відвідувач платить на пряму за час, який вони проводять всередині. Ці нововведення є досить корисними для ІТ – підприємців, фрілансерів чи маркетологів.

Так, як в Україні досить давно почали формуватися традиції сімейного відпочинку, то почали з'являтися ресторани за містом, особливо на трасах. Зазвичай заміські ресторани містять в собі: ресторан, готель (15 – 25 номерів), дитячі майданчики, автостоянку та навіть басейни.

Якщо взяти великі міста, то там все більше набувають популярності сніданки в ресторанах. Там зазвичай можна відвідати англійські, французькі, німецькі чи американські варіанти сніданків.

Переваги розвитку ресторанного господарства в Україні:

- створення можливостей організації збалансованого харчування в навчальних та дитячих закладах;
- надання досить гарної економії суспільної праці, за рахунок використання сировини та техніки.

На нашу думку, аналізуючи сучасний стан та тенденції розвитку підприємств ресторанного господарства у наш час, варто приділити увагу і сучасним складним реаліям їх розвитку, а саме – поширення складної ситуації з COVID-19.

Поширення загрози коронавірусу не лише в Україні, а й у всьому світі повністю змінило діяльність усіх суб'єктів господарювання. Вірус не залишив можливості закладам ресторанного господарства повністю розвиватися.

У сучасних умовах ресторанний бізнес змушений, як ніколи раніше, вести активну боротьбу за збереження своєї «життєдіяльності». З поширенням COVID-19 дуже багато підприємств вимушені були призупинити свою роботу, і, відповідно, вчитися працювати у досить жорстких реаліях сьогодення [2].

Зрозуміло, що коронавірус не зможе повністю та назавжди зупинити роботу економіки, як і закладів ресторанного господарства в цілому. Тому підприємці починають адаптуватися до «життя з вірусом», тим самим починаючи покращувати сучасний стан закладів обслуговування.

Для покращення роботи закладів ресторанного господарства необхідно:

- постійне інформування відвідувачів про можливість доставки певних ресторанних страв;
- залучення нових та збереження постійних клієнтів;
- постійний контроль за репутацією підприємства;
- збереження, в першу чергу, цінності самого закладу на ринку;
- підвищення лояльності споживачів.

Зауважимо, що всі ці пункти є дуже важливими завданнями, а також тим, на чому підприємствам ресторанного господарства варто робити акцент в жорстких умовах сьогодення, задля того, щоб забезпечити збереження «життєдіяльності» та утримати своїх гостей.

Ми вважаємо, що на сучасному етапі сфера ресторанного господарства повинна бути глобальним комп'ютеризованим бізнесом, яка базується на інтернет-технологіях, які повинні бути максимально задіяні в сучасних умовах господарювання.

На сучасному етапі підприємства ресторанного господарства все більше повинні залучати продукти науково-технічного прогресу, що дасть змогу підвищити показники дохідності та якості обслуговування.

#### **Список використаних джерел :**

1. Мельник Я. Т. Напрями виходу з кризи закладів готельно-ресторанного господарства під час пандемії. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/melnyk14.html](https://tourlib.net/statti_ukr/melnyk14.html) (дата звернення: 22.10.2021).

2. Чернець О. Як зміниться життя ресторанів після пандемії. URL : [https://tourlib.net/statti\\_ukr/chernec2.html](https://tourlib.net/statti_ukr/chernec2.html) (дата звернення: 29.10.2021).

3. Мальська М. П. Ресторанна справа. URL: <http://westudents.com.ua/glavy/93166-14-suchasn-tendents-rozvitku-restorannogo-gospodarstva-u-svt-ta-ukran.html>. (дата звернення: 29.10.2021).

## **ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ ПРИГОТУВАННЯ ДЕСЕРТНОЇ ПРОДУКЦІЇ**

**Нещадим Л. М., к. е. н., доцент,**  
*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

На сьогодні десертна продукція являється найбільш популярною серед продуктів харчування. Постійне збільшення кількості населення та відповідно задоволення потреб у споживанні продуктів потребують інноваційних підходів до технології виготовлення продукції. Новітні напрями та течії щодо покращення якості харчових продуктів за умови зниження калорійності та підвищення харчової цінності зумовлюють створення інноваційних видів десертної продукції функціонального призначення.

Значно впливають на нові види десертної продукції сучасні потреби в здоровому харчуванні з врахуванням всіх необхідних макронутрієнтів.

Станом на сьогодні кондитерська галузь і відповідно десертна продукція набуває все більшої популярності. Загальний обсяг виробництва підприємств харчової промисловості, в частині десертної продукції, складає більше 1,4 млн т продукції на рік (3% ВВП країни). Дана галузь тісно співпрацює з сільськогосподарськими підприємствами України і є однією з найбільших споживачів їх продукції - молока, борошна, цукру тощо. В сучасних умовах харчова галузь є стабільно розвиненою, самодостатньою та займає провідне місце як на внутрішньому, так і на світовому ринках. Виготовлення десертної продукції постійно зростає. Дана тенденція спостерігається не лише в Україні. Моніторинг та дослідження кондитерського ринку в Україні демонструє той факт, що більшу частку займає продукція вітчизняного виробництва. Це складає близько 95 % в



загальному обсязі. Дана відсоткова частка забезпечується висококонцентрованим ринком з великою кількістю підприємств харчової промисловості (близько 800 компаній).

Однією з інноваційних технологій виробництва десертної продукції на сьогодні є використання молочно-білкових напівфабрикатів з молочною сироваткою та камеддю гуара [3, 4]. Такі суміші є широкофункціональними та дозволяють виготовити десертну продукцію з високими показниками якості. Ще однією з інноваційних переваг використання даних сумішей є економічна ефективність, гуртові закупівлі напівфабрикатів, спрощення технологічного процесу, зменшення часу на виготовлення продукції, прологнування термінів придатності, збільшення видів десертної продукції тощо.

Одним із інноваційних шляхів пониження вмісту цукру в десертній продукції, науковцями-технологами було запропоновано використання природних цукрозамінників: стевії, меду, солодки, кленового сиропу, ксиліт, сорбіт, патока [3, 5]. Дані цукрозамінники легкі у використанні, не вимагають термічної обробки та відповідають вимогам до начинок для борошняних кондитерських виробів [2, 5].

Розглянемо основні природні цукрозамінники:

1. Стевія – це цілюща рослина. Діюча речовина цукрозамінника стевія – стевіозид, позначається як E960.

2. Мед. Популярні сорти меду в харчовій промисловості – акацієвий, гречаний, липовий.

3. Кленовий сироп – солодкий сироп з соку дерева цукрового клена, червоного клена або чорного клена. В промисловості використовується в приготуванні багатьох інших страв: від морозива до кукурудзяного хліба [3].

4. Сорбіт (E 420) – популярний цукрозамінник в харчовій промисловості, особливо при виготовленні десертної продукції. Позначається як сорбітол або sorbit [5].

5. Патока. Це природній цукрозамінник з вмістом глюкозного еквівалента більше 60%.

6. Фруктоза – це ізомер глюкози, природний моносахарид, що міститься у фруктах, овочах, меді. Даний цукрозамінник людина отримує природним шляхом при вживанні цих продуктів.

Разом з природними цукрозамінниками в харчовій промисловості широко застосовують штучні - це підсолоджувачі, які використовуються з метою надання солодкого смаку продуктам харчування. Вони повільно засвоюються в організмі, не створюють перевантажень для підшлункової залози, у помірних кількостях не призводять до різкого підвищення рівня глюкози в крові [2, 4]. Серед штучних цукрозамінників виділяють:

1. Сахарин (Е 954) – цукрозамінник, який солодший цукру в 450 разів. Не містить калорій і має легкий присмак.

2. Аспартам (Е 951) – це найбільш поширений штучний цукрозамінник в Україні та світі. Він в 200 разів солодший ніж цукор; показник калорійності – 4 ккал на 100 г.

3. Ацесульфам (Е 950) – харчова добавка під кодовим номером Е950. Це дуже солодкий цукрозамінник з гірким присмаком [5].

4. Неотам (Е 961) – безкалорійний цукрозамінник, отриманий з аспарагінової кислоти. Його сила підсолоджувача фантастична: в 7000 - 13000 разів більша за сахарозу [2].

Отже, використання інноваційних технологій щодо зменшення вмісту цукру в десертній продукції, шляхом використання цукрозамінників, дає змогу розширити асортимент десертів, покращити біологічну цінність продукції, задовольнити сучасні потреби споживачів та підвищити конкурентоспроможність даної продукції на ринку.

#### **Список використаних джерел:**

1. Функциональные пищевые продукты, их лечебное и профилактическое свойство / гол. ред. Н. А. Бугаец. *Известия вузов. Пищевая технология*, 2004. № 2–3. 48 с.

2. Салавелис А. Л., Тележенко Л. Н., Колесниченко С. Л. Технологии продукции ресторанного хозяйства: учеб. пособие. Одесса, 2014. 330 с.

3. Слободнюк Р. Є., Прасол Д. Ю. Моделювання технології десертної продукції, виготовленої з використанням ям оклейстеризованого механічно зруйнованого крохмалю, на основі методу системного аналізу. *Вісник НТУ «ХП»*. 2013. № 26 (999). С. 145–149.

4. Иванова Н. В. Новые виды БАД в производстве сладких блюд для диетического и лечебно-профилактического питания. *Известия ВУЗов. Пищевая технология*. 2006. № 2/3. С. 86–87.

5. Бухтоярова З. Т. , Бугаец Н. А., Корнева О. А., Борисова М. А. Пищевые добавки растительного и животного происхождения при разработке рецептур сладких блюд функциональной направленности. *Известия ВУЗов. Пищевая технология*. 2010. № 1. С. 57

## **ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ**

**Онуцька В. Р.**, студентка

*Науковий керівник: д. е. н., професор Кічурчак М. В.,  
Львівський національний університет імені Івана Франка*

Галузь готельного бізнесу в Україні характеризується стійким розвитком та стає важливим чинником культурного та економічного прогресу нашої країни. Тенденції сучасного розвитку економічної ситуації в Україні характеризуються позитивним динамічним процесом, активізацією зрушень на користь сфери послуг. Основними завданнями в сфері готельного бізнесу повинно стати створення конкурентних переваг і підвищення конкурентоспроможності, пошук нових шляхів інноваційного розвитку, оновлення наявної політики з урахуванням особливостей ринку готельних послуг. Основна ціль сьогодення полягає в обґрунтуванні та поглибленому вивченні стратегічних напрямів розвитку готельного бізнесу в Україні, виявленні недоліків та визначенні перспектив його розвитку.

Готельний бізнес є однією із провідних складових сфери послуг, насамперед туристичної індустрії. Розвиток готельного бізнесу спонукає розвиток інших галузей: транспорту, торгівлі, будівництва, сільського господарства, виробництва

товарів масового споживання, сфери розваг. Попри те, що частку української економіки дедалі більше займає сфера послуг, розвиток і стійке зростання готельного бізнесу ускладнюється цілим рядом проблем, які треба усувати, оскільки це впливає не тільки на український готельний ринок, але і на міжнародний імідж України.

Основні недоліки готельного бізнесу України:

1. Недостатня кількість кваліфікованих працівників. В Україні відсутні достатні запаси працівників цієї ніші, для ефективного навчання недосвідчених співробітників потрібна велика кількість часу, фінансових та інших видів ресурсів. Робота некваліфікованого готельного персоналу призводить до збитків у даній галузі, що також позначається на національній економіці.

2. Завищена вартість послуг та невідповідність стандартам, в порівнянні з аналогічними послугами, наприклад, в європейських країнах. Вартість проживання в готелі України набагато вища за вартість проживання в готелі аналогічного класу в європейських країнах, це можна пояснити дефіцитом готелів на вітчизняному ринку, а також неналежним державним регулюванням цієї сфери. Варто зазначити, що вартість проживання в готелях різної категорії коливається в Україні від \$ 6–8 (в гуртожитках готельного типу в регіонах), до \$ 300-400 в готелях класу 4 зірки. При цьому в готелі «Прем'єр Палас» вартість проживання в номері Premier Royal Suite складає близько \$ 3000 [4, с. 112].

3. Проблема інвестиційної активності та довготривала окупність готельних проектів. Термін окупності готелів в Україні становить 6-8 років. Офісні чи торговельні об'єкти можуть окупити себе в рази швидше. При створенні інвестиційної активності, яка сприяла б залученню матеріальних і фінансових ресурсів в готельне господарство основною вимогою є зменшення оподаткування та гарантії забезпечення прав власності. Питання зменшення податкового тиску можна оцінювати в аспекті зниження ставок на три основних види податків - податок на додану вартість, податок на прибуток та нарахування на заробітну плату, як наслідок це буде стимулювати зацікавленість у розвитку підприємництва в готельній сфері [4, с. 112].

4. Схильність до заповнення вітчизняних ринкових ніш іноземними мережами. На український ринок готельних послуг проникають міжнародні мережеві компанії. Це пов'язано з нестачею досвіду українських компаній у цій сфері. Міжнародні компанії викуповують вже побудовані готелі, поглинають конкурентів, будують нові об'єкти за свої рахунки і за власними встановленими технологіями.

5. Низька конкуренція на готельному ринку. Український готельний ринок характеризується незадоволеним попитом та обмеженою пропозицією як зі сторони іноземних готельних мереж, так і зі сторони українських готельєрів [3, с. 186]. Вагомим чинником є відсутність корпоративних стандартів управління якістю готельних послуг.

6. Низький рівень диференціації готельних послуг (недостатньо розвинена система хостелів, мотелів, кемпінгів, пансіонатів та ін.). Український ринок готельних послуг є досить наповненим в секторі п'яти і чотиризіркових готелів. Сектор готелів рівня трьох зірок і нижче залишається в Україні ненасиченим і представлений в основному підприємствами з надзвичайно низьким рівнем обслуговування, незадовільними умовами проживання і невеликою сферою послуг.

Існують також багато інших вагомих проблем ,що включають низьку ефективність маркетингової діяльності, високі податки, використання застарілих методів управління та обслуговування клієнта, що глибоко пов'язані з обмеженістю практики використання електронних та автоматизованих систем бронювання готельних номерів та новітніх технологій у процесі здійснення обслуговування в готелях та інших закладах розміщення.

В той же час Україна має всі можливості щодо покращення готельного сектору. Основним завданням є введення інновацій, для залучення більшої кількості клієнтів, перетворення їх на постійних постояльців для стабільного прибутку.

До перспективних напрямків і тенденцій розвитку ринку готельних послуг в Україні можна віднести :

1. Створення сприятливих умов для залучення інвестицій та запровадження реальних механізмів стимулювання будівництва і реконструкції готелів та інших об'єктів туристичної та курортної сфери [1, с. 259 ].

2. Зміщення розвитку в бік проектів середнього рівня - готелів 2-3 зірок і менш категорійних готелів [2, с. 268] .Поширення такої гілки готелів як хостели. Попит на недорогі апартаменти з мінімальними зручностями зростає з кожним днем .Це пояснюється тим, що більшість гостей-приїжджі студенти, туристи з обмеженим бюджетом, молоді сім'ї ,що не можуть фінансово дозволити «вищі» стандарти.

3. Глибока персоніфікація обслуговування і повна концентрація на запитах і потребах клієнтів, що одночасно пов'язана із поширенням міні-готелів, які можуть забезпечити кращий персоніфікований сервіс, створити затишну «домашню» атмосферу. Ще однією перевагою є відносно швидша окупність при менших капіталовкладеннях у порівнянні з «повноцінним» готелем.

4. Створення єдиної мережі готелів з універсальним набором послуг і високим рівнем обслуговування за допомогою покупки і реконструкції існуючого готельного фонду малої та середньої категорій може принести компанії не тільки статус національного оператора, але й переваги пов'язані з домінуванням на ринку.

5. Реалізація заходів щодо зміцнення позитивного іміджу України та формування ефективної маркетингової стратегії на основних закордонних ринках [1, с. 259].

6. Створення нових робочих місць, покращення умов праці та розширення тимчасової зайнятості у туристичній сфері.

7. Впровадження сучасних інформаційних технологій, в тому числі глобальних комп'ютерних систем бронювання.

У перспективі готельний бізнес повинен стати провідним чинником активізації туризму, інтеграції держави у світові структури міжнародного співробітництва, зростання значення національної культури. На сучасному етапі розвитку готельний бізнес в Україні має ряд певних проблем, основними з яких :

завищена вартість послуг та невідповідність європейським стандартам, низький рівень диференціації готельних послуг, довготривала окупність готельного проекту, незначні обсяги інвестування у будівництво нових готелів, недостатня кількість кваліфікованих фахівців у галузі управління підприємствами готельного господарства та обслуговування, низький рівень конкуренції на готельному ринку внаслідок відсутності корпоративних стандартів управління якістю готельних послуг, високий рівень податків, застарілі методи управління.

До перспектив розвитку можна віднести підвищення інвестицій та запровадження механізмів стимулювання будівництва та реконструкції, розбудова ніші готелів 2–3 зірок, персоніфікація обслуговування, що пов'язана з поширенням міні-готелів, створення єдиної мережі готелів та впровадження сучасних інформаційних технологій.

#### **Список використаних джерел:**

1. Давидова О. А. Сучасний стан та перспективи розвитку готельного господарства України. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2017. № 2. Т. 2. С. 257–260.
2. Менгушев Д. В. Луняка В. А. Крятова А. С. Розробка заходів підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку готельних послуг. *Економіка та управління підприємствами*. 2018. №19. С. 265–269.
3. Ткаченко А. М. Лелі Ю. Г. Проблеми та перспективи розвитку готельного бізнесу в умовах сьогодення. *Економіка та управління підприємствами*. 2016. №12. С. 185–188.
4. Капранова Л. Г. Готельний ринок України. Проблеми та перспективи розвитку. *Вісник Приазовського державного технічного університету*. 2018. № 35. С. 109–116.

# СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМ АВТОМАТИЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ В ГОТЕЛЯХ

**Павлюк А. П.**, *магістрантка*  
*Науковий керівник: к. іст. н., доцент Паньків М. М.,*  
*Харківський торговельно-економічний інститут*  
*Української інженерно-педагогічної академії*

Організувати роботу готелю з максимальною ефективністю та відповідно до сучасних світових вимог можна лише з використанням сучасних комп'ютерних технологій. Сьогодні розроблено досить багато різних систем управління готелем як зарубіжних, так і вітчизняних, серед яких можна обрати найбільш прийнятну. За потреби завжди можна зробити необхідні доопрацювання з урахуванням особливостей конкретного готелю.

Автоматизована система управління (АСУ) готелю – це спеціалізований пакет програм, що забезпечує роботу готельного персоналу на своїх робочих місцях та оперативне прийняття рішень на всіх етапах технологічного циклу, від резервування місць до отримання звіту щодо діяльності готелю [1, с. 11].

Сучасні АСУ готелю – це:

- спосіб накопичення та джерело отримання повної інформації про гостя та поточний стан готелю, що надходить із суміжних систем (підрозділів) у зручній формі, а отже, основа інформаційної системи готелю;
- інструмент та засіб управління та швидкого реагування на зміни в готелі та на ринку;
- спосіб підвищення рівня сервісу для гостей та якості роботи персоналу;
- система автоматизації всіх етапів роботи з гостем – від прийому заявки до остаточного розрахунку;
- можливість ефективного використання номерного фонду та інших елементів готелю, а отже і збільшення його доходів;
- інструмент кадрової політики, що дозволяє чітко розмежовувати права персоналу у системі та контролювати дії окремих співробітників;
- нові можливості в галузі управління та сервісу, оскільки накопичені дані стають безцінним капіталом для готелю [2, с. 276].



Бази даних «історії гостя» дозволяють заохочувати постійних клієнтів, точно вивчати цільовий ринок готелю, прогнозувати попит на послуги, проводити ефективну маркетингову та кредитну політику.

У єдине інформаційне поле сучасного готелю інтегровано автоматизовану систему управління (АСУ) готельним бізнесом, комплекси систем безпеки, життєзабезпечення, інформатизації за технологією Клієнт-сервер.

У цей комплекс входять модулі систем управління службою прийому та розміщення (АРМ-портсьє); управління якістю обслуговування; оптимізації прибутку; централізованого бронювання та централізованої інформації щодо клієнтів; управління продажами та заходами; автоматизації робочих місць (адміністратора номерного фонду, чергових по поверху, служби покоївок, інформаційно-довідкової та інших служб); інтернет-рішення [3, с. 99].

АСУ готелю узгоджено працює з різними «суміжними» програмно-апаратними комплексами – бухгалтерською системою та системою складського господарства, АСУ ресторану та міні-барів, системою віддаленого бронювання, управління групою готелів, системою контролю доступу та ін. Усі вони об'єднуються в єдину локальну комп'ютерну мережу.

Не менш важливою складовою сучасного готелю є комплекс взаємопов'язаних систем управління інженерним обладнанням будівлі, що забезпечують комфортне і безпечне місце перебування, яке максимально відповідає потребам користувачів і власників при одночасній мінімізації витрат на її підтримку. Зазвичай, в готелі діє близько 30 пов'язаних між собою інженерних підсистем, вартість яких може коливатися в діапазоні від 30 до 50% від загальної вартості будівництва [4, с. 125].

У сучасних готелях управління всіма системами, у тому числі віддаленими об'єктами, ведеться з центрального диспетчерського пункту. Це забезпечує отримання оперативної інформації про стан та параметри функціонування обладнання інженерних систем, підвищує рівень безпеки за рахунок оперативного реагування при позаштатних ситуаціях та зменшує ризик надзвичайних ситуацій через прогнозування та завчасне попередження відмов підсистем, а також

виключення «людського фактору». Завдяки оптимальному управлінню та обслуговуванню, автоматичному документуванню прийнятих рішень збільшується термін служби обладнання, з'являється можливість у найкоротші терміни проводити його заміну чи модифікацію, ремонтні та регламентні роботи [2, с. 278].

На сьогоднішній день на підприємствах гостинності в Україні використовують кілька відомих програм для готельних підприємств: Fidelio, Opera, Lodging Touch, Horse 21, характерних для світових готелів.

Найбільш поширена система обслуговування в нашій країні – система Fidelio, вона повністю адаптована для вітчизняного ринку. Як правило, вона встановлюється готелями разом із популярно розрахунково-касовим комплексом Micros. Додатково можуть встановлюватиметься програма автоматизації фінансово-господарської діяльності, програма організації відділу продажу та маркетингу, програма головного інженера. Усі програми працюють як єдина інтегрована система операційному середовищі DOS.

Якщо проводити загальний аналіз представлених програмних апаратно-програмних розробок, слід зазначити, що переважна більшість побудовано з урахуванням Microsoft SQL, і лише Opera і Fidelio V8 для зберігання баз використовують Oracle [3, с. 100].

Як правило, автоматизована система управління готелю включає наступні:

1) система front-office (система управління готелем, система керування ресторанами, система центрального бронювання та інтернет-бронювання, інтерфейси із зовнішніми програмами, такими як електронні ключі та керування телефонними сервісами);

2) система back-office – вивантаження у модулі бухгалтерського обліку та платежів;

3) система аналізу та управління готелем: система корпоративного управління та бізнес-аналітики.

Таким чином, проблема автоматизації є сьогодні одним з найважливіших питань для більшості українських готелів. Процес автоматизації готельного

сервісу передбачає вибір системи. Критерії вибору залежать від потреб та можливостей підприємства. Найбільш поширеними вимогами при відборі систем є її вартість, рівень сервісу (супроводу), можливості її використання на певному ринку, оперативність дій, що виконуються та її функціональні можливості.

#### **Список використаних джерел:**

1. Завідна Л. Д. Інформаційні ресурси та їх вплив на систему управління підприємством готельного господарства. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2018. № 2. Т. 29 (68). С. 11–16.
2. Безуглий І. В. Фактор використання систем автоматизованого управління готелем. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. № 22. С. 274–279.
3. Козік К. І. Інформаційні технології в управлінні готелем. *Сучасні інформаційні технології та системи в управлінні: зб. матер. всеукр. наук.-практ. конф.*, м. Київ, 6–7 квіт. 2017 р. Київ, 2017. С. 98–100.
4. Земліна Ю., Ліфіренко О. Тенденції розвитку готельного бізнесу України. *Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації*. 2019. № 1. С. 121–131.

## **ЦИФРОВІ ТРАНСФОРМАЦІЇ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ**

**Поворознюк І. М., к. е. н., доцент,**  
*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Індустрія гостинності – це величезний багатофункціональний організм, який залежить від безлічі різних факторів. Це складна, комплексна сфера професійної діяльності людей, зусилля яких спрямовані на задоволення різноманітних потреб клієнтів (гостей), як туристів, так і місцевих жителів.

2019–2021 роки ознаменувалися низкою шоківих подій, які видозмінили бізнес-процеси багатьох підприємств індустрії гостинності та безпосередньо вплинули на життя звичайних людей.

Для багатьох компаній, що зіткнулися з наслідками COVID-19, криза дійсно стала подоланням якогось розлому, критичної точки, за якою відкриваються нові можливості та новий початок, початок цифрової трансформації бізнесу в нових економічних реаліях та умовах.

Франк Трамперт (Frank Trampert), старший віце-президент та комерційний директор Sabre Hospitality Solutions, зазначив, що цифрова трансформація в сфері гостинності – вже не просто тренд, а необхідність. Мандрівникам стала потрібна не просто ніч в готелі, а широкий вибір сервісів, зручність бронювання і персонально сформована пропозиція, яку вони отримують у потрібний час. Прийшов час готелям переосмислити свій підхід до бізнесу і перейти на технології нового покоління, які допоможуть реалізувати концепцію комплексного купівельного досвіду [2].

Пандемія якраз підштовхнула готелі до того, щоб почати переглядати свої продукти і впроваджувати нові формати.

Успішна стратегія ритейлу виходить далеко за рамки традиційного підходу. Вона ґрунтується на отриманні доходу не стільки на атрибутах готельного номера (площа номера, балкон, вид з вікна та певні зручності), скільки на додаткові сервіси, які дозволяють зробити перебування в готелі максимально персоналізованим.

Недавнє дослідження Sabre показало, що понад 50% європейців готові витратити більше на готель, який дозволяє самостійно вибирати різні послуги.

Сьогодні настав час нового класу рішень, які дозволяють консолідувати і синхронізувати всі бізнес-процеси, які безшовно інтегруються один з одним, швидко масштабуються і отримують необхідні оновлення в автоматичному режимі.

Спростити ведення готельного бізнесу та полегшити впровадження моделі інтелектуального ритейлу покликана інноваційна платформа Sabre SynXis Platform. Це комплексне рішення, яке дозволяє ефективно взаємодіяти з гостями до, під час і після їх перебування. Завдяки йому готель може істотно оптимізувати дистрибуцію свого контенту, перезапустити операційну діяльність і почати швидко заробляти на додаткових послугах.

Слідуючи загальному тренду персоналізації в ритейлі, Sabre заклав в свою платформу розширений функціонал по роботі з профілями гостей. Завдяки йому готель отримує єдину систему запису і зберігання найбільш повної інформації про

мандрівників за рахунок інтеграції даних з різних джерел. Автоматичний обмін даними в рамках єдиної платформи забезпечує цілісне уявлення про кожного гостя, включаючи історію його перебування, витрати в готелі та особливі, особисті переваги. Це дозволяє запропонувати йому персоналізований сервіс на кожному етапі взаємодії.

Ресторанні тренди міняються теж швидко, особливо це пов'язано з введенням карантинних заходів в різних країнах світу.

Однією з унікальних інноваційних концепцій в умовах пандемії коронавірусу, що має стрімкі тенденції до розвитку, повинно стати «автоматизоване обслуговування».

Проникнення цифрових технологій і засобів доставки вже набрало обертів. Тепер трансформація, яка, за прогнозами повинна була зайняти роки, відбувається всього за кілька місяців [1].

Щоб відповідати запитам своїх клієнтів, сервіси доставки впроваджують нові технології і максимально спрощують механізм замовлення. Замовити можна в соціальних мережах, за допомогою віртуальних помічників і з навігаційної системи автомобіля.

Тренд останніх декількох років в ритейлі, показав, що великі оффлайн магазини переходять на онлайн продажі і навпаки (наприклад Amazon). Більшість оффлайн закладів, які вже взяли це на озброєння, ефективно використовують свої ресурси для збільшення продажів, пропонуючи клієнтам не тільки відвідати заклад, а й замовити їжу додому, або оформити замовлення і забрати його самим.

Ринок потенційних співробітників HoReCa стає все менше, а збільшувати витрати на зарплатний фонд ніхто не хоче. Пошуки і утримання персоналу стали однією з основних проблем на ринку громадського харчування. Через це в світі почав розвиватися тренд автоматизації – все більше рестораторів роблять інтеграції з технологіями для оптимізації швидкості обслуговування та економії на оплаті праці.

Все більше ресторанів йдуть від використання паперових меню, так як це небезпечно. Меню по QR-коду зручно використовувати тим, що не потрібно

додаткове обладнання. Розмістити наклейку на столі в закладі і гість сканує меню своїм смартфоном.

Чомусь багато хто вважає, що роботи – це поки ще далеке майбутнє. Насправді це не зовсім так. Зараз роботів ділять на:

- front of the house – працюють з гостями;
- back of the house – закривають завдання на кухні.

Роботизацію розглядають як один з найефективніших методів вирішення проблеми персоналу в майбутньому. Мова йде не про заміну людей, а скоріше про оптимізацію найзрозуміліших ділянок роботи співробітників.

Важливо відзначити, що автоматизація на підприємствах індустрії гостинності буде ефективна лише в тому випадку, якщо будуть переглянуті та сформовані методи і порядок роботи, здійснена перепідготовка співробітників, розроблені інформаційно-технологічні стратегії розвитку підприємства.

Сучасні технології відкривають масу можливостей по збору та аналізу даних, швидкому запуску нових продуктів і масштабування найбільш успішних пропозицій.

#### **Список використаних джерел:**

1. Поворознюк І. М. Інноваційні технології в ресторанному бізнесі *Економіка та суспільство*. 2021. №30. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/619/593> (дата звернення: 29.10.2021).

2. Цифровые технологии должны стать одной из ключевых компетенций отеля: веб-сайт. URL: <https://www.tohology.com/hospitality/industry/digital-technologies-for-hotels-sabre/> (дата звернення: 30.10.2021).

## **ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ МОТЕЛІВ ЯК СЕКТОРА УКРАЇНСЬКОЇ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ**

**Романенко А. М.,** *магістрант*

*Науковий керівник: к. т. н., професор Крайнюк Л. М.,*

*Харківський національний університет*

*міського господарства імені О.М. Бекетова*

Соціально-економічна ситуація в Україні зумовлює розвиток внутрішнього туризму і переорієнтацію попиту на дешевші напрямки. У той час як більшість готельних мереж та інших об'єктів розміщення постраждали під час кризи COVID-19, мотельний бізнес зростає через збільшення приватних поїздок на автомобілі [1]. Для власників мотелів це довгоочікуваний знак – і велика можливість для бізнесу.

Мета даної роботи полягає у виявленні механізмів зростання і збільшення прибутковості мотелів як сектора української індустрії гостинності та обґрунтуванні рекомендації щодо підвищення ефективності їх діяльності.

Провідними українськими дослідниками, що визначили основи вивчення питань галузі послуг засобів розміщення для автотуристів, є С. С. Галасюк, М. В. Грабар, Л. В. Марценюк, О. В. Павлусенко, Я. Фамуляк, Т. Качура. В той же час ряд суттєвих питань в області вітчизняного ринку мотелів залишаються мало вивченими.

Динаміка розвитку українського ринку послуг мотелів в контексті розвитку автомобільного туризму відображає основні тенденції та сучасну світову практику: підвищення стандартів обслуговування; застосування новаторських дизайнерських рішень; створення унікального готельного продукту, орієнтованого на потреби вузького сегмента клієнтів; розвиток нових послуг і форм бізнесу; принципи екологічності застосовуваних технологій, заощадження ресурсів, зниження витрат [2 – 3]. При цьому варто підкреслити, що багато інноваційних практик впроваджуються на український ринок послуг саме мережевими готельними компаніями.

На базі виявлених глобальних тенденцій розвитку світового сектора засобів розміщення для автотуристів розроблені авторські рекомендації щодо підвищення ефективності діяльності вітчизняних мотелів.

Перша група проблем українських мотелів пов'язана з необхідністю підвищення якості послуг і їх адаптації до світових стандартів [4]. Необхідні заходи: поліпшення споживчих якостей і розширення переліку послуг, що надаються; перехід на нові технології обслуговування; підвищення рівня підготовки персоналу. В українських мотелях ще слабо розвинена робота з клієнтом до заїзду і після виїзду із закладу. В мотелях ЄС значні кошти інвестуються у впровадження інноваційних технологій, які дають можливість закладу збирати детальну статистику і підтримувати перспективне співробітництво з клієнтами і, як наслідок, зміцнити позицію мотелю на ринку.

Друга група проблем пов'язана з старінням комплексів мотелів і їх обладнання. Необхідні заходи: реконструкція будівель і ремонт комунікацій; постійний плановий поточний ремонт номерної бази; переоснащення номерного фонду; технічне переоснащення та застосування енерго- і водозберігаючих технічних засобів.

Третя група проблем пов'язана з показниками фінансового результату українських мотелів. До заходів щодо скорочення витрат рекомендується віднести: контроль за фінансовою та господарською діяльністю; фінансова дисципліна, що має на увазі раціональне використання наявних грошових коштів; робота з банківськими, інвестиційними та страховими компаніями по залученню вільних і «дешевих» грошових коштів; закупівля обладнання, необхідних матеріалів і товарів у оптових продавців. Зниження витрат можливо забезпечити за рахунок: економії на персоналі, перепідготовки кадрів і залучення грамотних фахівців; економії витрат на функціонування номерного фонду. З огляду на значну частку імпортованих матеріалів, що використовуються в обробці, оснащенні мотелів і їх організаційно-господарської діяльності, потрібно переглянути інвестиційні програми і адаптувати до українського ринку готельних послуг методи підвищення ефективності, які застосовуються у світовій практиці. Також



до заходів з підвищення прибутковості вітчизняних мотелів слід віднести: зростання обсягів послуг за рахунок інтенсифікації експлуатації основних засобів та здачу комерційних площ в оренду.

Четверта група проблем пов'язана модернізацією процесів управління мотелями. До заходів даної групи рекомендується віднести: пошук нових форм організації праці; підвищення відповідальності топ-менеджерів; впровадження нових управлінських стратегій, які відповідають тенденціям розвитку світової готельної індустрії; маркетингові кампанії та рекламно-виставкова діяльність; пошук нових внутрішніх ринків збуту і вихід на міжнародні ринки; активна робота з туроператорами.

В окрему групу слід віднести проблеми, ефективне вирішення яких можливе завдяки державному участі і розробці спеціальних програм: високі банківські ставки по кредитах для інвестицій у відкриття нових закладів; недостатня кількість реклами українських мотелів на міжнародних каналах; коливання валютних курсів. На прикладі країн із розвиненим ринком автомобільного туризму, можна зробити висновок, що в багатьох країнах поєднання методів планового регулювання і ринкових механізмів не тільки можливо, але неминуче на принципах дотримання партнерських відносин органів державного (муніципального) управління з підприємствами та організаціями готельного господарства [5].

Крім механізмів зростання прибутку і мінімізації збитків, українським мотелям слід опрацьовувати і впроваджувати корпоративні програми з підтримки їх діяльності суспільством в цілому, тобто повернути в свою користь відповідальну соціальну позицію. Корпоративна соціальна відповідальність знаходить відображення в турботі компанії про персонал і навколишнє середовище. Соціально спрямовані дії вимагають додаткових вкладень коштів, але при цьому відкривають для підприємств нові можливості по збільшенню прибутку та мінімізують ризики репутацій.

Сформульовано висновок про те, що в поточних умовах одним з ефективних інструментів захисту мотелів стає застосування зарубіжної практики

страхування готельної справи. В даний час готелі розширюють страхові пакети і доповнюють поліси пунктами, забезпечуючи тим самим велику прозорість і безпеку діяльності. При цьому в більшості випадків страхувальниками в Україні виступають міжнародні готельні мережі, які не хочуть ризикувати іміджем і репутацією і не економлять на послугах страхування. Іншими словами, механізм страхування мотелів виконує важливі функції для розвитку даного сектора на українському ринку, а саме служить інструментом управління ризиками підприємств, підвищує привабливість національного ринку для зарубіжних компаній і інвесторів, виконує функцію саморегулювання ринкових процесів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Грабар М. В. Перспективи розвитку автомобільного туризму в умовах наслідків COVID-19. *Бізнес-навігатор*. 2020. Вип. 3. С. 13–17.

2. Pavić, Lazar & Blešić, Ivana & Nerandžić, Branislav & Vukosav, Svetlana & Mumel, Damijan. Motels in Serbia: What do potential guests expect? *Industrija*. 2018. Vol. 46. Pp. 65-76. URL: DOI: 10.5937/industrija46-16578.

3. Regis N. The latest 21st-century lodging trend? Rehabbed 1950s motels. *The Washington Post*. 2021. July 15. URL: [https://www.washingtonpost.com/lifestyle/travel/midcentury-modern-motels-stage-comeback/2021/07/15/2dcd6d0e-e0f2-11eb-b507-697762d090dd\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/lifestyle/travel/midcentury-modern-motels-stage-comeback/2021/07/15/2dcd6d0e-e0f2-11eb-b507-697762d090dd_story.html).

4. Галасюк С. С. Проблеми категоризації мотелів в Україні. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки*. 2016. Вип. 18(1). С. 88–91.

5. Rushmore S., Baum E. Growth and development of the hotel-motel industry. *The Appraisal Journal*; Chicago. 2002. Vol. 70. Iss. 2. Pp. 148–162. URL: <https://search.proquest.com/openview/8c99c3c2dae04694f330571d4f4aa230/1?pq-origsite=gscholar&cbl=35147>.

## РЕНОВАЦІЯ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ: РИЗИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ

**Руссова Є. Д.,** *магістрант*

*Науковий керівник: старший викладач Липовий Д. В.,*

*Харківський торговельно-економічний інститут*

*Української інженерно-педагогічної академії*

В умовах сьогодення завдяки глобалізаційним та інтеграційним процесам ринок готельно-ресторанних послуг зазнав істотної трансформації. Це пов'язано, насамперед, із жорстокою конкуренцією та високими потребами гостей, що передбачають активне впровадження у сфері індустрії гостинності новітніх технологій та науково-технічних досягнень. Разом із тим готельно-ресторанний бізнес досить популярний та затребуваний, а тому вимагає поліпшення якості обслуговування на високому рівні і різноманітності послуг для залучення більшої кількості клієнтів. Важливим завданням, що постало перед закладами харчування та готельними підприємствами, є задовольнити на найвищому рівні бажання гостей, а в кращому випадку – перевершити їх очікування.

Як правило, власники готельних та ресторанных підприємств, прагнучи масштабно та кардинально змінити власний бізнес, окреслюючи великі цілі, визначаючи складні і об'ємні завдання, і приходять до здійснення та проведення реновації. На сьогоднішній день процеси реновації виступають ключовою маркетинговою стратегією PR-діяльності закладу, це своєрідна реклама про оновлення закладу, це можливості вдосконалення діяльності і перспективи оволодіння новим сегментом споживачів [1].

Важливо зазначити, що лише успішні ЗРГ, які впевнені у своїх силах та можливостях, для підвищення власної популярності та конкурентоспроможності, обирають шлях реновації (процес покращення, реконструкція, реставрація ресторану без змін в цілісності структури). Сьогодні реновація – це важливий інструмент у боротьбі за ринки просування й продажу готельних та ресторанных послуг. Реновація ресторану при готелі може охопити як зміну дизайну закладу, його стилістики, позицій в меню, покращення роботи персоналу, брендуння тощо, так і певні внутрішні перетворення, зокрема перехід на більш якісні та

надійні товари та послуги, зміну внутрішнього розпорядку роботи та контролю, етичне та професійне виховання персоналу тощо. Проте основоположним все ж залишається якість наданих послуг, які як правило, відкривають дорогу на платоспроможного гостя. Шляхом проведення процесів реновації ЗРГ, підвищується якість в окремих аспектах їх роботи, та в комплексних характеристиках діяльності всього закладу. Таким чином, вкладання капіталу в якісну та ефективну роботу ресторану призводить врешті-решт до збільшення доходів готельного підприємства [2].

Шляхом проведення різноманітних заходів з реновації ресторанам при готелях можна досягти значних результатів (підвищення престижності готельного підприємства, збільшення доходів, вихід на «нового» гостя, підвищення рентабельності підприємства тощо). Проте слід відмітити, що реновація може бути ризикованим кроком для закладу. Дуже важливо не позбутися в процесі реновації позитивних рис, унікальних характеристик та вподобань постійних клієнтів. Також ризиковим під час проведення реновації ресторану є той факт, що тривалість процесу іноді досягає півроку і більше, а час, як відомо, іноді задає нових корективів і модних тенденцій. Можливим є те, що допоки триватиме реновація закладу, ваші нововведення не будуть настільки новими та сучасними, як це планувалося спочатку, і постійні гості, не дочекавшись оновлення закладу, відкриють для себе нові заклади харчування та відпочинку.

Проте аналізуючи процеси реновації ЗРГ при готелях, вивчаючи їх практику в даному питанні, можна зробити висновок, що, як зазвичай, такі заклади починають отримувати значні конкурентні переваги перед іншими подібними підприємствами; вони стають більш конкурентоспроможними та цікавими для нових гостей, і як результат це призводить до більш ефективної роботи всього готельно-ресторанного комплексу, збільшення прибутку, якісної та злагодженої роботи персоналу тощо.

Звернемо увагу, що ресторатори вирішують здійснювати реновацію своїх закладів з різних причин. Хтось через гостру необхідність візуально освіжити бренд і його комунікативну складову, а хтось через потребу в реструктуризації

або формуванні керуючої компанії. Одним з важливих зовнішніх чинників змін є зростання конкуренції в зоні локації закладу. Проте істинною і найбільш вагомою причиною проведення реновації закладу, є бажання посилити ринкові позиції, щоб заклад залишався актуальним і популярним.

Багато рестораторів, які запланували реновацію закладу, серед найбільш важливих причин, що спонукали їх на ці дії, називають зниження рівня відвідуваності гостями і постійну зміну основних працівників закладу. Ще одна з досить вагомих причин – невдала стара назва ресторану, або застарілість назви. Проте слід зазначити, що реновація ресторану не проводиться просто як процес оновлення, витрати завжди повинні бути адекватні очікуваному прибутку [3].

Таким чином, аналізуючи вищесказане, слід зазначити, що реновація – це найсильніший інструмент, який дозволяє за короткі терміни збільшити доходи ресторану при готелі, повернути і залишити старих гостей і залучити нових. При великих, але розумних інвестиціях, можна досягти гарного результату, підвищити ефективність роботи всього закладу.

Процес реновації ресторану – це нова, цікава і необхідна практика для роботи підприємства, що позитивно відображається на його роботі та забезпечує успішне функціонування готельно-ресторанного комплексу в умовах жорстокої конкурентної боротьби на довгу перспективу.

#### **Список використаних джерел:**

1. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства: підручник / А. А. Мазаракі, Н. О. П'ятницька, Г. Т. П'ятницька та ін.; за ред. Н. О. П'ятницької. 2-ге вид. перероб. та допов. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 584 с.
2. Миронова М. Реновація ресторана. Київ : Альпіна Діджитал, 2012. 200 с.
3. Дорогунцова С. І. Управління сучасним готельним комплексом: навч. посіб. / за ред.чл. – кор. НАН України, д-р екон. наук, проф. С. І. Дорогунцова. Київ : Ліра-К, 2005. 324 с.

## ОСОБЛИВОСТІ ЗБУТОВОЇ СТРАТЕГІЇ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

**Савельєва О. В.**, *магістрантка*  
*Науковий керівник: к. е. н., доцент Мітяєва Т. Л.,*  
*Харківський торговельно-економічний інститут*  
*Української інженерно-педагогічної академії*

Збут – це процес організації ринкових зв'язків, спрямованих на вивчення, організацію та управління діяльністю підприємства з метою доведення продукції до кінцевого споживача з максимальним задоволенням його потреб та отриманням прибутку. З цього визначення випливають основні завдання, які постають перед підприємством у процесі виконання збутових операцій: максимізація прибутку підприємства при більш повному задоволенні попиту споживачів, ефективне використання виробництва за рахунок оптимального завантаження потужностей, раціональна поведінка на ринку з урахуванням його кон'юнктури, що постійно змінюється.

Основні функції збуту можна поєднати у такі групи: планування; організація; контроль; регулювання.

Функції планування включають: розробку перспективних та оперативних планів продажу, аналіз та оцінку кон'юнктури ринку, формування асортиментного плану виробництва, вибір каналів розподілу та товарообігу, складання кошторисів витрат зі збуту та їх оптимізацію [2, 4].

Серед функцій організації збуту необхідно виділити: організацію складування готової продукції, організацію доставки та продажу продукції споживачам, організацію передпродажного та після продажного обслуговування, організацію каналів руху товару, організацію підготовки торгового персоналу, управління діяльністю торгових представництв, організацію взаємодії всіх підрозділів підприємства для досягнень цілей збуту.

До функцій збутового контролю та регулювання відносять: оцінку результатів збутової діяльності, контроль виконання планів збуту, оперативне регулювання збутової діяльності підприємства, оцінку та стимулювання діяльності збутового апарату, статистичний, бухгалтерський та оперативний облік збутової діяльності.

Отже, збутові функції підприємства дуже різноманітні. При цьому кожна компанія реалізує їх по-своєму, що багато в чому визначається такими факторами, як: номенклатура та масштаби виробництва, кількість та географія споживачів, чисельність та інтенсивність каналів розподілу, характер та форми організації товарообігу, імідж товаровиробника та його торгової мережі тощо [2].

Відповідно до визначення відомого американського маркетолога, Ф. Котлера, канал розподілу (збуту) – це сукупність незалежних організацій, залучених у процес виробництва продукту чи послуги, доступний індивідуальних споживачів чи ділового споживача.

Формування системи розподілу починається з вибору учасників каналу збуту, як тільки канали збуту визначені, маркетингові зусилля концентруються на управлінні цим каналом.

Збутова мережа розподілу послуг у сфері гостинності формується на договірних відносинах. Істотною відмінністю каналу розподілу готельних послуг від каналу збуту товарів і те, що канал розподілу переміщає споживача до місця надання послуги, тоді як товар по каналам збуту переміщається до споживача [4].

Учасники ринкового каналу розподілу, здійснюючи збут готельних послуг, виконують низку функцій:

- збір, аналіз та надання необхідної інформації про продукти та послуги;
- просування та поширення в рекламних та пропагандистських цілях переконливої інформації щодо пропонованих послуг;
- знаходження передбачуваних покупців цих послуг та встановлення з ними відповідних контактів;
- формування та пристосування пропозиції до потреб клієнтури, включаючи надання додаткових послуг, узгодження термінів перебування та ін;
- ведення переговорів про ціну та інші елементи готельної пропозиції;
- квотування, тобто, передача квот готельних номерів посередникам-оптовикам;
- організацію розрахунків за продані готельні послуги та покриття витрат із забезпечення роботи збутового каналу [2].

Організація продажу є ключовим елементом готельного бізнесу, і тому комерційні служби готельних підприємств прагнуть зробити свою збутову стратегію активнішою та різноманітнішою.

Для цього зав'язуються широкі контакти з клієнтами, зокрема зі «старими» гостями, уважно аналізуються дії конкурентів, широко використовуються прийоми прямого маркетингу. Проте без ретельно відпрацьованих каналів збуту готель обійтися неспроможний, оскільки передача функцій продажу посередникам дає можливість готелю зосередити увагу до якості і конкурентоспроможності своїх товарів і трохи зменшити свої витрати з надання послуг [1, 3].

Канал розподілу готельних послуг охоплює різноманітні види збутової діяльності готелю, такі як, прямий продаж та агентські продажі.

Взаємини готельних підприємств та туроператорських фірм будуються на взаємовигідній основі з урахуванням інтересів сторін.

Інтереси туроператорів: забезпечити високий обсяг продажів; отримати високий прибуток з продажу; мати надійних постачальників; отримати різноманітні пропозиції товарів та послуг; мати мінімальний ризик при високій відповідальності постачальників.

У свою чергу, готельні підприємства розробляють власну політику продажу, в якій визначають свої власні ділові інтереси та тактичні прийоми роботи з туроператорами [3].

Товаром будь-якого готелю є послуги. Велике значення у просуванні товару відіграє комунікаційна політика, яка включає в себе сукупність засобів просування товару на ринку. До засобів просування належать: public-relations (PR) – зв'язок з громадськістю, реклама, стимулювання збуту, спеціалізовані виставки, персональні продажі, тощо.

#### **Список використаних джерел:**

1. Агафонова Л. Г., Агафонова О. Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: навч. посіб. Київ : Знання України, 2002. 360 с.



2. Бізнес-планування : навч. посіб. / Т. Г. Васильців та ін. Київ : Знання, 2013. 173 с.

3. Клапчук В. М., Білоус Л. Й. Управління якістю продукції і послуг у готельно-ресторанному господарстві : навч.-метод. посіб. Івано-Франківськ : Фоліант, 2013. 190 с.

4. Організація готельного господарства : підручник / О. Г. Розметова та ін. Кам'янець-Подільський : Абетка, 2014. 432 с.

## **ВПЛИВ МІСЦЯ РОЗТАШУВАННЯ ПРИДОРОЖНІХ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА НА ЇХ ДІЯЛЬНІСТЬ**

**Савранська О. В.**, студентка

*Науковий керівник: викладач Литвин О. В.,*

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Вибір місця розташування закладів ресторанного господарства на автошляхах України є дуже важливим чинником для їх подальшої успішної діяльності. Ринкові реалії сьогодення суттєво коректують традиційні засади формування і розміщення вітчизняних суб'єктів у окремих населених пунктів.

Існують пропозиції задавати область проєктованого підприємства певним географічним сектором, в якому розміщений основний контингент покупців (населений пункт, адміністративний район або їх частина). Прийнято виділяти три області торгівлі:

– ближня (це частина області функціонування, в якій зосереджено 60-65% покупців даного торговельного комплексу і яка віддалена від нього на 0,5 км (2–4 км за кордоном));

– середня (зона концентрує в собі близько 20% його покупців і простягається на 0,5–2,0 км (2-6 км за кордоном));

– дальня (зона в містах простягається на 10–25 км, за межами міста – 50–80 км. У ній мешкають непостійні, випадкові покупці для даного суб'єкта роздрібною торгівлі) [1,с. 225].

При виборі місця розміщення підприємства необхідно систематизувати фактори, що впливають на територіальну організацію обслуговування населення

міст на економічні, соціально-демографічні та містоутворюючі. В той же час, враховувати фактори попиту, пропозиції, містоутворюючі фактори, юридичні норми та правила.

Раціональне розміщення мереж закладів громадського харчування – це створення найбільших комфортних умов населенню при організації харчування у місцях праці, навчання, проживання, відпочинку, під час пересування, а також забезпечення високої ефективності роботи самого підприємства. При цьому варто зазначити, що в сьогоденні недостатньо вивчено та розглянуто розміщення закладів ресторанного господарства. Від великої кількості внутрішніх та зовнішніх факторів залежить ефективність розміщення закладу громадського харчування.

До зовнішніх факторів можна віднести: особливості нормативно-правової бази, оподаткування, достатній рівень людського ресурсу, система поставки товарно-матеріальних цінностей, характер транспортних потоків, організація прилеглої території і т.д. До внутрішніх факторів можна віднести тип, формат закладу харчування, специфіку кухні, що пропонується споживачу, кількість посадкових місць, рівень кваліфікації персоналу, технологічний процес приготування страв, терміни зберігання інгредієнтів.

Завантаженість доріг – це ключовий фактор у виборі місця розміщення. Чим вища завантаженість ділянки дороги, тим більше потенційних споживачів перебуває у зоні закладу харчування. При розрахунку завантаженості доріг необхідно обов'язково враховувати структуру транспорту, що рухається по даній ділянці дороги (транспортні засоби, легкові автомобілі, ті, що обслуговують виробництво, сільське господарство, автобуси із туристами). Як показують дослідження, туристи, працівники, що перебувають у відрядженнях, а також місцеве населення, що переміщується між населеними пунктами займають ключове значення для закладів ресторанного господарства, що розташовані на автошляхах. Залежно від рівня цін закладу харчування, незначну частку споживачів можуть становити водії вантажівок та водії транспортних засобів, що обслуговують виробництво в регіоні.

Наступним фактором, який має суттєвий вплив на вибір місця розташування є наявність трудового потенціалу на даній ділянці дороги. Для закладів харчування, що розміщені на автошляхах, наявність персоналу необхідного рівня із оптимальними очікуваннями рівня заробітної плати є надзвичайно важливим фактором успіху. Як показують дослідження, вже діючих закладів харчування, що розміщені на автошляхах, в середньому, для визначення фактичної кількості зворотних реакцій на вакантні посади, потенційну кількість трудового населення необхідно ділити на 100. Тобто із кожної 1000 приблизно 10 осіб, будуть претендувати на посади у закладі харчування. Також важливим фактором, при розташуванні закладу харчування на автошляхах України є постійне, безперебійне постачання інгредієнтів, напівфабрикатів, товарів та інших ТМЦ.

При виборі способу доставки основної маси ТМЦ можна обрати один із кількох варіантів:

- здійснення локального придбання у найближчих містах, селах;
- здійснення централізованого постачання;
- здійснення поставок постачальниками;
- вартість оренди приміщення під заклад харчування [2].

Таким чином, щоб правильно визначити оптимальне місце розташування закладу харчування на автошляхах України, потрібно врахувати усі зазначені чинники та проводити їх ґрунтовний аналіз. Якщо правильно розрахувати усі показники то це дасть змогу бізнесу зайняти домінуючу позицію в галузі.

#### **Список використаних джерел:**

1. Організація торгівлі: підручник; 3-тє вид./ за редакцією В. В. Апопія. Київ : Центр учбової літератури. 2009. 632 с.
2. Семенюк Л. В. Методика розміщення придорожніх закладів ресторанного господарства. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/31649.pdf> (дата звернення: 29.10.2021).

# РОЛЬ СИСТЕМ АВТОМАТИЗАЦІЇ ВИРОБНИЧО-ТОРГІВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ПРИ ГОТЕЛЯХ

**Стрекалова Д. Ю.**, *магістрант*  
*Науковий керівник: старший викладач Липовий Д. В.,*  
*Харківський торговельно-економічний інститут*  
*Української інженерно-педагогічної академії*

Сьогодні ресторанний сервіс є невід'ємною частиною індустрії туризму та відіграє важливу роль у процесі обслуговування туристів. Ресторан - це не просто місце, де гості задовольняють базові потреби в харчуванні, тут вони відпочивають, знайомляться з закладом гостинності, оцінюють рівень комфорту, якість обслуговування. У даний час у ресторанному бізнесі України спостерігається активність та розвиток: відкриваються нові підприємства харчування, з'являються сучасні формати закладів швидкого обслуговування тощо. Проте існують причини, що гальмують розвиток готельно-ресторанного бізнесу, зокрема це: інтенсифікація конкуренції; нестача кваліфікованого персоналу; зростання вимог споживачів; незначний обсяг рекламного інформування тощо. Однак головною проблемою в сучасному ресторанному бізнесі при готелях є вдосконалення системи автоматизації виробничо-торгівельної діяльності, та налагодження процесу виробництва і обслуговування на високому рівні, що дозволило б утримувати конкуренцію та, по можливості, надавало б закладу конкурентних переваг. В умовах високої конкуренції підприємства ресторанного бізнесу при готелях потребують сучасних методів управління, що базуються, в першу чергу, на впровадженні та використанні автоматизованих систем управління. Слід зазначити, що успішний ресторан – це злагоджений механізм, який пропонує своїм споживачам високий рівень сервісу і оперативну роботу персоналу.

В умовах зростаючої конкуренції власникам закладів ресторанного господарства при готельних підприємствах необхідно мати точну інформацію про те, які страви користуються попитом, у які дні відвідувань більше, а в які менше, хто відвідує ресторан, хто з офіціантів краще працює і т. д. Вирішувати завдання

обліку, управління та аналізу діяльності підприємства якісно та швидко є можливим завдяки сучасним системам автоматизації діяльності ресторанного бізнесу. Будь-яке підприємство набуває ряд конкурентних переваг, автоматизуючи свою роботу. Автоматизація бізнесу дає можливість оптимізувати облік, знизити витрати за допомогою збільшення інтенсивності праці, мінімізувати кількість помилок персоналу, автоматизувати трудомісткі операції, зберігати, обробляти та аналізувати дані роботи підприємства тощо [1]. Сьогодні інноваційні технології в сфері автоматизації виробничо-торгівельної діяльності в ЗРГ дозволяють організувати робочі місця офіціантів, касирів, бармена, менеджера, кухні та інші структурні підрозділи закладу на більш якісному рівні. Автоматизація робочого місця адміністратора надає можливість повного контролю за тим, хто і що замовив, якою є вартість замовлення, кількість зайнятих, вільних та зарезервованих столиків тощо. Сучасні програмні забезпечення дозволяють точно аналізувати потік клієнтів, відслідковувати їх вподобання, бажання та попит на послуги, що є невід'ємною умовою успішної роботи всього готельно-ресторанного комплексу на довгу перспективу. Слід відмітити, що висока якість обслуговування відвідувачів позитивно впливає на імідж підприємства, підвищує його конкурентоспроможність.

Існуючі програмні продукти автоматизації виробництва дозволяють в автоматичному режимі списувати продукти зі складу та розраховувати собівартість страв, формувати остаточний рахунок клієнта з урахуванням можливих знижок, акцій тощо. Цей механізм дає можливість у будь-який момент часу проводити повну або вибіркочу інвентаризацію за позиціями, що цікавлять: на початок або кінець зміни, протягом зміни і т. д. Таким чином, усі дії персоналу, від прийому замовлення до його виконання, фіксуються та контролюються в часі, що дозволяє більш якісно виконувати замовлення та створює умови для гарного відпочинку гостей [2].

Очевидними беззаперечними перевагами автоматизованого ресторану перед іншими подібними закладами є висока якість сервісу та швидкість обслуговування клієнтів, відсутність помилок при оформленні замовлення,

обробка та передача замовлення в автоматичному режимі, абсолютний контроль усіх процесів, можливість безперервно відстежувати фінансові результати роботи закладу тощо.

Спеціалізований комплекс програмного забезпечення та обладнання для автоматизації ЗРГ при готелях значно розширюють можливості управління ресторанним бізнесом:

- автоматизація дозволяє впроваджувати маркетингові та облікові політики нового покоління, та завжди мати достовірну інформацію про роботу закладу; раціонально розподіляти обов'язки та відповідальність персоналу (людський фактор в управлінні зведений до мінімуму);

- завдяки системі автоматизації ресторану з'являється можливість унеможливити трудомісткі операції з обліку, забезпечити гнучке управління політикою знижок та бонусів, персоналізувати роботу з клієнтами, вести облік бронювання столиків постійними відвідувачами тощо;

- стає можливим вести безперервний моніторинг роботи всіх структур закладу, аналізувати та прогнозувати результати діяльності ресторану.

Конфігурація програмно-апаратного комплексу для автоматизації виробничо-торгівельної діяльності ресторану залежить від розміру та інших індивідуальних параметрів закладу. Так, наприклад, для невеликого ресторану можливе використання одного універсального сенсорного терміналу, що додатково оснащений принтером друку рахунку. На кухні та в барі доцільним буде встановлення принтеру для друку замовлень, та монітору з автоматичним відображенням замовлень тощо [3].

Важливо чітко усвідомити, що автоматизація – це не лише модна інновація, це об'єктивна необхідність для усіх закладів ресторанного господарства та готелів, що дає повну картину про процеси, що відбуваються та формує розуміння, на чому можна заощадити, а без чого неможливо організувати стабільну роботу підприємства.

Вибираючи систему автоматизації для ресторанного бізнесу, потрібно враховувати, що на ринку представлена велика кількість рішень, кожне з яких має

свої переваги та недоліки. Оцінити всі плюси та недоліки різних програмних продуктів можна лише у практичній діяльності, але те, що заклади харчування не можуть нормально функціонувати без централізованого автоматизованого управління, не викликає сумнівів. І найголовніше завдання – навчитися ефективно працювати з обраною системою автоматизації та отримувати з неї максимальну користь.

Таким чином, внаслідок автоматизації підприємства ресторатор має можливість постійно підвищувати рентабельність, вдосконалювати процеси виробництва та обслуговування, і як наслідок формувати стійку конкурентоспроможність свого бізнесу на довгу перспективу.

#### **Список використаних джерел:**

1. Кожухівська Р. Використання міжнародного досвіду впровадження інновацій у сфері готельного бізнесу. *Вісник Донецького національного університету. Сер. В: Економіка і право.* 2015. Вип.1. С.160–164.

2. Архіпов В. В. Організація ресторанного господарства : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, Фірма «Інкос» 2007. 335 с.

3. Пророчук Ж. А., Журавлєва А. Роль програмного забезпечення в управлінні підприємством. *Современные информационные технологии.* 2010. №1. С. 18–20.

### **ХАРАКТЕРИСТИКА ПОСЛУГ БІЗНЕС-ЦЕНТРУ В ГОТЕЛІ**

**Твердохлєбова Т. О., магістрант**  
*Науковий керівник: к. е. н. Антонова О. В.,  
Харківський торговельно-економічний інститут  
Української інженерно-педагогічної академії*

Сьогодні, всі ми живемо в світі, де одну з головних ролей грає інформація. Готель, який турбується про свою репутацію обов'язково надасть своїм клієнтам послуги бізнес-центру.

Умовно бізнес-центри діляться на 3 категорії.

Перша – бізнес-центр надає клієнтам готелю послуги власне бізнес-центру.

Друга – бізнес-центр в готелі суміщений з відділом організації конференц-заходів. У подібному випадку, обсяг функцій такого центру збільшується. Для проведення презентацій, конференцій та інших заходів потрібні не тільки різноманітні конференц-можливості (наявність відповідних залів, кімнат для переговорів, проекційного, відео та інших типів обладнання), але і більш розширене коло можливостей самого бізнес-центру (ламінування, цифрове фотографування, повнокольорова роздруківка інформації, тиражування, сканування і т.п.). Бізнес-центр зобов'язаний технічно забезпечувати проведення конференц-заходів на належному рівні.

Третя – коли на базі професійно розвиненого бізнес-центру, починає утворюватися своя невелика «друкарня», організовується print-shop (де можна придбати різноманітні матеріали, необхідні для випуску поліграфічної продукції).

Таким чином, в сучасних умовах існування індустрії гостинності, створення в готелі бізнес-центру в будь-якому випадку виправдано. Причому, визначальним тут є, в основному, не зірковість готелю, а його спрямованість, так як вимоги до готелю, розташованого на туристичному курорті і орієнтованого на надання клієнту можливості спокійно відпочити, і вимоги до бізнес-готелю, орієнтованого на діловий туризм, абсолютно різні.

Утримувати в туристичному готелі або заміському пансіонаті величезний бізнес-центр, поєднаний з проведенням конференц-заходів або мати власний print-shop, не представляється необхідним. Хоча і тут є винятки. Останнім часом з'явилася тенденція до проведення корпоративних заходів в готелях, розташованих за містом або на курортах (для створення неформальної обстановки, яка також може давати позитивний ефект у вирішенні ділових питань). А це вимагає від готелю забезпечення клієнтів конференц-можливостями.

Але, в основному, готелі, орієнтовані на туризм і відпочинок, можуть обмежитися створенням невеликого бізнес-центру, який буде надавати тільки найнеобхідніші послуги. Тим більше, що в курортних зонах відпочинку досить розвинена мережа Інтернет-кафе. Хоча Інтернет-кафе також мають як свої



переваги, так і недолікт. З переваг Інтернет-кафе слід зазначити високу швидкість з'єднання і відсутність необхідності робити будь-які настройки в комп'ютері. Основні ж недоліки – неможливість підлаштувати комп'ютер «під себе», встановити будь-які програми, зберегти в пам'яті комп'ютера всі паролі і т. п. До того ж в кафе навколо клієнтів завжди знаходяться інші люди, що може створювати незручності при роботі з конфіденційною інформацією, та й просто заважати зосередитися. Тому адміністрації готелю все ж слід потурбуватися про те, щоб їхній клієнт ні в чому не потребував. Це буде благотворно позначатися і на якості відпочинку відвідувачів, і на репутації самого готелю.

Часто бізнес-центри розташовуються на перших поверхах готелів. Головне, щоб його було легко знайти, і з нього був би вільний доступ до ліфтів, конференц-приміщень.

Для невеликого бізнес-центру найнеобхіднішим є наявність телефону, факсу, комп'ютера (обов'язково з підключенням до мережі Інтернет) та принтера. Слід зазначити, що меблі повинні бути, перш за все, зручними. Комп'ютерне місце не повинно бути захаращене зайвими предметами, добре, коли все необхідне знаходиться під рукою, але не заважає роботі.

Для готелів, де бізнес-центр суміщений з приміщенням для організації конференц-заходів, вимоги до обладнання підвищуються. Так як для проведення різних заходів можуть знадобитися запрошення, проспекти та інша друкована продукція, необхідний кольоровий принтер, сканер, апарат для ламінування і т.п. Крім того, приміщення для конференц-заходів має бути обладнане мікрофонами, звукопідсилювачами, апаратурою для синхронного перекладу, демонстраційними дошками, слайд-проекторами, мультимедіа-проекторами, телевізорами, відеомагнітофонами, лазерними покажчиками і канцелярським приладдям, а так само інший необхідною оргтехнікою.

Стандартний набір обладнання для бізнес-центру залежить, перш за все, від категорії даного бізнес-центру. Різні функції, які виконує центр, диктують і відмінність в технічному оснащенні. Але будь-яке обладнання повинно неодмінно перебувати в справному стані і бути досить сучасним.

Для більших бізнес-центрів, в готелях, де великий потік іноземних бізнесменів або в готелях, де часто проходять конференц-заходи, актуально мати свого перекладача.

Необхідно, щоб бізнес-центр працював в готелі цілодобово, так як специфіка готелів така, що його постояльцями можуть бути люди з різних країн з різними часовими поясами, або ж люди, що працюють в сфері бізнесу або управління, яким в будь-який момент можуть знадобитися факс, комп'ютер, Інтернет.

Бізнес-центр в готелі повинен дозволяти провести найрізноманітніші ділові заходи: конференцію; корпоративний захід; семінар; ділову зустріч або ділову гру; презентацію; круглий стіл; тренінг та інші бізнес послуги в готелі.

Але спектр послуг, що надаються бізнес-центром, може бути набагато ширші за ті, що ми перерахували. Різноманітність функцій бізнес-центру безпосередньо залежить від категорії готелю, в якому він розташований.

#### **Список використаних джерел:**

1. Апонін В. В. Організація і технологія надання послуг. Київ : Видавничий центр «Академія», 2006. 311 с.

2. Зікеєва С. Г. Упровадження європейських норм і стандартів у діяльність готельних підприємств. *Економіка і менеджмент культури*. 2014. № 1. С. 104 – 110.

3. Мальська М. П. Готельний бізнес: теорія та практика : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2017. 336 с.

4. Муха І. Ю. Особливості надання додаткових послуг у готелях ділового призначення. *Географія та туризм*. 2015. Вип. 34. С. 228–233.

5. David Jordhus-Lier, Anders Underthun. A Hospitable World? : Organising Work and Workers in Hotels and Tourist Resorts. *Contemporary geographies of leisure, tourism and mobility*. 2015. С.148–156.

## ПРОБЛЕМИ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В ОБСЛУГОВУВАННІ АРАБСЬКИХ ТУРИСТІВ

*Хлівнюк Ю. С., студент*

*Науковий керівник: к. е. н., доцент Поворознюк І. М.,  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

Пандемія, яка панує по всьому світі почала впливати на всі сфери людської діяльності, в тому числі і на туристичну галузь України. Але не дивлячись на ці проблеми, Україною почали цікавитися багато іноземних туристів.

Іноземні туристи часто почали з'являтися на вулицях українських міст. Доволі часто можна зустріти чоловіків в куф'ях та жінок в хіджабах. Причиною підвищеного інтересу арабських туристів до України призвело відсутність візового режиму, який був скасований у 2020 році.

Відкрилися нові авіаційні маршрути. Так, лоукостер Flynas відкрив чартерні рейси із Саудівської Аравії. Пряме сполучення із саудівською столицею Ер-Ріядом тепер мають Київ та Львів, на черзі – Одеса. За чотирма напрямками відкрила чартерні рейси із Саудівської Аравії українська SkyUp.

Україна стала доступною європейською країною. Більшість туристів з Аравійського півострова – це сімейні люди, які прибувають з дітьми і батьками. Вони люблять тихий сімейний відпочинок та відповідні розваги: прогулянки на теплоході, екскурсії, парки розваг для дітей, виїзди на природу. Більшість сімейних пар подорожують саме в Західну Україну, щоб насолодитися чистим гірським повітрям та джерельною лікувальною водою, смачною українською кухнею. Цікавить арабських туристів і столиця України та місто Львів.

Туристи країн Перської затоки дуже люблять комфорт, а тому заздалегідь бронюють номери лише у п'ятизіркових готелях, де обов'язково повинна бути кімната для молитв та усіх відповідні рівні комфорту проживання і обслуговування.

За даними громадської спілки Visit Ukraine, з червня до середини липня 2021 року в Україну прилетіли 10 тис туристів лише із Саудівської Аравії. Для порівняння: у 2019 році Україна прийняла лише 3,6 тис гостей з цієї країни.

Завдяки цьому арабські туристи збагатили казну українських готелей набагато більше, ніж вони отримували від вітчизняних туристів [1].

Однак наживатися на арабських гостях не вийде, тому що арабські туристи дуже економні і знають ціну своїм грошам. Арабські туристи, які приїжджають до нас на відпочинок переважно знають англійську мову. Згодом зросте частка тих, хто розуміє лише арабську, адже там не дуже поширена двомовність [2].

Щоб зацікавити гостей з Перської затоки, варто звернути увагу на кілька деталей. Арабські гості здебільшого націлені на елітні готелі, тому потребують відповідних стандартів. Це означає, що готелю бажано пройти категоризацію, щоб на нього звернули увагу, адже п'ятизіркова система зрозуміла всім.

У 2020 році в Україні було зареєстровано 3165 готелів, з них лише 276 пройшли категоризацію за п'ятизірковою системою.

Оскільки серед туристів третьої хвилі буде більше тих, хто не володіє англійською, варто власникам підприємств індустрії гостинності, перекласти арабською мовою відповідне меню, преїскуранти та різні інформаційні матеріали.

Отже, Україні потрібно швидко адаптуватися до такої кількості арабських гостей, так як раніше туристичного потоку з цього регіону не було взагалі. А зараз Арабські гості можуть стати звичним явищем для України.

Тому, власникам готелів та ресторанів необхідно задуматися про реконструкцію своїх підприємств та підшукувати англомовний персонал.

Туристичні асоціації та дипломати повинні більше працювати в арабському світі над просуванням України як доступного та приємного місця для відпочинку. Необхідно більш поглиблено вивчати культуру та звички арабських країн, що допоможе вільно сприймати побажання туристів з Перської затоки.

#### **Список використаних джерел:**

1. Економічна правда: арабські туристи заповнили українські курорти. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2021/07/22/676156/> (дата звернення: 22.07.2021).

2. Туристи з Саудівської Аравії: в Україну масово їдуть арабські мандрівники. URL: <https://pravdatutnews.com/society/2021/08/04/7376-turysty-z-saudivskoyi-araviyi-v-ukrayinu-masovo-yidut-arabski> (дата звернення: 04.08.2021).

## **ЗНАЧЕННЯ ПОБУТОВИХ ПОСЛУГ ГОТЕЛЮ**

**Хорошайло М. І.**, *магістрант*  
*Науковий керівник: к. е. н. Антонова О. В.,*  
*Харківський торговельно-економічний інститут*  
*Української інженерно-педагогічної академії*

Бездоганне обслуговування гостей є фундаментом, на якому тримається вся робота готелі. Елемент обслуговування є у всьому, що робить кожен співробітник підприємства, тому що будь-яка діяльність працівників впливає на реальне або сприймається якість послуги, що купується клієнтом.

В основному розмір та інфраструктура і визначають послуги готелю, стандартні або не дуже. Що саме може собі дозволити даний об'єкт, і чи вигідно це йому. А в особливих випадках бувають не тільки основні і додаткові послуги в готелі, але ще й індивідуальні. Як правило, це готелі високої категорії, де часто зупиняються VIP-персони, і їх проживання дуже важливо для іміджу і розвитку бізнесу. Для всіх клієнтів подібні сервіси в готелях неможливі з фінансових або технологічних причин, однак для особливих випадків цілком прийнятні.

Зокрема, індивідуальні готельні послуги в готелі можуть включати персонального менеджера, можливість відступу від стандартних процедур, або невеликі подарунки на пам'ять з логотипом.

Побутове обслуговування спрямоване на задоволення потреб гостей, які виникають під час їх проживання в готелі. Перелік цих послуг залежить від категорії готелю. Не у всіх готелів є можливість організовувати побутове обслуговування гостей і надавати їм повний перелік послуг. Але в готелі необхідно прагнути до того, щоб набір послуг повністю відповідав запитам гостей.

Підприємства, що надають послуги, повинні розміщуватися в доступному місці (найчастіше на першому поверсі). У вестибюлі, на поверхах, в номерах

повинна бути інформація про те, як і де отримати послуги, години роботи повинні бути зручними для гостей.

В таблиці 1 наведено склад послуг з побутового обслуговування.

*Таблиця 1*

### **Склад послуг з побутового обслуговування**

1. Термінове прання і хімчистка, ремонт і прасування особистих речей	В номері в папці з рекламою мають бути бланки замовлень на прання і чищення одягу. Там же повинні бути і пам'ятки про те, як здати одяг в прання. Таку послугу можуть надати в готелі, де є пральня. У готелях більш низької категорії можна взяти напрокат праску. Гість сам прасує в номері або в спеціальній кімнаті, де є прасувальна дошка.
2. Терміновий ремонт і чищення взуття	У багатьох готелях є майстерні з ремонту взуття. У холах висококласних готелів стоять апарати для чищення взуття. У номерах щітки для чищення одягу або взуття.
3. Зберігання речей і цінностей	Камера зберігання та сейфи в номерах і в приймальні.
4. Розвантаження та завантаження і доставка багажу в номер	Сплачуються чайовими - в готелі організовується черговість посильних, з метою отримання однакових чайових).
5. Прокат предметів культурно-побутового призначення	Телевізори, посуд, спортивний інвентар і т.д.
6. Дрібний ремонт	Дрібний ремонт годинників, електробритв, радіо-, кіно- та фотоапаратури; фотопослуги.
7. Надання послуг перукарнями, манікюрних і масажних кабінетів.	Ці послуги можуть надаватися і в номерах, але мають націнку.
8. Доставка харчування в номер.	

Зазвичай в кожному номері в папці з рекламою є папір для листів, конверти, спеціальні таблички, які можна вивісити на двері, якщо гість просить випрати, прибрати номер або просто не хоче, щоб його турбували.

Різноманітність надаваних додаткових послуг визначається як рівнем комфорту готелю, так і його спеціалізацією. Вони надаються в номері і в спеціалізованих приміщеннях або при інших приміщеннях готелю: наприклад, фотосервіс, більярд, обмін валют, конференц-зал, бізнес-центр, казино, парковка, пральня, хімчистка, перукарня, фітнес-центр, пункт першої медичної допомоги,

сауна, обслуговування в номерах, бронювання авіаквитків, бронювання залізничних квитків, нічний клуб, казино, магазин і торговельні кіоски, кредитні картки, басейн.

Звичайно, послуги готельного комплексу або послуги міні готелю – це будуть два абсолютно різних списку. Очевидно, що середні і великі об'єкти мають більші можливості і бюджетом. Вони здатні надати своїм клієнтам набагато значніші і об'ємні послуги готельного сервісу, не втрачаючи рентабельності. Невеликі об'єкти не здатні організувати повне побутове обслуговування гостей і надавати їм всі основні, додаткові і супутні послуги в готелі. Однак будь-яка точка розміщення повинна визначити свою власну цільову аудиторію, їх ключові потреби і запити, і прагнути до максимального їх задоволення. Також список і рівень якості додаткових послуг повинні відповідати вимогам присвоєної категорії, або як кажуть інакше – кількістю зірок.

#### **Список використаних джерел:**

1. Апонін В. В. Організація і технологія надання послуг. Київ : Видавничий центр «Академія», 2006. 311 с.
2. Зікеєва С. Г. Упровадження європейських норм і стандартів у діяльність готельних підприємств. *Економіка і менеджмент культури*. 2014. № 1. С. 104 – 110.
3. Мальська М. П. Готельний бізнес: теорія та практика : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2017. 336 с.