ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ
КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Збірник студентських наукових праць

Випуск XXIX

Чернівці, 2021

Збірник студентських наукових праць Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. Випуск XXIX. Чернівці, 2021. 272 с.

До збірника наукових праць увійшли статті, які містять результати студентських досліджень у галузі економіки з питань організації і управління підприємствами та галузями, фінансів, банківської справи та страхування, обліку, оподаткування, особливості функціонування готельно-ресторанного бізнесу та туризму, маркетингу тощо.

Відповідальність за достовірність фактів, статистичної інформації, власних імен, цитат та інших відомостей, наданих у рукописах, несуть автори публікацій.

© ЧТЕІ КНТЕУ, 2021

Підписано до друку 23.12.2021 р.

Зміст

Економіка, організація та управління підприємствами і галузями

Григоряк А., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Менеджмент»
Наук. кер. – **Хитрова О. А.**
ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ПРОСУВАННЯ БІЗНЕСУ 8

Зіняк А., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Менеджемент»
Наук. кер. – **Гищук Р. М.**
ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ І ЗМІСТ УПРАВЛІННЯ 11

Карайон Д., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Менеджмент»
Наук. кер. **– Долга Г. В.**
ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ 13

Коваль В., 4 курс (ОС «бакалавр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Менеджмент»
Наук. кер. **– Хитрова О. А.**
ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ПІДПРИЄМСТВАМИ СФЕРИ ПОСЛУГ 16

Ковальчук О., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Менеджмент»
Наук. кер. - **Кифяк В. Ф.**
ВИКОРИСТАННЯ КРЕАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ 19

Куніцин О., 4 курс (ОС «бакалавр»),
Михальська О., 2 курс (ОС «бакалавр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Харчові технології»
Наук. кер. – **Романовська О. Л.**
ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ ІЗ ПОРОШКОМ З ГІДРОБІОНТІВ 27

Міх С., 4 курс (ОС «бакалавр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Менеджмент»
Наук. кер. – **Добржанська І. М.**
ОБ'ЄДНАНА ТЕРИТОРІАЛЬНА ГРОМАДА ЯК НОВІТНІЙ СУБ'ЄКТ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ 31

Патраш К., 2 курс (ОС «бакалавр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Маркетинг»
Наук. кер. – **Сідуняк О. В.**
ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ 36

Свашенко О., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Менеджмент»
Наук. кер. – **Урсакій Ю. А.**
РОЛЬ ІННОВАЦІЙНИХ КЛАСТЕРІВ В ПІДВИЩЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КРАЇНИ 38

Сідлярчук Д., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Менеджмент»
Наук. кер. – **Пенюк В. О.**
УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В РИНКОВИХ УМОВАХ 42

Смотилевич Г., 4 курс (ОС «бакалавр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Менеджмент»
Наук. кер. – **Добржанська І. М.**
ГЕНДЕРНА РІВНІСТЬ В СИСТЕМІ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ 45

Станчу О., 4 курс (ОС «бакалавр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Менеджмент»
Наук. кер. – **Долга Г. В.**
УПРАВЛІННЯ РІВНЕМ БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ 47

Томчишин М., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Менеджмент»
Наук. кер. – **Урсакій Ю. А.**
ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ВЕНЧУРНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ 50

Трачук С., 2 курс (ОС «бакалавр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Маркетинг»
Наук. кер. - **Сідуняк О. В.**
СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІВНИКІВ ТА НАПРЯМИ ЇХ ВИРІШЕННЯ 53

Трут Б., 4 курс (ОС «бакалавр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Менеджмент»
Наук. кер. – **Долга Г. В.**
СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ЯК ОСНОВНИЙ ЕЛЕМЕНТ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ 57

Файфор С., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Менеджмент організацій»
Наук. кер. – **Хитрова О. А.**
ЛІДЕРСЬКІ КОМПЕТЕНЦІЇ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ 60

Фіцич Б., 3 курс (ОС «бакалавр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спец. «Фінанси, банківська справа та страхування»
Наук. кер. **– Вудвуд В. В.**
РОЛЬ ДЕРЖАВИ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА 63

Чухрій В., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Менеджмент»
Наук. кер. – **Долга Г. В.**
СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА АТ «ЧЕРНІВЦІОБЛЕНЕРГО» В УМОВАХ ТУРБУЛЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА 67

Фінанси, гроші і кредит

Антонюк Д., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спец. «Фінанси, банківська справа та страхування»
Наук. кер. – **Томнюк Т. Л**.
ХАРАКТЕРИСТИКА СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ 71

Будз М., 2 курс (ОС «бакалавр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спец. «Фінанси, банківська справа та страхування»
Наук. кер. - **Рошило В. І.**
ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ФІНАНСУВАННЯ СИСТЕМИ ОХОРОНИ ЗДОРОВ`Я В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ 73

Будз М., 2 курс (ОС «бакалавр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спец. «Фінанси, банківська справа та страхування»
Наук. кер. – **Табенська Ю. В.**
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ДЕРИВАТИВІВ В УКРАЇНІ 76

Гулько М., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спец. «Фінанси, банківська справа та страхування»
Наук. кер. – **Чорновол А. О.**
ДЕРЖАВНА КАЗНАЧЕЙСЬКА СЛУЖБА УКРАЇНИ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ДЕРЖАВНИМИ ФІНАНСАМИ 81

Давиденко Ю., 2 курс (ОС «магістр»),ЧТЕІ КНТЕУ, спец. «Фінанси, банківська справа та страхування»
Наук. кер. – **Вудвуд В. В.**
ОСОБЛИВОСТІ ПЛАНУВАННЯ ВИДАТКІВ НА ФІНАНСУВАННЯ УСТАНОВ КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ 84

Дембіцький В., 2 курс (ОС «магістр»),ЧТЕІ КНТЕУ, спец. «Фінанси, банківська справа та страхування»
Наук. кер. – **Гут Л. В.**
ФІНАНСУВАННЯ ОБОРОНИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ 88

Задорожний П., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спец. «Фінанси, банківська справа та страхування»
Наук. кер. – **Чорновол А. О.**
РОЗРОБКА ПОЛІТИКИ ЗАПОБІГАННЯ БАНКРУТСТВУ ПІДПРИЄМСТВА 92

Коваленко С., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Облік і оподаткування»
Наук. кер. – **Євдощак В. І.**
НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОБЛІКУ ФІНАНСУВАННЯ МЕДИЧНИХ ЗАКЛАДІВ 95

Мельниченко А., 2 курс (ОС «магістр»),ЧТЕІ КНТЕУ, спец. «Фінанси, банківська справа та страхування»
Наук. кер. – **Чорновол А. О.**
АНТИКРИЗОВА ПОЛІТИКА КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ 97

Павлов О., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спец. «Фінанси, банківська справа та страхування»
Наук. кер. – **Чорновол А. О.**
ФІНАНСОВА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ 101

Попова Е., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спец. «Фінанси, банківська справа та страхування»
Наук. кер. **– Чорновол А. О.**
РИНОК БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ 105

Прокопюк В., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спец. «Фінанси, банківська справа та страхування»
Наук. кер. – **Вудвуд В. В.**
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПЛАНУВАННЯ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ПІДПРИЄМСТВА 109

Пуюл Н., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спец. «Фінанси, банківська справа та страхування»
Наук. кер. - **Ковалевич Д. А.**
ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОНАННЯ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ В УМОВАХ ОБМЕЖЕНОСТІ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ 112

Савін В., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»
Наук. кер. - **Ковалевич Д. А.**
ФІНАНСУВАННЯ ЗАКЛАДІВ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я В УМОВАХ РЕФОРМУВАННЯ ГАЛУЗІ 115

Стойкова Ю., 3 курс (ОС «бакалавр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Облік і оподаткування»
Наук. кер. **– Томнюк Т. Л.**
СУТНІСТЬ ТА ПРИЧИНИ УХИЛЕННЯ ВІД ОПОДАТКУВАННЯ 118

Талалай Е., 1 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Економіка»
Наук. кер. **– Круглянко А. В.**
МІЖНАРОДНІ ІНТЕГРАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ 121

Терен В., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спец. «Фінанси, банківська справа та страхування»
Наук. кер. – **Томнюк Т. Л.**
ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ОПОДАТКУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВ ТА МОЖЛИВОСТІ ЙОГО ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ В УКРАЇНІ 124

Тодерян Д., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спец. «Фінанси, банківська справа та страхування»
Наук. кер. – **Табенська Ю. В.**
МОНІТОРИНГ ВИКОНАННЯ МІСЦЕВОГО БЮДЖЕТУ ОСТРИЦЬКОЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ ЗА ДОХОДАМИ 128

Уткін О., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спец. «Фінанси, банківська справа та страхування»
Наук. кер. – **Ковалевич Д. А.**
КАЗНАЧЕЙСЬКЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ 131

Царанюк І., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спец. «Фінанси, банківська справа та страхування»
Наук. кер. – **Табенська Ю. В.**
МОНІТОРИНГ ПОКАЗНИКІВ КРЕДИТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АТ «БАНК АЛЬЯНС» 134

Яківюк І., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спец. «Фінанси, банківська справа та страхування»
Наук. кер. – **Чорновол А. О.**
БЮДЖЕТНА ПОЛІТИКА У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ 137

Облік, аналіз і аудит

Андрусик У., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Облік і оподаткування»
Наук. кер. – **Маначинська Ю. А.**
ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ ВИТРАТ ВИРОБНИЦТВА ТА СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПТАХІВНИЦТВА 142

Бежан М., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Облік і оподаткування»
Наук. кер. - **Багрій К. Л.**
НЕОБХІДНІСТЬ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ СТАНОМ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ НЕСТІЙКИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ 145

Безсмола О., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Облік і оподаткування»
Наук. кер. – **Рилєєв С. В.**
ТЕХНІКО-ТЕХНОЛОГІЧНИЙ АУДИТ В СИСТЕМІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ТЕХНІЧНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА 148

Бережан І., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Облік і оподаткування»
Наук. кер. – **Лучик С. Д.**
АВТОМАТИЗАЦІЯ ОБЛІКУ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ: ПРАКТИЧНИЙ АСПЕКТ 153

Бойко В., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Облік і оподаткування»
Наук. кер. - **Багрій К. Л.**
ВАЖЛИВІСТЬ ПРОВЕДЕННЯ ФАКТОРНОГО АНАЛІЗУ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЗАПАСІВ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ 156

Бульдяк М., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Облік і оподаткування»
Наук. кер. – **Лучик С. Д.**
АВТОМАТИЗАЦІЯ ОБЛІКУ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ ТА ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ 159

Вакареско К., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Облік і оподаткування»,
Наук. кер. – **Лучик С. Д.**
АВТОМАТИЗАЦІЯ ОБЛІКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ: ОСОБЛИВОСТІ ТА ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ 162

Вілянський Ю., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Облік і оподаткування»
Наук. кер. – **Рилєєв С. В.**
УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИКИ ПРОГНОЗУВАННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА 165

Гаврилюк К., 4 курс (ОС «бакалавр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Облік і оподаткування»
Наук. кер. – **Маначинська Ю. А.**
СУЧАСНІ МЕТОДИ КАЛЬКУЛЮВАННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ У ЗАРУБІЖНИХ КРАЇНАХ 170

Годунов І., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Облік і оподаткування»
Наук. кер. – **Маначинська Ю. А.**
ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ ТА СПЕЦИФІКА ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НА ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ 173

Донцов К., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Облік і оподаткування»
Наук. кер. – **Маначинська Ю. А.**
ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ДОХОДІВ В ТОРГІВЛІ 176

Дронюк Н., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Облік і оподаткування»
Наук. кер. – **Лучик С. Д.**
ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ПЕРЕРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ 179

Кудрик В., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Облік і оподаткування»
Наук. кер. - **Багрій К. Л.**
ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ ПОКАЗНИКІВ ПРИ ОЦІНЦІ ФІНАНСОВОГО РЕЗУЛЬТАТУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 182

Лотар В., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Облік і оподаткування»
Наук. кер. – **Лучик С. Д.**
УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ ТА ПІДРЯДНИКАМИ В ПОЛІГРАФІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ 185

Перепелюк І., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Облік і оподаткування»
Наук. кер. - **Багрій К. Л.**
ДЕЯКІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ ПОТОЧНИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ В ПЕРМАНЕНТНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ 188

Петрушеску Ю., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Облік і оподаткування»
Наук. кер. - **Мустеца І. В.**
УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ПОТОЧНОЇ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ 191

Романчук А., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Облік і оподаткування»
Наук. кер. – **Маначинська Ю. А.**
ОСОБЛИВОСТІ ДОКУМЕНТАЛЬНОГО ВІДОБРАЖЕННЯ РУХУ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ В СЕКТОРІ РОСЛИННИЦТВА 194

Самчук Н., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Облік і оподаткування»
Наук. кер. – **Лучик С. Д.**
АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА: ПРОБЛЕМНО-ПРОГНОСТИЧНИЙ ПІДХІД 197

Соколюк Н., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Облік і оподаткування»
Наук. кер. – **Маначинська Ю. А.**
ЕТИМОЛОГІЯ ПОНЯТТЯ «ВИТРАТИ» ТА ЇХ КЛАСИФІКАЦІЯ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ 202

Теслюк К., 2 курс (ОС «бакалавр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Облік і оподаткування»
Наук. кер. – **Маначинська Ю. А.**
ІСТОРІЯ ВИНИКНЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ 205

Ткачик Т., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Облік і оподаткування»
Наук. кер. – **Багрій К. Л.**
ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ БЕЗНАДІЙНОЇ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ 209

Чикановський В., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Облік і оподаткування»
Наук. кер. – **Лучик С. Д.**
ІНТЕГРАЛЬНЕ ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПТАХІВНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА 212

Шанюк О., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Облік і оподаткування»
Наук. кер. – **Рилєєв С. В.**
ОКРЕМІ АСПЕКТИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ 215

Шешенко О., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Облік і оподаткування»
Наук. кер. **– Євдощак В. І.**
СПЕЦИФІКА АНАЛІТИЧНОЇ ОЦІНКИ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ВІД ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ 218

Яремійчук Я., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Облік і оподаткування»
Наук. кер. – **Лучик С. Д.**
ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ ДОХОДІВ ДІЯЛЬНОСТІ ЛІСГОСПІВ 221

Туризм та готельне господарство

Гнат В., 2 курс, ОС «магістр», ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Менеджмент»
Наук. кер. – **Гищук Р. М.**
АУТСОРСИНГ ФІНАНСОВИХ ІНВЕСТИЦІЙ ЯК ЕЛЕМЕНТ АНТИКРИЗОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА СПОРТИВНОГО ТУРИЗМУ 225

Коваль В., 4 курс (ОС «бакалавр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Менеджмент»
Наук. кер. - **Хитрова О. А.**
РОЗВИТОК МОЛОДІЖНОГО ТУРИЗМУ В ЧЕРНІВЕЦЬКІЙ ОБЛАСТІ 228

Міх С., 4 курс (ОС «бакалавр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Менеджмент»
Наук. кер. - **Хитрова О. А.**
РОЗВИТОК ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ЇХ ЗАПРОВАДЖЕННЯ У ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ 232

Роїк Д., 4 курс (ОС «бакалавр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Менеджмент»
Наук. кер. - **Хитрова О. А.**
ПЕРЕВАГИ ВПРОВАДЖЕННЯ АВТОМАТИЗОВАНИХ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ В ГОТЕЛЬНІЙ СФЕРІ 235

Свідніцька Ю., 3 курс (ОС «бакалавр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Туризм»
Наук. кер. – **Гищук Р. М.**
ЗАБЕЗПЕЧЕНІСТЬ ОБЛАСТЕЙ УКРАЇНИ РЕКРЕАЦІЙНО-КУРОРТНИМИ УСТАНОВАМИ ТА ЇХ СПЕЦІАЛІЗАЦІЯ 237

Маркетинг

Андрійчук О., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Маркетинг»
Наук. кер. – **Лошенюк О. В.**
СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ 241

Базаєв А., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Маркетинг»
Наук. кер. – **Лошенюк І. Р.**
УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМ АСОРТИМЕНТОМ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА 244

Богатирець В., 3 курс (ОС «бакалавр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Менеджмент»
Наук. кер. - **Лошенюк І. Р.**
ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ 246

Бужора М., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Маркетинг»
Наук. кер. – **Лошенюк О. В.**
МАРКЕТИНГОВЕ УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМ АСОРТИМЕНТОМ ПІДПРИЄМСТВ 248

Гостюк А., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Маркетинг»
Наук. кер. **- Лошенюк І. Р.**
МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ 251

Максимюк Н., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Маркетинг»
Наук. кер. – **Лошенюк О. В.**
УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ 254

Патраш Н., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Маркетинг»
Наук. кер. – **Бозуленко О. Я.**
СУТНІСТЬ І ЗНАЧЕННЯ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ТОВАРІВ У МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 257

Перепелюк А., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Маркетинг»
Наук. кер. - **Лошенюк І. Р.**
КОНЦЕПЦІЯ ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНОК 261

Савчукевич І., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Маркетинг»
Наук. кер. - **Лошенюк І. Р.**
СТРАТЕГІЯ ПОЗИЦІОНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ 264

Стрижеус В., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ, спеціальність «Маркетинг»
Наук. кер. – **Лошенюк О. В.**
УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ПОЛІТИКОЮ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ МАРКЕТИНГОВОЇ ОРІЄНТАЦІЇ 266

ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ПРОСУВАННЯ БІЗНЕСУ

Григоряк А., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Менеджмент»
Наук. кер. – Хитрова О. А.

Соціальні мережі як один із найпотужніших інструментів популяризації товарів, послуг набуває особливої актуальності та стає невід'ємною частиною бізнес-процесів, що не потребує значних затрат. У статті розкрито роль та переваги застосування, вплив та використання соціальних мереж на підприємстві. На основі досліджень виявлено основні проблеми використання соціальних мереж на підприємствах для налагодження ефективного спілкування з клієнтами та просування товарів і послуг на ринку.

Social networks, as one of the most powerful tools for promoting goods and services, become especially relevant and become an integral part of business processes, which does not require significant costs. The article reveals the role and benefits of using, influencing and using social networks in the enterprise. Based on research, the main problems of using social networks in enterprises to establish effective communication with customers and promote goods and services in the market.

Актуальність даної теми полягає в тому, що в сучасних умовах неможливо вести бізнес без використання інформаційних технологій, а використання соціальних мереж є особливо важливим, оскільки вони дозволяють будувати інтерактивні взаємовідносини з цільовими аудиторіями, але більшість вітчизняних підприємств мають низький рівень соціальної ефективність медіа, що призводить до часткової втрати ринку або втрати доходу, репутаційного ризику, втрати іміджу тощо. Тому дослідження проблем управління ефективністю використання підприємствами соціальних мереж є актуальним і своєчасним.

Метою статті є поглиблення теоретико-методологічних засад та обґрунтування застосованих рекомендацій щодо підвищення ефективності управління використанням соціальних мереж у підприємствах.

Об'єктом дослідження є процес управління ефективністю використання соціальних мереж бізнесом.

Предметом дослідження є теоретико-методологічні засади та прикладні аспекти використання підприємствами соціальних мереж.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичною основою формування, оцінки та вдосконалення управління ефективністю соціальних мереж підприємством є наукові розробки та пропозиції когорти видатних зарубіжних та українських вчених, зокрема Д. Еванса, Д. МакКі, І. Білжина. , A Kim, E. Ko, A. Needles, Г. Томсон, Є. Орсберн, Д. Халілов, А. Альбітов, С. Боняр, Н. Ботвіна, М. Верескун, О. Виноградова, О. Гривківська, О. Гудзь, О. Гусєва.

Результат досліджень. З появою інтернету та інтеграцією його як явища в повсякденне життя всіх категорій суспільства, почали суттєво змінюватися інформаційні потоки та комунікаційні ланцюги й взаємодії. Інформація завжди має бути в тому середовищі, де знаходиться її споживач. З розвитком інтернет технологій, підприємства, також, почали опановувати цей простір для своїх бізнесових цілей. Але поява соціальних медіа та мереж, стрімко та суттєво змінила, і продовжує змінювати, комунікаційні взаємодії, користувальницькі патерни щодо пошуку інформації, її сприйняття, оцінки та подальших дій.

В 2020 році питання просування бізнесу в соціальних мережах вже не ставиться у форматі «потрібно чи не потрібно» це підприємству. Ключове питання сьогодні – як ефективно просувати бізнес через соціальні мережі. Поява в онлайн-просторі соціальних мереж зробила потенційного клієнта в рази ближчим до підприємства. Залишається тільки дієво «налаштувати» комунікацію з ним. Саме тут і виникає багато проблем, оскільки в Україні досі у більшості підприємств не сформована культура використання соціальних мереж для цілей бізнесу.

Провівши аналіз наукових досліджень, практичних тренінгів, семінарів, публікацій доходимо до переконання доцільності виокремлення основних норм та правил використання соціальних мереж для просування бізнесу, зокрема: соціальна мережа – це територія користувача, відкритість. Готовність до діалогу, якість контенту, регулярність розміщення контенту, зорієнтованість на користувача, чесність, ненав'язливість. Спілкування, а не продаж, створення інтерактивної комунікаційної платформи. Розглянемо кожний з наведених принципів, проаналізуємо його вплив на розробку стратегії просування бізнесу через соціальні мережі.

Соціальна мережа – це територія користувача. З самого початку соціальні мережі як явище створені для полегшення спілкування людей один з одним, незважаючи на фізичну відстань між ними. Це обмін

інформацією з рідними, друзями, колегами, пошук однодумців, створення онлайн-спільнот за певними інтересами, тощо. Хоча зараз, вже і з'являються так звані «бізнесові» соціальні мережі, основними майданчиками для просування бізнесу залишаються світові лідери за кількістю користувачів та їхньою різноманітністю, такі як Facebook та Instagram [1, с. 51-53].

Для підприємств соціальна мережа – це платформа, де є можливість побудувати двосторонній зв'язок безпосередньо з користувачем з метою просування бізнесу. Але, використовуючи цей комунікаційний інструмент, потрібно враховувати його особливості. Ґрунтуючись на аналізі основних особливостей та характеристик соціальних мереж, визначено конститутивні атрибути соціальних мереж як комунікаційного інструменту, які наведено в таблиці 1 [2; 3].

Таблиця 1

Особливості використання соціальних мереж підприємством

Показник	*Характеристика класичних інструментів*	*Характеристика соціальних мереж*
Тип комунікації	Одностороння комунікація підприємства з цільовою аудиторією, побудована за монологічним принципом	Двостороння комунікація підприємства з цільовою аудиторією з комплексною побудовою процесів: формування вихідної інформації; збору зворотного зв'язку; обробки та аналізу зібраних даних; реакції на отриманий зворотній зв'язок на базі проведеного аналізу
Швидкість поширення інформації	Низька. Оцінка показника релевантна для оцінювання швидкості поширення інформації не включаючи простір соціальних мереж	Висока
Довіра до інформації з боку цільової аудиторії	Низька або середня. Залежить від репутаційних показників підприємства	Середня або висока. Залежить від репутаційних показників підприємства та рівня підтримки представництва підприємства в соціальній мережі іншими користувачами
Спроможність підприємства відслідковувати кількісні та якісні показники рівня реакції цільової аудиторії на поширену інформацію	Низький рівень	Високий рівень
Рівень потенційного залучення аудиторії до поширення інформації підприємства	Низький або середній	Високий або середній
Рівень потенційного отримання користувальницького контенту, пов'язаного з підприємством	Низький	Високий
Рівень формування процесу адвокації бренду	Низький	Високий

Для того, щоб підприємствам використовувати соціальні мережі в бізнес-цілях та отримувати позитивні результати, важливо розуміти та впроваджувати процес управління ефективністю використання соціальних мереж. Для розуміння функцій та інструментів управління ефективністю використання соціальних мереж підприємством важливо визначити основні складові процесу використання соціальних

мереж підприємством. Модуль стратегічного горизонту прийняття управлінських рішень: етапи процесу використання соціальних мереж та засади прийняття рішень представлений у таблиці 2 [4; 5; 6].

Таблиця 2

Модуль стратегічного горизонту прийняття управлінських рішень: етапи процесу використання соціальних мереж та засади прийняття рішень [4; 5]

Модуль стратегічного горизонту прийняття управлінських рішень. Рішення приймаються керівником компанії, або/та керівником відділу.		
	Етапи процесу використання соціальних мереж	Засади прийняття рішення децидентом (особою чи групою осіб, які приймають рішення)
	Постановка цілей та завдань перед використанням соціальних мереж підприємством. Важливим аспектом даної складової є релевантність поставлених цілей загальній маркетинговій стратегії компанії та бізнес-ніші, до якої відноситься діяльність підприємства. Важливими факторами тут є реальна досяжність поставлених цілей та доцільність досягнення цих цілей.	- Аналіз загальних економічних цілей підприємства. - Аналіз маркетингової стратегії підприємства. - Аналіз конкурентів, їхньої присутності в соціальних мережах. - Аналіз наявності цільової аудиторії підприємства в соціальних мережах. - Аналіз рівня досяжності поставлених цілей через використання соціальних мереж підприємством.
	Визначення методів оцінки ефективності використання	- Вибір KPI (ключових показників ефективності) відповідно до обраних цілей.
	Соціальних мереж підприємством. В багатьох випадках низької ефективності використання соціальних мереж підприємством проблема полягає саме в невідповідності методів оцінки обраним цілям.	- Аналіз можливості розрахунку KPI з врахуванням інструментів, що будуть використовуватися (наприклад, без підключення до сайту підприємства системи аналітики буде неможливо оцінити якість трафіку).
	Виділення ресурсів, необхідних для досягнення поставлених цілей. Обсяг Розраховуються на базі планових показників ефективності та середнього рівня витрат на процеси, пов'язані з досягненням запланованих цілей.	- Розрахунок кількості ресурсів (в еквівалентах грошей, часу, товарів, послуг тощо), необхідних для досягнення обраних цілей. Розраховується на запланований для досягнення цілей період, або, при довгострокових цілях, на обраний період. Доцільно оцінювати ресурси, що планується витратити, на період не менше ніж 6 місяців. - Оцінка наявності ресурсів, необхідних для організації використання соціальних мереж підприємством для досягнення визначених цілей.

Враховуючи вищенаведені характеристики використання підприємством соціальних мереж, необхідно керувати ефективністю використання ним соціальних мереж, що в свою чергу потребує розробки чіткої стратегії. Вибір стратегії залежить від внутрішніх і зовнішніх факторів середовища, сфери діяльності підприємства, цілей, які необхідно досягти за допомогою використання соціальних мереж, поточних загальних цілей, вектор яких може змінюватися в умовах мінливості зовнішнього середовища. Відсутність на підприємстві стратегії використання соціальних мереж призводить до низької ефективності цього інструменту, нераціонального використання ресурсів і, як наслідок, до втрати прибутку, фінансових втрат та втрати іміджу.

При виборі стратегії управління ефективністю використання підприємством соціальних мереж необхідно враховувати логічне співвідношення релевантності із загальними цілями та ключовими показниками ефективності, що відповідають обраним цілям. Виходячи з цих факторів, для кожної стратегії мають бути розроблені методи її реалізації. Враховуючи такі основні складові, як цілі використання

підприємством соціальних мереж, ключові показники ефективності використання цього інструменту та методи виконання стратегічного плану, визначено портфель трьох функціональних стратегій управління ефективністю використання підприємством соціальних мереж.

Запропоновано портфель стратегій управління ефективністю використання підприємством соціальних мереж, який включає три стратегії, зокрема: стратегію комплексного формування представництв підприємства в соціальних мережах; стратегія використання інструментів соціальних мереж для вирішення конкретних завдань (сезонні розпродажі, привернення уваги до нового товару тощо); стратегія організації повного циклу продажу товарів або послуг через соціальні мережі; Для кожної стратегії представлені відповідні цілі та ключові показники ефективності, а також запропоновано методи її реалізації.

Висновки. Таким чином, використання соціальних мереж як засобу просування підприємств є недорогим і дає можливість охопити велику цільову аудиторію, швидко інформувати реальних і потенційних клієнтів про нові пропозиції, формувати попит на послуги. Підприємства які здійснюють господарську діяльність в різних галузях нарешті починають усвідомлювати, що стратегічні підходи до соціальних мереж можуть допомогти створити сильний бренд, збільшити продажі, побудувати та підтримувати кращі стосунки з клієнтами, а також надати ідеальні інструменти для безпосередньої взаємодії з ними.

Список використаних джерел:

1. Філіна О. В. Маркетинг в соціальних медіа як трендова складова сучасної маркетингової стратегії підприємства. Інтернаука. Сер.: Економічні науки. Київ. 2020. Вип. 7. С. 51–58.
2. Філіна О. В. Основні принципи використання соціальних мереж для просування бізнесу. Інфраструктура ринку. Одеса. Вип. 38/2019. С. 252–256. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/38_2019_ukr/41.pdf.
3. 9 цілей для соціальних мереж, які допоможуть покращити вашу стратегію у 2020 році. Блог Digital агенції UAMASTER. 11.02.2020. URL: https://blog.uamaster.com/9-goals-for-smm/.
4. Юферова Д., Касян С. Адвокація бренду, інноваційні комунікації у площині маркетингового середовища підприємств. B2B MARKETING : зб. наук. праць XIV Міжнар. наук.-практ. конф. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. С. 56–58. URL: https://ela.kpi.ua/handle/123456789/34610
5. Дейнека О. Г., Руссова К. А., Михалко А. В. Теоретичні підходи до процесу управління підприємством. Зб. наук. праць УкрДАЗТ. 2013. Вип. 135. С. 143–148.
6. Сорока А. М. Механізм прийняття інноваційних рішень: західний та східний досвід. Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2017. № 3 (21). С. 102–108.

ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ І ЗМІСТ УПРАВЛІННЯ

Зіняк А., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Менеджмент»
Наук. кер. – Гищук Р. М.

Стаття присвячена висвітленню впливу соціально-економічних умов на планування та управління інвестиційною діяльністю на підприємстві. Досліджено фінансове становище підприємства ТОВ «Прикарпатський торговий дім» за останні роки та механізми інвестування в розвиток даного підприємства.

The article is devoted to the impact of socio-economic conditions on the planning and management of investment activities at the enterprise. The financial situation of the enterprise "Prykarpattya Trading House" for last years and the mechanisms of investing in the development of this enterprise in the mare investigated.

Актуальність дослідження полягає у тому, що сучасні умови економічного розвитку України, які характеризуються нестабільністю національної валюти, зростанням процентних ставок за кредитами, зростанням цін на нерухомість, свідчать про важливість аналізу та планування інвестиційної діяльності підприємства, а також про необхідність ефективних механізмів залучити інвестиційні ресурси та вибрати оптимальні засоби фінансування інвестиційного портфеля, за допомогою яких прибутковість портфеля буде максимальною, а термін реалізації всіх проектів – найменшою.

Метою статті є оцінка теоретико-практичних умов до виявлення інвестиційної стратегії та управління нею на фірмі.

Об’єктом дослідження інвестиційні ресурси підприємства та процеси управління ними.

Предметом дослідження є особливості та оптимальна структура інвестиційного управління підприємством.

Основоположні питання інвестиційного аналізу та підприємницької інвестиційної діяльності досліджували такі українські вчені: В. Вовк, Д. Денисенко, С. Покропивний, А. Поручник, А. Сундук, С. Шевченко, В. Федоренко, Дж. М. Кейнс, П. Семьюельсон, Р. Солоу, У. Шарп та деякі інші.

Результат досліджень. В умовах ринку однією з найважливіших сфер багатогранної діяльності підприємства є інвестиції. Розробці теорії та практики економічного аналізу інвестицій в Україні присвячено багато наукових праць. У широкому розумінні цінність інвестиції – це довгострокове вкладення коштів у різні галузі економіки та за її межі з метою отримання прибутку та досягнення соціальних результатів [4, с. 2].

Оскільки інвестиційна діяльність підприємства є тривалим процесом, необхідно враховувати певні перспективи, оскільки економічна природа інвестицій полягає у відмові від поточного споживання з метою отримання доходу в майбутньому. Формування цієї сфери діяльності з огляду на перспективи розвитку являє собою процес розробки інвестиційної стратегії.

Ринкові умови, що швидко змінюються, недосконале правове середовище, інфляція та криза дефолту вимагають гнучкого та творчого підходу до формулювання інвестиційних стратегій.

Першою умовою формування інвестиційної стратегії ТОВ «Прикарпатський торговий дім» є загальна стратегія економічного розвитку та фінансова політика підприємства. У зв'язку з цим інвестиційна стратегія має бути підпорядкованою та узгодженою з цілями та етапами розвитку. Тому інвестиційну стратегію слід розглядати як найважливіший фактор забезпечення ефективного розвитку підприємства відповідно до обраної загальноекономічної стратегії [1, с. 5].

На ТОВ «Прикарпатський торговий дім» інвестиційний механізм спрямований на залучення інвестиційних ресурсів для реалізації наявних (можливих) ринковогопотенціалу з метою завоювання міцних позицій на ньому, отримання прибутку та створення сталого розвитку в рамках обраної місії та цілей [5].

Відповідальність за забезпечення ефективної роботи механізму інвестування покладається на державну систему регулювання (податкове регулювання, захист інвестицій, підтримка інвестиційної діяльності, регулювання участі інвестора в процесі приватизації тощо).

Механізм інвестування, як і система державного регулювання, незалежні від суб'єкта, але кожен суб'єкт господарювання несе відповідальність за визначення механізмів і коефіцієнтів для змішаного інвестування, і це можна і потрібно вирішувати окремо.Процесам формування інвестиційної стратегії та планування інвестиційної діяльності підприємства передує поглиблений аналіз фінансового стану ТзОВ «Прикарпатський торговий дім» [2, с. 197].

Фінансове становище підприємства залежить від результатів його виробництва, його комерційної та фінансово-господарської діяльності, а також певним чином від розміру та частки власного капіталу в загальному капіталі та раціональності його вкладення в активи.

Розробка інвестиційної стратегії ТОВ «Прикарпатський торговий дім» характеризується включенням у процес формування інвестиційного портфеля компанії найбільш ефективних та надійних проєктів та фінансових активів. На відміну від інвестиційної стратегії, формування портфеля є середньостроковим процесом управління, який відбувається в рамках стратегічних рішень та поточної фінансової спроможності суб'єкта господарювання. Тому з чотирьох обраних інвестиційних проєктів першим слід реалізувати найефективніший за індексом рентабельності –відкриття торгової точки в Коломиї та відкриття торгової точки у Рожнятові.

Таким чином, інвестиційний портфель – це свідомо створений портфель реальних та фінансових об'єктів інвестування, призначених для середньострокової інвестиційної діяльності відповідно до розробленої суб'єктом стратегії. Ефективною організацією інвестиційного контролю на підприємстві є моніторинг інвестиційної діяльності – регулярний моніторинг контрольованих показників інвестиційної діяльності, визначення ступеня відхилень від очікуваних результатів фактичних результатів, а також визначення причин цих відхилень.

Інвестиційний процес на підприємстві, пов'язані з ним процеси та всі інші бізнес-процеси вимагають ефективного управління з боку керівництва, а це визначається розумним управлінням. Більшість компаній проаналізували та оптимізували свої бізнес-процеси і якимось чином вже автоматизували найважливіші сфери своєї діяльності. Керівництву ТОВ «Прикарпатський торговий дім» раимо під час інвестування в інтелектуальне управління виробничими процесами розглянути завдання створення промислової інформаційно-технологічної інфраструктури та моніторингу ринку, на якому працює компанія [3, с. 209–215].

Висновки. Стратегія розвитку підприємства вимагає постійного економічного зростання з моменту його створення, збільшення обсягів діяльності та залежно від галузі, типу та регіональної диверсифікації.

Таке економічне зростання насамперед забезпечує інвестиційну підтримку розвитку економічного потенціалу для досягнення довгострокових стратегічних цілей підприємства. Існує пряма залежність між ефективністю інвестиційної діяльності та темпами економічного розвитку підприємства. Таким чином, організація моніторингу інвестиційної діяльності сприяє налагодженню безперервного процесу моніторингу основних інвестиційних показників, що в свою чергу підвищує ефективність управління інвестиціями підприємства.

Список використаних джерел:

1. Аналіз інвестиційної діяльності підприємства. URL: https://pidruchniki.com/11631018/ekonomika/analiz_investitsiynoyi_diyalnosti_pidpriyemstva
2. Берсуцька О. А., Дзензерський Д. В. Системний аналіз джерел та механізмів інвестування розвитку потенціалу промислових підприємств. *Вісник Донецького університету економіки та права*: зб. наук. пр. Донецьк: ДонУЕП, 2013. №1. 197 с.
3. Мамотенко Д. Ю. Оцінка ефективності інвестиційних проектів, 2013. № 628. С. 209–215.
4. Сабліна Н.В. Управління інвестиційною діяльністю підприємств. URL: http://global-national.in.ua/issue-10-2016/18-vipusk-10-kviten-2016-r/2241-sablina-n-v-upravlinnya-investitsijnoyu-diyalnistyu-pidpriemstv
5. Сайт ТОВ «Прикарпатський торговий дім». URL: http://www.ptd.com.ua/

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Карайон Д., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Менеджмент»
Наук. кер. – Долга Г. В.

У даній статті розглянуто поняття організаційно-економічного механізму розвитку підприємств харчової промисловості та охарактеризовано систему його складових. Визначено методичні підходи щодо оцінки рівня розвитку підприємств харчової промисловості. Сформовано загальні напрямки підвищення конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості.

This article considers the concept of organizational and economic mechanism of development of food industry enterprises and describes the system of its components. Methodical approaches to assessing the level of development of food industry enterprises are identified. The general directions of increase of competitiveness of the enterprises of the food industry are formed.

Актуальність теми. Сучасний розвиток підприємств промисловості України характеризує собою процес зміни визначальних характеристик економічної системи, зокрема, її елементів, зв'язків між ними та пропорцій розвитку. Це стосується не тільки економіки в цілому, а й її підсистем галузевого рівня, серед яких особливу роль відіграє харчова промисловість. Зважаючи на пріоритетну роль галузі для суспільства, її прискорений розвиток повинен бути одним із пріоритетів державної соціально-економічної політики. Саме підприємства харчової промисловості можуть забезпечити істотне зростання ВВП і допомогти зайняти Україні одне з провідних місць на ринку продуктів харчування на світовій арені. В умовах господарської глобалізації та входження України у світовий економічний простір виробничо-економічні відносини повинні підпорядковуватися механізму, що діє відповідно до сучасного стану й проблематики розвитку з урахуванням дії об'єктивних законів і суспільних потреб. Формування ефективного організаційно-економічного механізму розвитку підприємств досліджуваної галузі є не тільки однією з умов подолання кризових явищ у реальному секторі економіки, але й необхідною передумовою успішної діяльності вітчизняних товаровиробників. Організаційно-економічний механізм повинен сприяти досягненню цілей розвитку, забезпечувати підвищення ефективності економічної діяльності підприємств харчової промисловості.

Мета статті полягає в обґрунтуванні теоретичних положень, розробці методичного забезпечення та практичних рекомендацій щодо формування і реалізації організаційно-економічного механізму розвитку підприємств харчової промисловості.

Об'єктом статті є дослідження процесу формування і реалізації організаційно-економічного механізму розвитку підприємств харчової промисловості.

Предметом статті є теоретичні, методичні та прикладні аспекти формування та реалізації організаційно-економічного механізму розвитку підприємств харчової промисловості.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Значний внесок у дослідження питань формування та функціонування організаційно-економічного механізму розвитку підприємств здійснили вчені: Л.І.Абалкін, В.Я.Амбросов, М.Г. Грещак, А.А. Кульман, П.В. Круш, А.С. Мохненко, О.П. Чукурна, П.Т. Саблук, В.Л.Тамбовцев, О.М. Тридід, С.О. Тульчинський та інші. Проблемам розвитку підприємств харчової промисловості присвятили праці такі вітчизняні вчені, як П.П.Борщевський, М.П. Бутко, А.Ф. Гончар, Б.М.Данилишин, Л.В.Дейнеко, А.О.Заїнчковський, Д.Ф.Крисанов, О.М.Кудирко, Ю.П.Лебединський, Н.С.Миколайчук, П.В.Осіпов, Г.Г.Савіна, О.А.Сарапіна, М.П.Сичевський, Ю.В.Ушкаренко, Л.Г.Чернюк, М.М.Якубовський та інші. Аналіз опублікованих праць, матеріалів наукових конференцій і дискусій, присвячених дослідженню цієї багатогранної проблеми, показав, що вона є ще недостатньо дослідженою, як у теоретичному, так і в практичному аспектах.

Викладення основного матеріалу дослідження. Економічний механізм підприємства – одна з основних складових його господарського механізму. Він є сукупністю економічних методів, способів, форм, інструментів, важелів дії на економічні стосунки і процеси, що відбуваються на підприємстві, визначають основні умови функціонування підприємства і їх взаємозв'язку у рамках забезпечення ефективності управлінських процесів на підприємстві. Характерною особливістю економічного механізму є його автоматичний характер по відношенню до підтримуємих процесів або діяльності [1, с.256]. Слободян Н.Я. вважає, що складовими господарського механізму підприємства є організаційно-економічний, соціальний та правовий механізми, які тісно між собою взаємопов’язані. Організаційно-економічний механізм лежить в основі функціонування господарського механізму і визначає глибоке об’єктивне підґрунтя цього феномену, відбиває сукупність економічних та організаційно- адміністративних важелів та методів, за допомогою яких здійснюється регулювання організаційно-технічних, виробничо-технологічних, фінансово-економічних процесів та відносин з метою ефективного впливу на кінцеві результати діяльності підприємства. Соціальний механізм функціонування підприємства включає сукупність способів, методів та прийомів, за допомогою яких удосконалюються професійні, побутові, особистісні та інші відносини працівників підприємства. Щодо правового механізму, варто зазначити, що він перебуває у тісній взаємодії з організаційно-економічним та соціальним механізмами, оскільки визначає правила діяльності суб’єктів господарювання, їх права, обов’язки та відповідальність перед суб’єктами економічної системи. Взаємодія усіх трьох механізмів – рушій розвитку й удосконалення господарського механізму підприємства загалом та його складових зокрема. Отже, господарський механізм може принести очікуваний ефект лише тоді, коли він враховує всю гамму економічних та соціальних інтересів в межах правового поля та уміло їх поєднує [2, с.187]. Для ефективного господарювання економічна наука і практика виробила відповідний організаційно-економічний механізм, своєрідний інструментарій використання економічних законів.

Сутність організаційно-економічного механізму розкривається за такими ознаками: елементній, при якій механізм розглядається як організуюча система взаємозв'язків між структурними елементами; функціональній, коли механізм розглядається як сукупність видів діяльності, спрямованої на досягнення визначеної мети; процесній, коли механізм розкривається через дію з розв’язання проблеми, тобто, як процес підготовки і прийняття рішень. Організаційно-економічний механізм, на думку авторів Полозова Т.В., Кашина В.Н., Лузан Ю.Я., забезпечує функціонування і дію всіх елементів організаційно-економічної системи, а також організацію взаємодії між цими елементами для досягнення поставленої мети. Складові організаційно-економічної системи є в той же час складовими організаційно-економічного механізму даної системи, між якими він організує взаємодію. Визначення даного механізму як організаційно-економічного характеризує його як організаційну систему, що являє собою «сукупність методів, принципів, правил, прийомів, використовуваних для виконання організаційно-економічних завдань»[3,с.19]. Цей механізм має забезпечувати оптимальний рівень функціонування організаційно-економічної системи підприємства. Лисенко Ю.В. та Єгоров П.О. організаційно-економічний механізм визначають як систему формування цілей і стимулів, що дозволяє перетворювати в процесі трудової діяльності рух матеріальних і духовних потреб членів суспільства у рух засобів виробництва та його кінцевих результатів, спрямованих на задоволення платоспроможного попиту споживачів. Автор даного дослідження погоджується з їхньою думкою, спираючись на неї в певних аспектах цього дослідження, взявши за основу процеси трудової діяльності, рух матеріальних і нематеріальних засобів виробництва. Соціально-економічна природа організаційно-економічного механізму визначається пануючими відносинами власності на засоби виробництва. Кожному окремому виробництву притаманний власний організаційно-економічний механізм, ядром якого є система стимулів, які формують спонукальні мотиви досягнення високих кінцевих результатів. Від дієвості цих стимулів залежить результат виробничої діяльності [4, с. 86].

Організаційно-економічний механізм можна розглядати у двох аспектах:

1. Організаційно-економічний механізм свідомо створюється і приблизно використовується людьми (з цієї точки зору він суб'єктивний за своєю природою). Завдяки своїй суб'єктивності він вбирає в себе не тільки економічні (базисні), але й неекономічні (надбудовні) форми і методи, наприклад, юридичні норми (господарське право), морально-психологічні фактори (моральне заохочення) та інше.

2. За своїм змістом організаційно-економічний механізм об'єктивний, оскільки він реалізує сутність виробничих відносин, суть об'єктивних економічних законів [5, с.11].

Формування організаційно-економічного механізму розвитку підприємства харчової промисловості передбачає обґрунтування його структурних складових. Одним із вирішальних чинників організації виробництва є управлінський. Його значення істотно зростає на перехідних періодах соціально-економічного розвитку і тим більше у кризових ситуаціях, коли потрібно освоювати нові підходи до організації управління й виробництва, які б відповідали умовам не лише сьогодення, а й майбутнього [6, с.166]. Наявність ефективного управлінського потенціалу набуває важливого значення в умовах підвищення конкурентної спроможності, довгострокового розвитку харчових підприємств.

До основних методів та методичних підходів, що можуть бути використані в організаційно-економічному механізмі управління ефективністю діяльності підприємств харчової промисловості, віднесемо наступні:

1) ключові індикатори ефективності, що складають систему заздалегідь узгоджених кількісних вимірників, які відображають найважливіші фактори успіху підприємства. Успіх будь-якої програми управління ефективністю залежить від правильного вибору показників. Вибір неправильного набору може призвести до поведінки, що знижує продуктивність, і лише частково оптимізованим результатам;

2) методи зовнішнього бенчмаркінгу ефективності, включаючи міжнародний, що забезпечують виконання аналізу ефективності діяльності підприємства та дозволяє виявити фактори ефективності й резерви скорочення витрат ресурсів, а також потенціал зростання ефективності, необхідні для встановлення нових цілей ефективності та способів їх досягнення. Серед усіх методів цієї групи доречно використовувати методи непараметричного статистичного аналізу, зокрема Метод аналізу середовища функціонування (DEA) або Метод оболонки вільного розміщення (FDH);

3) методичний підхід до трикритеріальної оцінки ефективності діяльності підприємства, що працює в умовах конкурентного середовища. Циклічність цього підходу має забезпечити безперервність процесу покращення рівня ефективності діяльності підприємства за усіма трьома аспектами (структурним, динамічним та відносним) [7, с.132].

Для України актуальні такі загальні напрямки підвищення конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості:

1) розробка і впровадження наукоємних технологій;

2) розробка стратегії розвитку системи знань на підприємстві;

3) забезпечення фінансових умов для активізації інновацій у виробництво;

4) ресурсозбереження, зокрема, матеріало- та енергозбереження;

5) розробка і впровадження нових видів продукції;

6) підвищення якості продукції та виробництва (господарювання);

7) впровадження нових ефективних форм та методів управління.

Підвищенню конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості має сприяти нова стратегія наукової та промислово-інноваційної політики, яка ґрунтуватиметься на підтримці діяльності науково-технічних центрів, технополісів, технопарків, на розвитку венчурного бізнесу, малих і середніх інноваційних підприємств, стимулюватиме експортну орієнтацію високотехнологічних виробництв та розширення внутрішнього ринку високотехнологічної продукції. Перспективний розвиток галузі має обов'язково передбачати подальше поліпшення розміщення її продуктивних сил, посилення комплексного розвитку і спеціалізації господарств економічних районів і областей України, основними напрямами якого повинні стати:

1) поглиблення спеціалізації окремих економічних районів і областей на розвитку тих галузей і виробництв харчової промисловості, які мають необхідні умови для створення ефективної сировинної бази;

2) доведення рівня розвитку ряду галузей харчової промисловості в економічних районах і областях до масштабів, які б забезпечували потреби регіонів у відповідних харчових продуктах;

3) оптимізація розмірів підприємств харчової промисловості за їх типами в економічних районах і областях відповідно до вимог ринкової економіки, новітніх досягнень науки, техніки, технології виробництва і прогресивного світового досвіду.

Висновки. Отже, впровадження організаційно-економічного механізму розвитку підприємств харчової промисловості в умовах функціонування ринкової економіки, який поєднує механізми вільного

ринку з державним регулюванням, дозволить підвищити ефективність функціонування підприємств харчової промисловості в регіоні і сприятиме збільшенню виробництва високоякісної кінцевої продовольчої продукції.

Список використаних джерел:

1. Довгань Л. Є., Дудукало Г. О. Формування організаційно-економічного механізму ефективного управління підприємством // Екон. вісн. Нац. техн. ун-ту України «КПІ» : зб. наук. пр. 2012. Вип. 9. С. 253-258.

2. Дойчева К. С. Методичні аспекти визначення ефективності діяльності підприємств харчової промисловості // Аграрний вісник Причорномор'я. 2011. № 60. С. 185-191.

3. Дунда С. П. Методики оцінки розвитку підприємств // Управління сучасним підприємством: матеріали IX-ї Міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 25-26 квітня 2013 р.: тези доп. К.: НУХТ, 2013. С. 18-20.

4. Економічна енциклопедія: у 3 т. / ред. кол.: С.В. Мочерний та ін. Київ: ВЦ «Академія», 2001. Т. 2. 848 с.

5. Євдокимова Д. М. Державне регулювання економічного розвитку: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.01.01 «Економічна теорія». Київ, 2012. 20 с.

6. Залуцький В. П. Сутність соціально-економічного розвитку машинобудівних підприємств: методи та принципи їх забезпечення // Науковий вісник НЛТУ України. 2009. Вип. 19.11. С. 163-169.

7. Каліна І. І. Організаційно-економічний механізм ефективного управління машинобудівним підприємством // Актуальні проблеми економіки. 2011. № 9 (123). С. 130-134.

ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ПІДПРИЄМСТВАМИ СФЕРИ ПОСЛУГ

Коваль В., 4 курс (ОС «бакалавр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Менеджмент»,
спеціалізація «Менеджмент готельного, курортного та туристичного сервісу»
Наук. кер. – Хитрова О. А.

Стаття присвячена розгляду особливостей використання соціальних мереж підприємствами сфери послуг. Визначено сутність соціальних мереж, методи і функції маркетингу у соціальних мережах, зазначена класифікація соціальних мереж. Запропоновано рекомендації щодо використання соціальних мереж для підприємств сфери послуг.

The article is devoted to the consideration of the peculiarities of the use of social networks by enterprises in the service sector. The essence of social networks, methods and functions of marketing in social networks are defined, the classification of social networks is specified. Recommendations for enterprises in the field of services on the use of social networks are offered.

Про актуальність даної теми свідчить те, що важливою складовою інтернет-технологій, використання якої з метою підвищення конкурентоспроможності підприємствами сфери послуг приділяється дедалі більше уваги, є соціальні мережі. Останнім часом інтерактивні властивості соціальних мереж стали відігравати надзвичайно важливу роль у житті людей, кількість користувачів соціальних мереж у світі постійно зростає. Підприємства сфери послуг стали вважати маркетинг у соціальних мережах одним із найважливіших напрямів своєї маркетингової діяльності. Використання соціальних мереж дозволяє підприємствам більш ефективно вибудовувати комунікацію, отримуючи від аудиторії зворотний зв'язок. Зараз це потужний маркетинговий інструмент, платформа, де люди не лише спілкуються між собою, а й стежать за брендами, знайомляться з різними товарами та послугами.

Протягом багатьох років одним із бізнес-інструментів, яким найчастіше користувалися підприємці, були соціальні мережі – група інтернет-додатків, за допомогою яких поширюється інформація та полегшується взаємодія між окремими особами та організаціями. Вони охоплюють різні формати: блоги, сайти соціальних мереж, тематичні форуми тощо.

Технологія соціальних мереж почала розвиватися в середині 1990-х років одночасно із стрімким зростанням популярності інтернету. Поступово з'являлися нові функції та можливості, і зараз цей софт має великий функціонал, до якого входять засоби обміну файлами та підписки на новини, створення особистих сторінок користувачів (контакти, профілі, листування), блогів, спільнот та робочих груп (як закритих, так і відкритих), організації дискусій, створення баз знань у стилі wiki та багато іншого [4, с. 63].

Пандемія коронавірусу змінила не лише наше життя в офлайні, а й звички в інтернеті. Люди частіше, ніж будь-коли використовують соцмережі, щоб підтримувати контакт один з одним у період ізоляції. Сфера послуг максимально постраждала від епідемії коронавірусної інфекції та заходів по боротьбі з нею. Серед найбільш постраждалих - громадське харчування, фітнес і спорт, туризм, готелі, косметологія

і спа, безмитна торгівля, транспорт, розваги і масові спортивні заходи.

Сьогодні, враховуючи різноманітність соціальних мереж, можна з упевненістю сказати, що буквально кожна людина тією чи мірою використовує їх з різних причин: для спілкування, для знайомств, для роботи, для просування своїх думок, ідей, проектів тощо. Крім цього, соціальні мережі стали відмінним інструментом для реалізації PR-ідей у різних підприємствах.

Для просування на ринку підприємці сфери послуг створюють офіційну сторінку або групу компанії в соціальній мережі, де споживачі можуть ознайомитися послугами, купують рекламу у соціальній мережі, у рекламі вказують посилання профіль компанії, замовляють публікації у блогерів та використовують свої особисті соціальні мережі з метою просування послуг.

Соціальні мережі дозволяють оприлюднити усі сторони життя та діяльності підприємства, при цьому заохочуючи персонал брати активну участь у розвитку онлайн-маркетингу. Використання соціальних мереж для внутрішніх комунікацій не означає просто створення умов для того, щоб співробітники спілкувалися. Йдеться про досягнення позитивних результатів від взаємодії співробітників – підвищення рівня утримання персоналу та створення шанувальників бренду, які захоплені своєю роботою.

Більше того, великі організації за допомогою соціальних мереж не лише налагоджують комунікації між штатними співробітниками, а й шукають нових, публікуючи вакансії у відкритих контактних спільнотах. Також соціальні мережі дозволяють кадровикам проводити первинний скринінг та ранжування резюме, складати психологічні портрети кандидатів, робити бенчмаркінг вакансій, тим самим підвищуючи конкурентоспроможність своїх організацій.

Переваги соціальних мереж:

- впізнаваність бренду;
- спрямованість на людину;
- бренд як лідер думки;
- мінімальні витрати на просування;
- робота з контентом користувача;
- розуміння своєї аудиторії;
- управління репутацією бренду [7, с. 62].

Основна перевага соціальних мереж на підприємствах сфери послуг полягає в тому, що вони дозволяють створити єдину корпоративну платформу для обміну неструктурованою та неформальною інформацією. За допомогою соцмереж співробітники отримують можливість керувати інноваціями та робити свій внесок у модернізацію та стратегію компанії. Соціальні мережі, призначені для динамічного обміну знаннями, допомагають розкривати таланти та залучати до робочого процесу партнерів, постачальників, замовників та будь-які інші організації, що беруть участь у житті підприємства.

Соціальні мережі містять безліч функцій, якими користуються як звичайні користувачі, так і підприємці:

- розміщення товарів на своїй сторінці або на своєму обліковому записі;
- вбудований у соціальну мережу чат з покупцями;
- розміщення товарів на внутрішньому маркетплейсі у соціальних мережах,
- розміщення своїх товарів також на інших сторінках, де здійснюються продажі, і в стрічці користувачів;
- функція вбудованих платежів [6, с. 105].

Методами маркетингу у соціальних мережах є створення спільного бренда, робота з блогсферою (найефективнішими інструментами є корпоративний блогінг, twitter-маркетинг та робота з популярними блогерами), репутаційний менеджмент, персональний брендинг, оптимізація власного ресурсу (форуму, блогу, сайта) під параметри соціальних мереж та нестандартне SMM- просування.

В Україні та країнах близького зарубіжжя соціальні медіа набули широкого розповсюдження у зв'язку з появою соціальних мереж «Одноклассники» та «Вконтакте» у 2006 році.

Умовно можна розділити мережі взаємин на наступні категорії:

1. Мережі персональних контактів.
2. Професійні мережі.
3. Дейтинги (сайти для знайомств) [5].

Для підприємств сфери послуг соціальні мережі для спілкування становлять найбільший інтерес для бізнесу. Сьогодні сторінка бренду у Twitter або Facebook – це загальноприйнятий стандарт. Окрім майданчиків Одноклассники, ВКонтакті, Facebook, LinkedIn існують не менш цікаві:

- Tsu – платформа, на якій зареєстровані користувачі мають можливість монетизувати доходи за допомогою унікального контенту,

– Яндекс-Дзен – російський аналог Tsu, який дозволяє заробляти завдяки оригінальності матеріалу, що публікується,

– Ello – хіпстерська соціальна мережа, яка нагадує функціонал Facebook. Тут немає реклами та в цілому доброзичлива атмосфера серед користувачів. Однак, Ello далеко до звання успішного проекту,

– MySpace – у США ця соціальна мережа колись була найпопулярнішою, а сьогодні дещо здала свої позиції,

– OkCupid – американська платформа, яка дозволяє користувачам знайомитися та обмінюватися контактами,

– Loveplanet – російська версія вищезгаданого майданчика, сайт знайомств, зареєструватися на якому можуть мешканці СНД [2, с. 104].

Соціальні мережі для обміну медіа-контентом (Media sharing networks). Цей вид соціальних медіа дає користувачам широкі можливості для обміну відео та фото-контентом. Сюди відносяться Flickr, Instagram, YouTube, Vimeo, Vine, Snapchat.

Соціальні мережі для відгуків та оглядів (Online reviews). В основі зарубіжних мереж Yelp та Urbanspoon лежить геолокації та можливість залишати коментарі та рекомендації щодо локального бізнесу. Airbnb та Uber, фокусуються на відгуках про місця проживання для мандрівників та приватних перевізників.

Існують й інші класифікації соціальних мереж, їх кількість постійно збільшується, з’являються нові сервіси та функції, що розширюють їх використання

Найпопулярнішими соціальними мережами протягом 2020-2021 років є Facebook, Pinterest, Twitter, Instagram, YouTube, Tumbrl, Reddit, месенджери: Telegram, WhatsApp, Viber.

Наприклад, соціальні мережі активно застосовують у готельній промисловості. Щоб залучити клієнтів та підтримувати з ними постійний зв'язок, що впливає на лояльність, позитивний досвід і, як результат, повторні бронювання, керівництво готелів викладає в соціальних мережах найкращі фотографії гостей та стимулює їхнє спілкування між собою. Існує ряд критеріїв, що дозволяють зробити висновки щодо результатів використання соціальних мереж:

- кількість передплатників сторінки чи учасників групи;
- їхня активність – кількість коментарів;
- кількість лайків;
- кількість переходів із соціальних мереж на офіційний сайт салону краси;
- число збережень і репостів [1].

Щоб публікувати пости у соціальних мережах, готелям необхідно сформувати різні теми для контенту. Даний перелік тем можна подати в наступному вигляді: акції та знижки, що проводяться в готелі; інформація про заходи та виставки, в яких бере участь готель; інформація про пам'ятники та цікаві місця в туристичній дестинації; інформація про великі події та заходи у туристичній дестинації; скріншоти позитивних відгуків з метапошуковиків та електронних каналів продажу; у вихідні публікувати красиві та привабливі фотографії дестинації; інформація про знаменитих людей, які зупинялися у готелі. Перелічені теми для постів у соціальних мережах дозволять інформувати користувачів про акції та заходи, що проходять у готелі, а також залучати користувачів за рахунок публікації цікавої та привабливої інформації про туристичну дестинацію.

Для правильної організації просування салону краси в соціальних мережах, необхідно розуміти, якої мети потрібно досягти. У загальнодоступних джерелах описано чимало завдань реклами:

- донесення інформації до кінцевого споживача;
- спілкування з клієнтами;
- розробка репутації та управління нею;
- перенаправлення клієнтів на сайт салону краси;
- залучення клієнтів;
- формування лояльності [3].

Основними методами залучення аудиторії у контент є розробка конкурсів, співпраця з лідерами думок (подано окремий алгоритм співпраці), участь у соціальних проектах, генерація креативного контенту, розробка комплексної взаємодії зі споживачем під час всіх точок контакту клієнта з брендом, що включає як комунікацію в онлайн, так і в офлайн.

Таким чином, можна запропонувати певні рекомендації для підприємств сфери послуг по використанню соціальних мереж:

1. Спочатку дайте можливість користувачам самостійно вибрати, через який канал їм зручніше отримувати від вас інформацію.

2. Почніть з основних соціальних медіа (Facebook, VK, Linkedin, Google+, Twitter, Livejournal), і експериментуйте з нішевими майданчиками (Tumblr, Pinterest, Surfingbird, Ello, Scoop.it).

3. Ви можете налаштувати автоматизацію та крос-постинг з прив'язкою до певного часу за допомогою Hootsuite, Buffer, Stacker або Quicksprout.

4. Але згодом необхідно адаптувати контент під формат найефективніших для вашого бізнесу майданчиків [5].

Малому бізнесу з невеликим рекламним бюджетом краще проаналізувати конкурентів, обсяг аудиторії у різних соцмережах та почати з якоїсь однієї. Середньому та великому бізнесу ефективніше використовувати всі доступні соціальні канали.

Якщо маркетингова стратегія з просування у соціальних мережах розроблена грамотно і впроваджена в життя професіоналами, надалі це і впізнаваність підвищить, і трафік, і продаж, і підкаже ідеї для подальшого розвитку. Але знову-таки важливо, щоб цим займалася людина, знайома з нюансами платформи, яка розуміє психологію покупців. Чимало брендів набуло успіху завдяки соцмережам, але при цьому не менша кількість зіпсувала там репутацію.

Отже, соціальні мережі є ефективними каналами для просування бізнесу, це чудова можливість залучити нових клієнтів, підвищити лояльність існуючих, а також продемонструвати ваш професіоналізм у галузі. Популярність соціальних мереж останнім часом зростає, їх використовують для спілкування, розваг, пошуку необхідної інформації, вакансій і т. ін. Важливо використовувати всі доступні опції платформ, на яких ви зареєстровані, та робити часті оновлення. Не обов'язково мати акаунти у всіх соціальних мережах, головне – залишатися активним та корисним у тих, де ви вже представлені. Вплив соціальних мереж на бізнес проявляється завдяки прямій взаємодії з кінцевими споживачами. В першу чергу, підприємець через соціальні мережі розуміє, хто фактично є його цільовою аудиторією і хто може бути його потенційно новим споживачем. Окрім цього, соціальні мережі пропонують інструменти, які дозволяють відстежувати динаміку розвитку бізнесу – надходження нових передплатників на сторінці компанії, затребуваність окремих товарів чи послуг з допомогою зворотнього зв'язоку, ставлення аудиторії до бренду тощо. І найголовніше, соціальні мережі вже використовуються як канали продажів в Інтернеті та можуть забезпечити компанії додатковий прибуток із мінімальними витратами.

Список використаних джерел:

1. Соціальні мережі як засіб просування вітчизняного туристичного продукту на світовому ринку URL: http:// dspace. wunu. edu. ua/ bitstream/ 316497/13604/1/ 96.pdf (дата звернення: 10.11.2021).
2. Катерева О. В., Павлик В. А., Орлик О. В. Просування товарів та послуг у соціальних мережах. *Інформаційні технології в економіці і управлінні:* зб. наук. студ. праць. Одеса: ОНЕУ, 2021. Вип. 3. С. 103-110.
3. Леонова С.В. Формування лояльності клієнтів із використанням інструментів SMM на прикладі студії краси Lima Beauty Studio URL: http:// pev. kpu. zp.ua/ journals/ 2021/1_24_ukr/18.pdf (дата звернення: 10.11.2021).
4. Пилипчук В. П. Соціальні мережі в процесі просування послуг підприємства. *Науковий вісник Мукачівського державного університету*, 2018. Серія Економіка. Випуск 2(10). С. 60-65.
5. Романишин С. Б., Греськів І. Р. Особливості маркетингової діяльності в соціальних мережах URL: http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/31518/1/26-183-188.pdf (дата звернення: 10.11.2021).
6. Смолянюк О. В. Використання соціальних мереж у маркетингових комунікаційних стратегіях підприємств. *Економіка та держава*. 2013. № 5. С. 105-108.
7. Ярмолюк О.Я., Фісун Ю.В., Шаповалова А.А. Соціальні мережі як сучасний інструмент просування. *Підприємництво та інновації*. 2020. Вип. 11- 2. С. 62-65.

ВИКОРИСТАННЯ КРЕАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Ковальчук О., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Менеджмент»
Наук. кер. – Кифяк В. Ф.

У статті визначено суть використання креативного менеджменту в управлінні підприємством на прикладі ПрАТ «Кий Авіа». Проведено сітковий аналіз робіт з організації креативної послуги туристичним підприємством.

The article defines the essence of the use of creative management in the management of the enterprise on the example of enterprise "Kyi Avia". The mesh analysis of works on the organization of creative service by a tourist enterprise is carried out.

Актуальність теми роботи полягає у тому, що забезпечення невпинного розвитку підприємства та його конкурентоспроможності в умовах інтелектуалізації капіталу неможливо без формування персоналу,

який володіє необхідними знаннями і компетенціями. В умовах саме цього капіталу особливу цінність для підприємства становлять так звані інноваційні працівники, до компетенцій яких належать творчі здібності, оригінальність ідей, креативність, нестандартні підходи до вирішення професійних завдань. Таким чином до цих тенденцій створився специфічний вид менеджменту - креативний менеджмент, який направлений на формування, утримання та розвиток креативних працівників. Формування інноваційного мислення це - основна мета креативного менеджменту, оволодіння інструментарієм креативного підходу до вирішення сучасних задач, здобуття знань та навиків в області розвитку креативного середовища і створення креативної організації.

Сучасні тенденції господарювання вимагають від підприємств зміни підходів та інструментів розв'язання тих чи інших завдань, оскільки стандартні підходи вже вичерпали свої резерви підвищення ефективності діяльності підприємства. Застосування інструментів креативного менеджменту є один із варіантів успішного вирішення проблем, який сприяє особистому та професійному саморозвитку та самовдосконаленню, персоналу на підприємства. Крім того, успішний креативний менеджмент дає можливість підприємству сформувати позитивний імідж, підвищити конкурентоспроможність, ефективніше використовувати обмежені ресурси, збільшити прибуток.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання та використання креативного менеджменту в управлінні підприємством досліджували багато зарубіжних та вітчизняних науковців. Зокрема початок наукових праць можна знайти в 1950-х Дж. Гільфордом та Е. Торренсом, які стверджували, що операції мислення поділяються на дві групи конвергенція і дивергенція. Конвергентне мислення є актуальним тільки в тому випадку, коли людині, перед якою поставлена задача, потрібно на основі багатьох вимог знайти єдине вірне рішення. Конкретних рішень може бути декілька, але більшість рішень завжди є обмеженою. Дивергентне мислення – здібність створювати велику кількість ідей – Дж. Гільфорд визначав як «тип мислення, який йде в різних напрямках» [1]. Такий тип мислення допускає варіацію шляхів вирішення проблеми, призводить до неочікуваних висновків та результатів. Творчі вирішення приходять в момент релаксації, розсіювання уваги, а не в момент, коли увага свідомо концентрується на вирішенні проблеми.

На основі цих досліджень вітчизняні науковці продовжували досліджувати тему креативності що можна побачити в роботах К.В. Білецької (яка бере до уваги формування креативного лідера як менеджера сучасності) [2], Н.О. Задорожнюк (яка досліджує основні поняття креативного менеджменту), Д.К. Зінкевич (який розглядає сутність креативного менеджменту та визначає його місце в системі управління на підприємствстві) [3], О.І. Продіус (який розглядає креативний менеджмент як компоненту системи управління підприємством) [4].

Водночас проблеми креативного менеджменту в управлінні підприємствством є актуальними, тому розгляд останніх досліджень та аналіз публікацій свідчить про необхідність розгляду ключових понять.

Мета і завдання дослідження. Метою наукової роботи є визначення передумов формування та використання управління креативного менеджменту на підприємстві ПрАТ «Кий Авіа».

Для досягнення поставленої мети в ході виконання роботи поставлені наступні завдання:

- вивчити сучасні підходи до організації креативного менеджменту на підприємстві;
- провести аналіз господарської діяльності ПрАТ «Кий Авіа»;
- здійснити оцінку креативно-інноваційної компоненти підприємства;
- описати впровадження креативних послуг в діяльність туристичного підприємства ПрАТ «КИЙ АВІА» та управління ними;
- сформувати методику сіткового планування при управлінні креативними послугами на підприємстві;

Виклад основного матеріалу дослідження. Загалом креативний менеджмент лежить в основі креативності риси характеру. Креативність – це спосіб дізнатися та виправити проблему, придумати певну низку ідей, користуватися гнучкістю мислення, мати оригінальний підхід до вирішення складних задач, вдосконалювати або оновлювати предмет, змінюючи певні деталі, побачити в предметі новизну, а отже можливість аналізувати та синтезувати деталі проблем.

Креативність можна розвивати так само, як і якість характеру. В кожної людини є здібності, які при певному підході можна відкрити або розвити. Щоб досягнути цього потрібно утворити гармонійний психологічний клімат в колективі. Працювати в творчому режимі можна там де відчуваєш комфорт та свободу. Це дасть можливість працівникам розкрити свої навички та самореалізувати свої здібності. Надважливим є мініманізація стресових ситуцій або швидке вирішення певної проблеми. Щоб розвивати креативність в колективі потрібне постійне оновлення інформації, яку працівники повинні отримувати на спеціалізованих тренінгах, конференціях чи семінарах. І що є головним для творчих людей це заохочення,

адже оцінка їх праці не менш важливе ніж матеріальні винагороди.

В цей гіперконкурентний час менеджеру не так важливо володіти всією інформацією, як креативно мислити, щоб розв'язувати сучасні проблеми в управлінні на підприємстві.

Сучасний менеджер повинен володіти такими якостями, а семе:

- компетентність;

- креативне мислення, гнучкість, наполегливість;

- мотивація – як внутрішня (особисте бажання вирішувати проблеми), так і зовнішня (просування кар'єрним сходинками).

Доречним буде проаналізувати основні підходи вчених до формування креативного середовища, а саме в організаціях. Так, К. Кірсанов описує, що креативний менеджмент слід відносити до проблематики управління колективом, і це є менеджмент безпосередньо колективних творчих процесів, що впливають на знаходження ефективних не класичних рішень [5]. На переконання В. Журавльова, креативний менеджмент – це управління персоналом в організаціях, що направлене на максимальне розкриття й надалі використання їх творчих здібностей у інноваційному циклі для винаходження нових конкурентоспроможних ідей на рівні винаходів у самих різних сферах людської діяльності [6]. Послідовники під керівництвом О. Кузьміна наголошують, що креативний менеджмент потрібно розуміти як підсистему інноваційного менеджменту, де передбачається забезпечення здатності суб’єктів управління як висувати так і розвивати нові ідеї, що набувають форми наукової або технологічної інформації [5]. І. Свидрук вважає, що креативний менеджмент – це складний механізм синтезу керуючої та керованої систем для надання правильних умов і можливостей творчого розвитку й здобутку в підсумку ефективних показників. До того ж креативний менеджмент в організаціях – це особлива організаційно-управлінська діяльність, що має бути спрямована на отримання високих економічних, соціальних, екологічних результатів при активізації творчої діяльності для введення інновацій. Він не виділяє нові методи активізації творчого потенціалу, а просто визначає їх склад і найраціональнішу послідовність [7]. І. Литвин зазначає, що креативний менеджмент слід розглядати як вплив на творчих працівників, маючи на меті генерування, пошук, розвитку та вдале поєднання комерційних ідей. При цьому не забуваючи про їх оцінювання та вибір з метою реалізації інноваційного розвитку і досягнення цілі та місії підприємства [8].

Враховуючи все це, можна стверджувати, що головною метою креативного менеджменту є генерація нових ідей і пошук нових рішень для досягнення успіху країни в різних областях, зокрема, і в громадському секторі. Отже, креативний менеджмент спрямований на всебічне розкриття творчих здібностей людей, тоді як традиційне адміністрування засноване на виконанні людьми твердо встановлених правил і не спрямоване на виявлення ними ініціативи і розкриття всіх своїх здібностей [9].

Отже, креативний менеджмент на підприємстві – це особлива управлінська діяльність, що спрямована на активізацію творчої діяльності працівників щодо генерування, пошуку, розвитку, поєднання креативних ідей, їх оцінювання та вибору з метою реалізації інноваційного розвитку підприємства та одержання високих економічних, соціальних, екологічних результатів.

ПрАТ «Кий Авіа» - провідна українська компанія на ринку транспортних та туристичних послуг. Місія ПрАТ «КийАвіа»- надати клієнтам найбільш повне та якісне обслуговування та продаж усіх видів транспорту, туризму та супутніх послуг. Пріоритетні цінності, на яких базується ПрАТ «Кий Авіа», - увага до клієнтів, якість, надійність та відповідальність.

Основна місія підприємства «Кий Авіа Гарант» - турбота про клієнтів по всій Україні, а також за кордоном. Для цього компанія надає якісні послуги з обов'язкового та добровільного страхування. Комплексний підхід та поєднання різних страхових продуктів дозволяє вирішувати нетипові проблеми, пов’язані з особливостями підприємницької діяльності в різних сферах бізнесу та розуміти їхні ризики щодня, компанія «Кий Авіа Гарант» має:

– довірчі стосунки з клієнтами, оскільки вони побудовані на повазі, відкритості, розумінні бажань та можливостей, а також на гідному рівні обслуговування;

– прозорі умови страхування;

– тісні партнерські відносини;

– широкий спектр страхових продуктів;

– якісний та сучасний підхід до оперативного регулювання страхових випадків;

– цілодобова комунікація та підтримка клієнтів. Кожен клієнт - це окрема історія, яка вимагає індивідуальних підходів та нестандартних рішень туристичного підприємства «Кий Авіа» [10].

Щодо передумов формування креативного менеджменту, то загалом їх можна розділити на два види: зовнішні та внутрішні. Зовнішні зміни в середовищі в свою чергу поділяють на зміни прямого та непрямого впливу. До прямого ми віднесем споживачів, конкурентів, постачальників, посередників, контактну

аудиторію, товари замінники, державні органи та громадські організації. До непрямого віднесем техніко-технологічне середовище, економічне середовище, політоко-правове середовище, соціально-культурне середовище, міжнародне середовище.

Щодо внутрішніх, то їх поділим на позитивні та негативні тенденції. До позитивних віднесем вихід на нові ринки збуту, інвестиції, гнучкість організації, децентралізацію управління, демократичний та ліберальний стиль управління, ефективну систему мотивацій праці, можливості самореалізації та саморозвитку працівників. До негативних віднесем зниження прибутковості, зниження частки ринку, зниження ефективності, зростання плинності кадрів, зниження конкуренто-спроможності продукції та організації, посилення бюрократизації, падіння курсу акцій.

Таблиця 1

Функції та завдання управління діяльністю туристичного підприємства «Кий Авіа»

№ п/п	*Функції*	*Завдання*
1.	Прогнозування	Розробка прогнозу попиту на туристичні послуги і кон'юнктури національного та міжнародного туристичних ринків, розробка стратегії маркетингу прогнозування обсягів виробництва та собівартості послуг, прогнозування цін на туристичні послуги та виручки від їх реалізації, прогнозування витрат на здійснення туристичної діяльності.
2.	Планування	Розробка планів виробництва туристичних послуг, формування асортименту туристичних послуг, формування планів маркетингу, розробка плану рекламної діяльності, розрахунок транспортних витрат, розробка заходів щодо оптимізації ризиків, пов'язаних із здійсненням туристичної діяльності.
3.	Організації	Організація проведення маркетингових досліджень кон'юнктури ринків туристичних послуг, інформаційне та фінансове забезпечення надання туристичних послуг, ведення договірної роботи з готелями, укладання договорів та визначення умов оплати укладання договорів на оренду транспортних засобів тощо.
4.	Ведення обліку	Витрат на готельне обслуговування, витрат на ресторанне обслуговування, витрат на страхове обслуговування, транспортних витрат, витрат на обробку замовлень, споживачів витрат на рекламну діяльність, витрат на збут туристичних продуктів і реалізацію турпослуг.
5.	Здійснення контролю за	Процесом сплати за готельно-ресторанне обслуговування, процесом сплати за транспортне обслуговування, процесом сплати за страхове обслуговування, процесом рекламної діяльності, сплатою споживачами за надання туристичних послуг.
6.	Аналізу	Кон'юнктури туристичних ринків, конкурентів і споживачів рекламної діяльності, цін на туристичні послуги проведення SWOT-аналізу.
7.	Регулювання	Узгодження умов договорів та розрахунків з готелями, ресторанами, страховими компаніями, аеропортами тощо.

Важливими також є надійність, безпека, інформаційна достовірність, психологічний комфорт. На якість обслуговування впливає асортимент пропонованих послуг. Необхідні комплексність послуг і товарів, їх спрямованість на конкретного споживача, а також своєчасність їх надання, що має великий вплив на якість обслуговування.

Для якості туристського обслуговування мають значення і такі, що не піддаються прямому вимірюванню характеристики, як естетика, комфортність, етика, культура праці, поведінки і мови.

Розглянемо склад основних функцій ПрАТ «Кий Авіа»:

1. Вивчення потреб потенційних туристів на тури та туристичні програми.

2. Складання перспективних програм обслуговування, турів і апробація їх на ринку з метою виявлення відповідності потребам туристів.

3. Взаємодія на договірній основі з такими підприємствами, як: готель - на надання туристам місць проживання; підприємствами харчування - з надання туристам харчування; транспортними підприємствами, фірмами і компаніями - на надання транспортного обслуговування туристів; екскурсійними фірмами, музеями, виставковими залами, парками та іншими закладами - з надання туристам, фірмами, що надають різні побутові послуги, - на відповідне обслуговування.

4. Розрахунок вартості туру, транстура і визначення ціни з урахуванням ринкової ситуації. Встановлення тарифів і цін на свої послуги з комплектації турів різного складу, класності та ін.

5. Забезпечення туристів, які подорожують по маршрутах турів, усіма необхідними матеріалами

рекламно-сувенірного характеру, спеціальним спорядженням та інвентарем.

6. Підготовка, підбір і призначення на маршрути кадрів, що виконують функції контакту з туристами, координації та контролю за виконанням програм обслуговування.

Щодо показників фінансових результатів (прибутку) ПрАТ «Кий Авіа» характеризує абсолютну ефективність управління компанією у всіх сферах її діяльності: виробництві, маркетингу, постачанні, фінансовій та інвестиційній діяльності. Вони складають основу економічний розвиток підприємства та зміцнення його фінансових зв'язків з усіма учасниками комерційного бізнесу.

Варто звернути увагу, що розмір чистого прибутку у 2020 році порівняно з 2018 роком зменшився на 68%, а порівняно з 2019 роком - на 77%. У той же час, чисті реалізовані продажі зросли відповідно на 32% та 12%. Валовий прибуток підприємства у 2020 році зріс на 37% порівняно з 2018 роком та збільшився на 14% порівняно з 2019 р. Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток за 2020 рік до 2018 року збільшився на 6514 тис. грн., а до 2019 року - на 8305 тис. грн.

При впровадженні в діяльність на туристичному підприємстві «Кий Авіа» креативної стратегії виникає проблема розробки саме такої господарської політики і креативних цілей, які дозволили б підприємству підтримувати конкурентоспроможність в перспективі. Як показує міжнародний досвід, все більше визнається необхідність свідомого управління змінами, виходячи з науково обґрунтованої процедури їх передбачення, регулювання, пристосування до цілей організації, до зовнішніх умов.

Сучасним інструментом управління розвитком конкурентоспроможного туристичного підприємства в умовах наростаючих змін у зовнішньому середовищі і пов'язаної з цим не визначеності, і є методологія креативного управління, основою якого є стратегічне мислення і креативний менеджмент.

Сучасна креативна стратегія впроваджується на підприємстві не тільки для самого керівництва, а й усього колективу, тобто більшості, зацікавленої в позитивному іміджі і процвітанні підприємства. Тому необхідно використовувати потенційні можливості всього персоналу туристичного підприємства, на що і спрямований механізм креативного менеджменту.

Креативне управління тісно переплітається з креативними послугами. Для підприємств туристичної галузі це є специфічні послуги, що нехарактерні підприємству (є нетиповими). Це може бути і еко-туризм, якщо попередньо він не був представлений в підприємства. Також пригодницькі чи пізнавальні тури в різні куточки світу

Причина популярності креативного туризму - доступність подібних заходів, гнучкість формату і можливість підігнати їх під будь-які цілі і завдання будь-якої підприємства туристів.

Ще одним видом креативних послуг може бути саме екшн-ігри. Вони все частіше витісняють командоутворюючі тренінги або тімбілдинг і навіть з успіхом використовується у всіляких івент-заходах. Таким чином ми можемо дійти висновки, що даний перелік послуг для туристичного підприємства формує креативний туризм (набір креативних послуг). Креативний туризм викликає все більший інтерес у жителів великих міст, як форма активного дозвілля.

Так, креативні послуги для туристичного підприємства «Кий Авіа» будуть відрізняється від інших різновидів тим, що завдання організаторів туру - не розслабити туристів, а синтезувати їм такі умови, в яких вони змогли б щось відкрити для себе, знайти, пізнати, зрозуміти, зарядитися позитивом і енергією для нових подвигів. Його відмінна особливість полягає в тому, що головне - це не місце, куди вирушає група, а враження, які мандрівники виносять з туру. У цьому турі головне не переміщення в просторі, а створення особливої атмосфери.

У діяльність туристичного підприємства «Кий Авіа» пропонуються впровадити наступні креативні види послуг, що є нетиповим для його діяльності:

Корпоративні заходи:

- Прес-конференція
- Ділові обіди
- Підготовка та проведення „Дня компанії", Таймбілдінг
- Презентації
- Організація і святкування будь-яких корпоративних свят
- Святкові вечори
- Конкурси та спеціальні програми

Ділові заходи:

- корпоративні свята
- на природі
- конференції
- форуми

- збори дилерів та торгових представників
- семінари для клієнтів
- виставки
- корпоративні свята на природі

Будь-яка запропонована креативна послуга ПрАТ «Кий Авіа» має певну мету: формування позитивного іміджу туристичного підприємства, залучення нових клієнтів, згуртування колективу або заохочення співробітників. Таким чином, добре організована креативна послуга - це не тільки розвага, а й ефектний PR.

Наведемо приклад використання інструментарію сіткового планування при управлінні креативними проектами в ПрАТ «Кий Авіа». Отже, менеджеру підприємства «Кий Авіа» необхідно для ефективної організації запропонованої нової креативної послуги (в нашому прикладі візьмемо організацію міжнародної конференції) скласти план-графік. Також на основі цього необхідно побудувати сіткову модель та визначити її основні параметри. Вихідними даними служить перелік всіх видів робіт та основних показників, так як необхідна кількість працівників та період, що відводиться на кожну операцію (табл. 2).

Таблиця 2

Комплекс робіт по організації креативної послуги туристичним підприємством «Кий Авіа» (організація міжнародної конференції)

№ п/п	*План заходів*	*Передує*	*Кількість осіб*	*Кількість днів*
1.	Розробка та затвердження концепції та формату заходу	-	2	5
2.	Розробка та затвердження план-графіку підготовки та проведення заходу	3	2	5
3.	Створення робочої групи	1	5	5
4.	Формування попереднього списку учасників	3	1	15
5.	Розробка бюджету заходу	2	3	5
6.	Затвердження місця та дати проведення конференції	5	2	2
7.	Розробка та затвердження програми конференції	4,6	2	10
8.	Затвердження списку учасників	4,6	1	10
9.	Бронювання залу для проведення конференції, замовлення кейтерінговим компаніям харчування	4,6	1	5
10.	Проведення рекламної підприємства	7	5	20
11.	Замовлення квитків, місць у готелях учасникам, замовлення автомобілів	7,8	3	15
12.	Розробка, затвердження та друк роздаткових матеріалів	7,8	2	10
13.	Підготовка залу (перевірка обладнання, банери, квіти, таблички)	9,10,11,12	4	4
14.	Реєстрація учасників, видача бейджів	9,10,11,12	3	4
15.	Проведення конференції	13,14	5	1
16.	Підготовка та здача звіту про конференції	15	2	2
17.	Здача підсумкового бюджету	15	2	2

Аналізуючи отримані графіки зауважимо, що перерозподіл будь-яких менеджерів (тобто оптимізація ресурсів на туристичному підприємстві) можлива лише в рамках одного етапу. У нашому випадку це є роботи 2-а, 5-а, 6-а, 9-а, 11-а та 12-а. У зв’язку з неможливістю пересунути будь-яку з робіт на певний час, керівництво туристичного підприємства приймається дана сіткова мережа та затверджується план-графік. Проведений аналіз дозволяє оцінити доцільність структури моделі, визначити ступінь складності виконання кожної роботи, завантаження виконавців робіт на всіх етапах виконання комплексу робіт.

Переваги моделей сіткового планування і управління забезпечують своєчасне внесення коректив в процес управління і в роботу різних управлінських звільнюється від рутинної діяльності. Використання комп'ютерних графіків в організації дозволяє з високою ступіню чіткості, ясності, переконливості органів, ефективне передбачення майбутнього і належного впливу на хід виконання робіт. Забезпечуються також необхідні умови для застосування досвіду, творчих можливостей людини на етапах постановки завдань, коригування ходу їх вирішення і оцінки кінцевих результатів. Топ-менеджмент підприємства і предметності своєчасно вирішувати виникаючі питання.

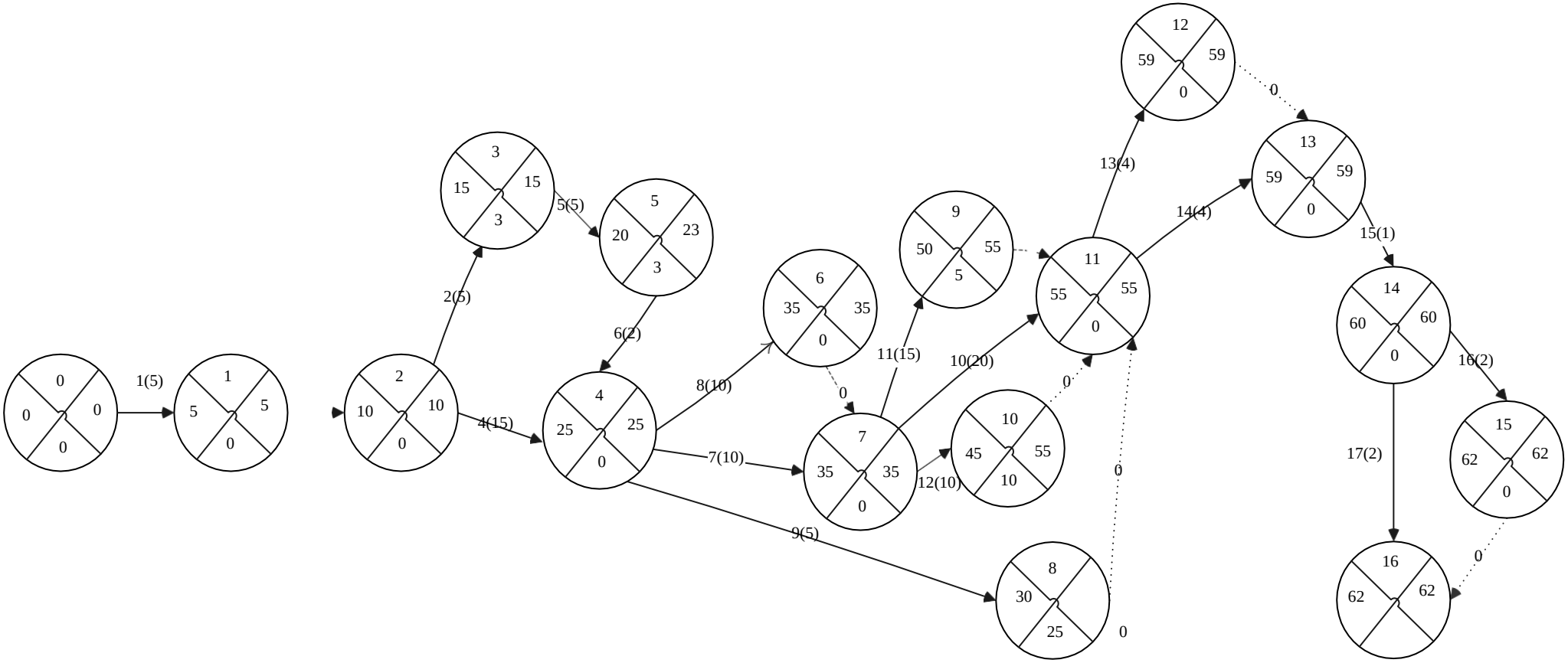

Рис. 1. Сітковий графік комплексу робіт по організації креативної послуги туристичним підприємством «Кий Авіа» (організація міжнародної конференції)

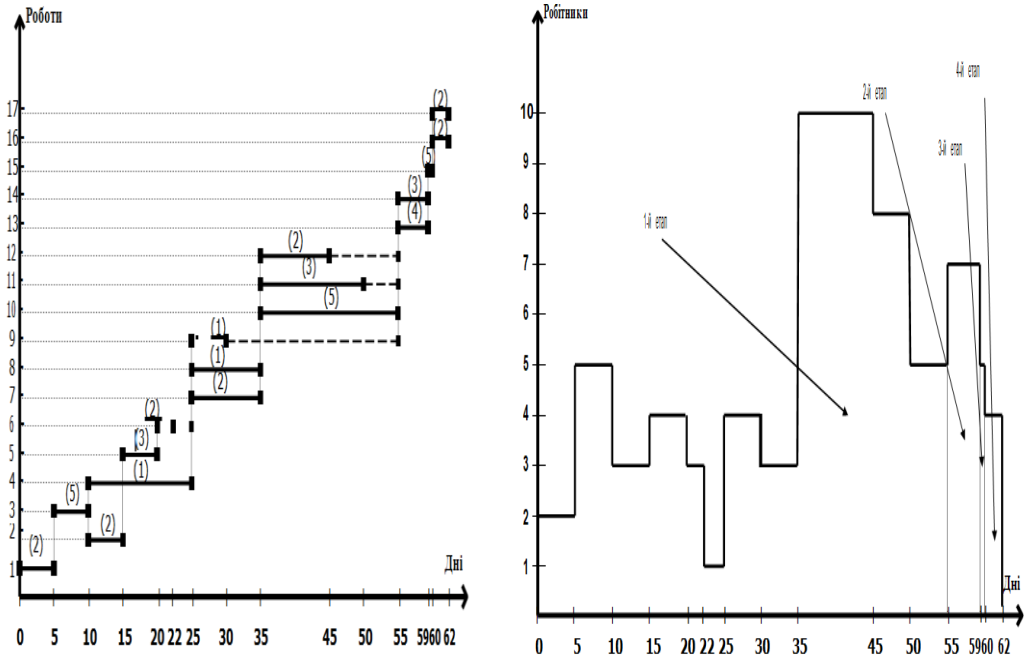

Рис. 2. Приклад використання графіка Ганта при організації міжнародної конференції

Висновки. В роботі було використано інструментарій сіткового планування при управлінні креативними послугами туристичного підприємства «Кий Авіа». Було з'ясовано, що використання доцільне і на стадії планування, і на стадії оперативного управління проектом. Використання сіткового планування дозволяє визначити оптимальні терміни виконання проекту при мінімальних витратах, як матеріальних, так і трудових.

В роботі було детально описано комплекс робіт по організації креативної послуги туристичним підприємством «Кий Авіа» (організація міжнародної конференції), також було побудовано сітковий графік проекту та графік Ганта. Проведений сітковий аналіз дозволив оцінити доцільність структури проекту, визначити ступінь складності виконання кожної роботи, завантаження виконавців робіт на всіх етапах виконання комплексу робіт.

Впровадження в діяльність ПрАТ «Кий Авіа» нових креативних послуг вимагає від підприємства автоматизації діяльності яка може підвищити ефективність роботи менеджера по проектом. Впровадження даної системи дозволить одночасно вести декілька проектів, враховувати найменші нюанси роботи, складати за допомогою програмного продукту ефективні план-графіки з оптимізовано підібраними людськими ресурсами, вчасно контактувати із зовнішніми компаніями (кетерінг, транспортні, готелі тощо), автоматично формувати звіти про виконану роботу.

Список використаних джерел:

1. URL: https://vip-divan.su/raznoe/dzh-gilford-opredelyaet-kreativnost-kak-konczepcziya-kreativnosti-dzh-gilforda-i-e-p-torrensa.html
2. Білецька К.В. Засади формування креативного лідера як менеджера нового покоління / К.В. Білецька // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. 2015. № 4. С. 58–64. URL: https://economic-journal.ideil.com/ content/files/1g/aj/1gajnap1sv71u5edmgsmr1j881j2im7g.pdf.
3. Зінкевич Д.К. Сутність креативного менеджменту і його місце в системі управління машинобудівним підприємством / Д.К. Зінкевич // Науковий вісник ЛНТУ України. 2009. Вип. 19.2. С. 182–187. URL: http://nltu.edu.ua/nv/ Archive/2009/19_2/182_Zinkiewycz_19_2.pdf.
4. Продіус О.І. Креативний менеджмент як запорука сучасного ефективного управління // Економіка: реалії часу. 2012. № 3–4(4–5). С. 67–72. URL: http://economics.opu.ua/ files/archive/2012/No3-4/67-72.pdf.
5. Збірник нормативних документів з питань регулювання туристичного та готельно-ресторанного бізнесу / Д.І. Басюк, В.С. Заєць. Кам`янець-Подільский: Абетка, 2018. 220 с.
6. Загородній А.Г., Вознюк Г.Л., Смовженко Т.С. Фінансовий словник. 4- те вид., випр. та доп. Київ: Т-во «Знання», КОО; Львів: Вид-во Львів, банк, ін-ту НБУ, 2012. 566 с.
7. Зуб А. Т. Стратегический менеджмент: Теория и практика: Учебное пособие для вузов. Москва: Аспект Пресс, 2012. 415 с.
8. Кальченко А.Г. Логістика: Навч. посібник. К.: КНЕУ, 2000. 208 с.
9. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці: Книги-ХХІ, 2016. 300 с.
10. Управлінські рішення: евристичність, креативність, транспарентність: навчальний посібник / М.П. Бутко, І.М. Бутко, В.П. Мащенко, М.І. Мурашко, Л.Д. Оліфіренко / Під ред. М.П. Бутко. Ніжин: ТОВ «Видавництво «Аспект-Поліграф», 2008. 428 с.

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ ІЗ ПОРОШКОМ З ГІДРОБІОНТІВ

Куніцин О., 4 курс (ОС «бакалавр),
Михальська О., 2 курс (ОС «бакалавр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Харчові технології», спеціалізація «Харчові технології»
Наук. кер. – **Романовська О. Л.**

У статті наведено дослідження інноваційних технологій хлібобулочних виробів підвищеної харчової цінності. З метою збагачення здобних хлібобулочних виробів корисними нутрієнтами наведено органолептичну оцінку та проаналізований хімічний склад порошків з гідробіонтів: креветок, крабів, сайди та тріски. З урахуванням даних дослідження розроблена загальна технологічна схема виробництва кренделю з порошком тріски.

The article presents a study of innovative technologies of bakery products of high nutritional value. In order to enrich rich bakery products with useful nutrients, organoleptic evaluation and analysis of the chemical composition of powders from aquatic organisms: shrimp, crabs, saithe and cod. Taking into account the research data, the general technological scheme of pretzel production with cod powder has been developed.

Актуальність даної теми полягає в тому, що конкурентоспроможність закладів ресторанного господарства залежить від впровадження інновацій: продукції, послуг, концепції тощо, тому впровадження у діяльність інноваційних технологій кулінарних страв та виробів є вагомим складником. Серед таких інновацій є розроблення рецептур кулінарних страв, борошняних кондитерських та хлібобулочних виробів, останні з яких є соціальним продуктом щоденного вжитку, від якості якого залежить стан та здоров'я людини. Хлібобулочні вироби характеризуються високим вмістом вуглеводів (особливо крохмалю), які швидко засвоюються організмом людини і це може призвести до таких захворювань як цукровий діабет, ожиріння.

Інноваційною сировиною, яка сприяє підвищенню харчової цінності хлібобулочних виробів є порошок з гідробіонтів, що містить білки, у тому числі амінокислоти, мінеральні елементи та вітаміни.

Метою статті є обґрунтування інноваційних технологій хлібобулочних виробів з додаванням порошків з гідробіонтів.

Предметом дослідження є порошки з гідробіонтів: креветок, крабів, сайди та тріски.

Хлібопекарська галузь забезпечує випуск широкого асортименту хлібобулочних, бубличних дієтичних виробів, на кожен з яких розроблена рецептура та технологія. Головним завданням харчової промисловості є створення принципово нових рецептур та технологій хлібобулочних виробів підвищеної харчової цінності з високими показниками якості, що здатні забезпечити організм людини корисними нутрієнтами.

Сьогодні поряд з великими хлібобулочними підприємствами відкриваються та налагоджують виробництво хлібобулочних виробів дрібні пекарні, які виробляють продукцію за традиційною та впроваджують нові технології хлібобулочних виробів [1]. Це пов'язано зі зміною уподобань та попиту споживачів, що зумовлено впливом європейського ринку хлібопекарської промисловості. Так, у Європі популярний сегмент продукції займають цільнозернові, вегетаріанські, органічні, гіпоалергенні, безглютенові хлібобулочні вироби [2]. Структура асортименту хлібобулочної продукції в Україні наведено на рис. 1.

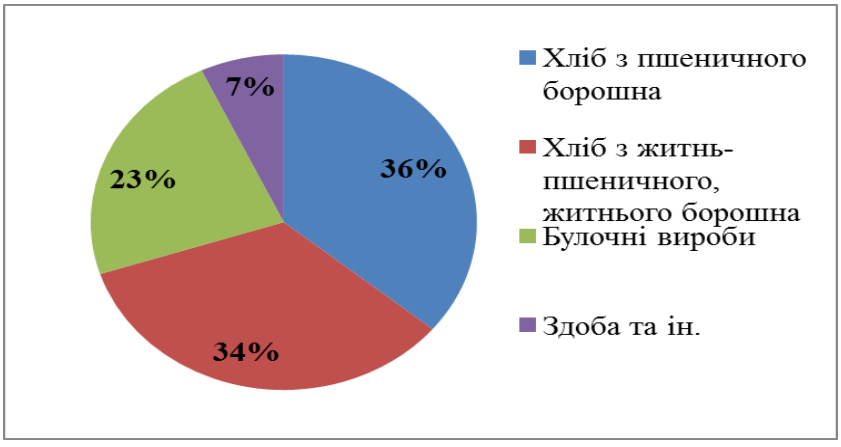

Рис. 1. Структура асортименту хлібобулочної продукції в Україні

Дані рис. 1 свідчать, що найбільше в Україні споживають хліб з пшеничного, житньо-пшеничного та житнього борошна, найменше – здоби, що пов'язано з високим вмістом простих вуглеводів та жирів. Здобні хлібобулочні вироби – це хлібобулочні вироби з вмістом за рецептурою цукру і/або жирів 14% і більше від маси борошна [3]. Тому покращення рецептури та технології, а також хімічного складу здобних виробів є актуальним завданням.

До асортименту здоби входять дрібноштучні хлібобулочні вироби, масою менше ніж 200 г: кренделя; вироби зниженої вологості (бублики, сушки); пиріжки, пончики тощо.

Покращенню харчової та біологічної цінності хлібобулочних виробів присвячені праці вітчизняних та зарубіжних вчених: К. Г. Іоргачової,В. І. Ципріян, Б. О. Голуб, А. М. Дорохович, В. В. Дорохович, Ю. Бондаренко, J. Van Loo, P. Coussement, J. A. Brasil, Hala S. Sayed, M. Roberfroid [4-9]. З цією метою до рецептури хлібобулочних виробів додають сировину як рослинного, так і тваринного походження.

З метою підвищення харчової цінності досліджено технологію хліба з додаванням продуктів переробки цикорію коренеплідного (*Cichorium intybus L.*) та розторопші плямистої (*Silybum marianum*). Проведеними дослідженнями встановлено, що обрана сировина, а саме добавка дієтична цикорій у кількості 0,5 % сприяє збільшенню вологості та кислотності тіста, а також покращенню органолептичних показників якості хліба: вироби мають легкий аромат та присмак добавки. Додавання шроту розторопші у кількості 2 % та 6 % олії розторопші до рецептури хліба не тільки покращили органолептичні, фізико-хімічні та структурно-механічні властивості, а й підвищили його біологічну цінність, завдяки збільшенню вмісту вітамінів та мінеральних елементів [10].

Запропоновано інноваційну рецептуру та технологію дрібно штучних хлібобулочних виробів з використання меду бджолиного у кількості 50 % та екстракту з листя зеленого чаю у кількості 7 % від маси молока. Встановлено, що використання натуральної сировини впливають на підйомну силу дріжджів. Це сприяє підвищенню висоти хлібобулочних виробів, а також харчової цінності. Так, у розроблених виробах «Рогалик з маком «Медовий», плюшка «Вітамінна» та «Булочна українська дієтична» значно збільшився вміст мінеральних елементів (Калію, Фосфору) та вітамінів (Р, С) за рахунок використання екстракту з листів зеленого чаю [11].

Досліджено вплив кальцієвмісних добавок лактату кальцію та «Ротавіт кальціум» на органолептичні та поживні властивості хлібобулочних виробів. Встановлено, що додавання добавок у кількості 1 % до маси борошна може забезпечити 30 % добового споживання кальцію, а також покращити органолептичні властивості готового продукту [12].

З метою розширення асортименту хлібобулочних виробів, а також з метою покращення біологічної цінності розроблено рецептуру житньо-пшеничного хліба з використанням кропу та пажитнику в кількості 5 % до маси борошна. Встановлено, що за рахунок додавання прянощів скорочується час бродіння закваски, а також покращуються органолептичні властивості випеченого хліба. Кріп та пажитник покращують мікрофлору кишківника та сприяють кращому засвоєнню їжі [13].

Найпоширенішим інноваційним методом розробки та покращення рецептур та технологій хлібобулочних виробів є додавання до їх складу різних видів борошна (гарбузове, гречане, рисове, кукурудзяне, сорго тощо). Використання різних видів борошна під час виробництва хлібобулочних виробів сприяє збільшення вмісту харчових волокон, клітковини, вітамінів, мінеральних елементів, а також покращенню структурно-механічних властивостей випечених виробів [14-16].

Також під час виробництва хлібобулочних виробів до складу рецептури додають шроти олійних культур (насіння гарбуза, кунжуту, волоського горіха тощо). Додавання шротів має значний вплив на формостійкість, збільшує термін зберігання свіжості та питомий об'єм хлібобулочних виробів [17, 18].

Отже, сучасний споживач намагається дотримуватись здорового способу життя шляхом включення до щоденного раціону корисних харчових продуктів. Відповідно до опитувань, 77 % європейських споживачів прагнуть скоротити вміст цукру у харчових продуктах, а 29 % - скорочують споживання простих вуглеводів шляхом збільшення у раціоні харчових волокон, клітковини, пектинів тощо. Поряд з цим 69 % споживачів відмовляються від харчових продуктів з додаванням добавок, 80 % - хочуть споживати продукти з підвищеним вмістом вітамінів, харчових волокон, цільнозернового борошна, 30 % - з високим вмістом Кальцію, вітамінів та мінеральних елементів [2].

Проведений аналіз інноваційних технологій хлібобулочних виробів свідчить, що використання додаткової сировини у рецептурах сприяє збільшити харчову цінність, а також розширити їх асортимент.

Одним із нетрадиційних джерел корисних речовин є продукти переробки рибної сировини, таких як порошків з гідробіонтів (різних видів риб та морепродуктів), які можна використовувати як добавку до хлібобулочних виробів з метою підвищення вмісту білку, у тому числі амінокислот, мінеральних елементів, вітамінів.

Норвезька фірма «Rieber Food Ingredients» одна з найперших компаній, яка розпочала на початку 70-х років експорт порошків з гідробіонтів по всьому світу [19, 20]. Для виробництва порошків з

гідробіонтів застосовується методи розпилювального або вакуумного сушіння. Обидва методи щадні, температура в процесі сушіння не перевищує 100 °С, що дозволяє уникнути пригорання і появи гіркого присмаку в продукті.

Органолептичні показники порошків з гідробіонтів наведено у таблиці 1.

Таблиця 1

Органолептичні показники якості порошків з гідробіонтів (г/100 г)

Назва показника	Порошок з креветок	Порошок з крабів	Порошок з сайди	Порошок з тріски
Зовнішній вигляд	Порошок від світло-рожевого до рожевого кольору		Порошок від світло-сірого до темно-сірого кольору, не допускається тьмяний сірий відтінок	
Смак та запах	Властивий даному продукту, солоний, без сторонніх присмаків та запахів		Властивий даному продукту, солоний, без сторонніх присмаків та запахів	

Хімічний склад порошків з гідробіонтів фірми «Rieber Food Ingredients» наведено у табл. 2 [21].

Таблиця 2

Хімічний склад порошків з гідробіонтів (г/100 г)

Назва показника	Порошок з креветок	Порошок з сайди	Порошок з крабів	Порошок з тріски
Вологість, %	5,00	5,00	5,00	5,00
Білки	60,00	73,00	51,00	89,00
Ліпіди	12,00	4,50	7,00	3,50
Зола	20,00	21,00	36,00	8,00
Вітаміни, мг				
Жиророзчинні				
Ретинол	-	0,05	0,13	0,05
Токоферол	11,98	1	58,53	4,85
Водорозчинні				
Тіамін	0,31	0,20	1,00	0,47
Рибофлавін	3,00	4,00	3,00	3,00
Піридоксин	0,58	1,25	0,67	0,90
Фолацин, мкг	68,61	13,06	20,00	60,00
Кобаламін, мкг	4,23	3,19	5,00	8,40
Аскорбінова кислота	7,39	0,00	13,50	5,20
Мінеральні елементи, мг				
Макроелементи				
Калій	1372,00	1800	580,00	1600,00
Кальцій	3500,00	1200	1200,00	650,00
Магній	400,00	350	250,00	200,00
Натрій	3300,00	410	12000,00	760,00
Фосфор	1100,00	4400	520,00	1100,00
Мікроелементи, мкг				
Залізо	25700,00	23000	12000,00	26000,00
Йод	110,00	150,00	150,00	135,00
Мідь	4486,00	3000	3016,00	800,00
Цинк	550,00	700	240,00	28,00
Селен	200,00	150	200,00	100,00

Аналіз хімічного складу порошків з гідробіонтів свідчить, що найвищий вміст білку має порошок з тріски (89 г), золи – порошок з крабів (36 г) та найменшу кількість ліпідів має порошок тріски (3,50 г). Також проаналізовано, що 100 г порошків фірми «Rieber Food Ingredients» забезпечують в середньому 180 % добової потреби Рибофлавіну (вітаміні B_2); 42,5% - Піридоксину (вітамін B_6); 173 % - Кобаламіну (вітамін B_{12}) та 15% - Фолацину (вітаміні B_9).

Отже, за результатами органолептичних показників та хімічного складу порошків з гідробіонтів у якості добавки для виробництва хлібобулочних виробів, а саме кренделів, обрано порошок з тріски.

Контролем слугувала традиційна рецептура та технологія кренделю «Ювілейний» опарним способом. Технологічна схема виробництва кренделю з порошком тріски наведено на рис. 2.

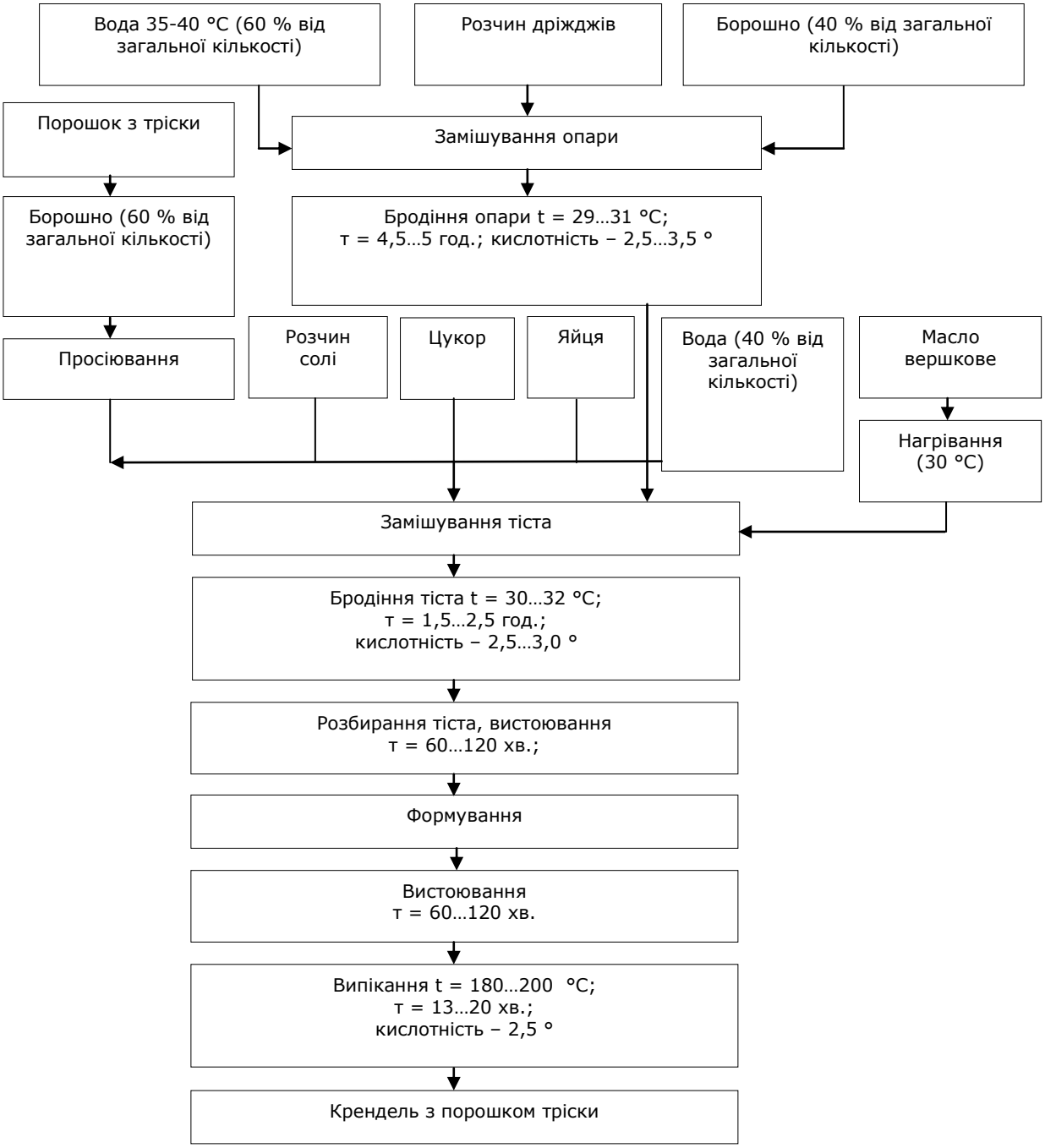

Рис. 2. Технологічна схема виробництва кренделю з порошком тріски опарним способом

Тісто вироблене опарним способом має кращі реологічні властивості, зберігає стійкість під час обминки та формування. Готові вироби мають приємний смак і запах, кращу пористість та еластичність м'якушки.

Список використаних джерел:

1. Дробот В. І. Довідник з технології хлібопекарського виробництва. К. : Руслана, 1998. 416 с.
2. Кравченко Л. На смену традициям приходят инновации. *Інформаційний вісник. Хлібопекарська галузь.* 2019. № 17. С. 2-5.
3. ДСТУ 4585:2021. Вироби хлібобулочні здобні. Загальні технічні умови. URL : http://online.budstandart.com/ua/?option=com_searchonlineua.
4. Использование инулинсодержащего сырья в технологии хлебобулочных и кондитерских изделий / К. Г. Іоргачова, О. В. Макарова, Е. В. Хвостенко // *Харчова наука і технологія*. 2010. № 1. С. 13–17.
5. On the presence of inulin and oligofructose as natural ingredients in the Western diet / J. Van Loo, P. Coussement, L. De Leenheer, H. Hoebregs, G. Smits // *Critical Review in Food Science Nutrition*. 1995. Vol. 35. P. 525–552.

6. Roberfroid M. A. Review of the bifidogenic nature of chicory inulin and itshydrolysis products / M. A. Roberfroid, J. Van Loo // *Journal of Nutrition*. 1998. Vol. 128. P. 11-19.
7. Research on influence of inulin made from chicory on the quality of wheat bread / Yu. Bondarenko [et al.] // Технологічний аудит та резерви виробництва. 2018. № 3/3(41). С. 50-54.
8. Effect of the addition of inulin on the nutritional, physical and sensory parameters of bread / J. A. Brasil [et al.] // Brazilian Journal of Pharmaceutical Sciences. 2011. Vol. 47. № 1. P. 185-191.
9. Effect of Chicory Inulin Extract as a Fat Replacer on Texture and Sensory Properties of Cookies / H. S. Sayed, S. R. Khalil // Middle East Journal of Applied Sciences. 2017. Vol. 7. Issue 1. P. 168-177.
10. Підвищення харчової цінності хлібобулочних і борошняних кондитерських виробів : монографія / Н. П. Буяльська, О. Л. Гуменюк, Н. М. Денисова, В. М. Челябієва. Чернігів : ЧНТУ, 2020. 122 с.
11. Розробка новітніх технологій виробів з борошна із заданими властивостями : монографія / О. О. Сімакова, Р. П. Никифоров. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2018. 146 с.
12. Буяльська, Н. П., Музиченко О. А. Використання кальцієвмісних добавок у виробництві хлібобулочних виробів функціонального призначення // Технічні науки та технології. 2018. № 1 (11). С. 168-177.
13. Коваль Ю. П. Виробництво житньо-пшеничного хліба збагаченого сумішшю прянощів // Науковий журнал «ΛΌГОΣ. Мистецтво наукової думки». 2018. № 1. С. 154-156.
14. Спосіб виробництва хліба «Новинка». Пат. 129112 Україна МПК A21D 8/00. No u201803082; заявл. 26.03.2018; опубл. 25.10.2018, Бюл. No 20.
15. Дзюндзя О.В., Басалаєв Р.О.Удосконалення технології хлібобулочних виро-бів на основі мультизернового борошна та порошків з буряка Стан та перспективи розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу : колективна монографія, за ред. д.і.н., проф. Г.М.Чепурди; Черкас. держ. технол. ун-т. Чер-каси : ЧДТУ, 2019. С. 120-1276.
16. Дробот В.І., Приходько Ю.С., Бережна Г.О.Борошно сорго у технології безглютенового хліба. Наукові праці Національного університету харчових техноло-гій, 25, No 1, 2019. С. 208–214.
17. Чорний В. М. Вплив шротів насіння і горіхів на перебіг процесів приготування тіста для житнього хліба. Збірник тез X Всеукраїнської студентської науково-технічної конференції «Природничі та гуманітарні науки. Актуальні питання». 2017. № 1. С. 225-226.
18. Дзюндзя О. В., Звагольська К. М. Аналіз нетрадиційної борошняної сировини для виробництва хлібобулочних виробів // Таврійський науковий вісник. 2021. № 1. С. 22-29.
19. Кардаш С. Вкус северных морей в натуральных экстрактах и порошках морепродуктов компании Rieber&Son // Пищевые ингредиенты, сырье и добавки. 2007. № 2. С. 50-51.
20. Кардаш С. Знакомство с порошками морепродуктов компании Rieber&Son // Рыбпром. 2007. № 3. С. 23-24.
21. Быкова В. П. Справочник по химическому составу и технологическим свойствам водорослей, беспозвоночных и морских млекопитающих. М. : ВНИРО, 1999. 262 с.

ОБ'ЄДНАНА ТЕРИТОРІАЛЬНА ГРОМАДА ЯК НОВІТНІЙ СУБ'ЄКТ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

Міх С., 4 курс, (ОС «бакалавр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Менеджмент»
Наук. кер. – Добржанська І. М.

У статті представлено дослідження децентралізації в Україні на рівні місцевого самоврядування, реформою якого є створення об'єднаної територіальної громади. Визначається поняття «об'єднана територіальна громада», особливості її формування та функціонування в Україні, також визначаються переваги та недоліки цієї реформи.

The article presents a study of decentralization in Ukraine at the level of local self-government, the reform of which is the creation of a unified territorial community. The concept of "united territorial community", the peculiarities of its formation and functioning in Ukraine are defined, as well as the advantages and disadvantages of this reform.

Актуальність даної теми полягає в тому, що у сучасних умовах особливої уваги заслуговують новітні територіальні формування – об'єднані територіальні громади. Основою їх формування стала децентралізація, яка створила умови для їх функціонування. Незважаючи на те, що увагу вчених до проблем децентралізації зростає, тема об'єднаних територіальних громад є мало вивченою.

Метою статті є аналіз об'єднаних територіальних громад, їх переваг та недоліків.

Об'єктом дослідження є об'єднана територіальна громада, як новітній суб'єкт місцевого самоврядування.

Предметом дослідження є поняття «об'єднана територіальна громада», особливості її формування та функціонування в України.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питанням розвитку об'єднаної територіальної громади займались такі вчені: Баталов О.А., Дрешпак В.М., Кириленко О., Липовська Н.А., Малиняк Б., Оленківська Л.П., Олійник Д.І., Павлюк А.П., Патока І.В., Письменний В., Проніна О.В., Рошило В.І., Русін В., Ткачук А. та інші.

Виклад основного матеріалу дослідження. Стратегією сталого розвитку «Україна-2020» серед першочергових реформ і програм визначено децентралізацію як відхід від централізованої моделі управління в державі, забезпечення спроможності місцевого самоврядування та побудову ефективної системи територіальної організації влади в Україні, реалізацію повною мірою положень Європейської хартії місцевого самоврядування, повсюдності й фінансової самодостатності місцевого самоврядування [1].

Актуальною проблемою сьогодні є реформування місцевого самоврядування. Дана реформа здійснюється через підвищення спроможності територіальних громад шляхом їхнього добровільного об'єднання.

Концепція реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні направлена на зміну системи місцевого самоврядування, яка не задовольняє потреби суспільства шляхом формування територіальної організації влади та ефективного місцевого самоврядування. Реалізація Концепції має сприяти «посиленню правової, організаційної та матеріальної спроможності територіальних громад, органів місцевого самоврядування, провадженню їх діяльності з дотриманням принципів та положень Європейської хартії місцевого самоврядування; утворенню об'єднаних територіальних громад, спроможних самостійно або через органи місцевого самоврядування вирішувати питання місцевого значення» [2].

Добровільне об'єднання територіальних громад сіл, селищ, міст відповідно до Закону України «Про добровільне об'єднання територіальних громад» від 05.02.2015 р. [3] та Постанови Кабінету Міністрів «Про затвердження Методики формування спроможних територіальних громад» від 08.04.2015 р., має створити умови для:

- подолання надмірної подрібненості адміністративно-територіальних одиниць базового рівня;
- підвищення спроможності територіальних громад;
- перерозподілу повноважень між органами місцевого самоврядування та органами виконавчої влади;
- самостійності бюджетів громад;
- розширення переліку та якості обов'язкових стандартизованих послуг, які надаються у громаді.

А. Переверзєва розуміє об'єднану територіальну громаду як «систему, яка складається з низки взаємопов'язаних елементів, таких як людські, земельні, капітальні ресурси, що перебувають у взаємодії» [4], що знову таки не деталізує та не розкриває повністю її значення. Ю. Ковальчук розуміє її як «створене згідно із законом добровільне об'єднання територіальних громад сіл, селищ та міст, яке є первинно одиницею в системі адміністративно-територіального устрою та спроможне самостійно або через органи вирішувати питання місцевого значення» [5].

Згідно з законом України «Про добровільне об'єднання територіальних громад», основними умовами добровільного об'єднання територіальних громад є:

– у складі об'єднаної територіальної громади не може існувати інша територіальна громада, яка має свій представницький орган місцевого самоврядування;

– територія об'єднаної територіальної громади має бути нерозривною,межі об'єднаної територіальної громади визначаються по зовнішніх межах юрисдикції рад територіальних громад, що об'єдналися;

– об'єднана територіальна громада має бути розташована в межах території однієї області;

– при прийнятті рішень щодо добровільного об'єднання територіальних громад беруться до уваги історичні, природні, етнічні, культурні та інші чинники, що впливають на соціально-економічний розвиток об'єднаної територіальної громади;

– якість та доступність публічних послуг, що надаються в об'єднаній територіальній громаді, не можуть бути нижчими, ніж до об'єднання.

Таблиця 1

Власні та делеговані повноваження об'єднаних територіальних громад в Україні

Власні повноваження	Делеговані повноваження
– планування розвитку громади та формування бюджету; – забезпечення економічного розвитку; – управління земельними ресурсами, надання дозвільно-експлуатаційних послуг на будівництво; – розвиток місцевої інфраструктури та благоустрій територій; – надання житлово-комунальних послуг; – утримання вулиця і доріг на території громади; – організація пасажирських перевезень на території громади; – громадська безпека силами муніципальної поліції; – пожежна охорона.	– соціальна допомога через територіальні центри; – адміністративні послуги через центри їх надання; – управління школами та дитсадками; – первинна медична допомога; – утримання та організація роботи будинків культури, клубів, бібліотек, стадіонів, спортивних майданчиків.

Повноваження місцевого самоврядування включають:

• власне повноваження – це повноваження органів місцевого самоврядування, направлені на забезпечення середовища життєдіяльності територіальної громади;

• делеговане повноваження – це повноваження з надання публічної послуги, яке надається спеціальним законом органу місцевого самоврядування [6].

Відповідно до ст. 9-10 Закону України «Про добровільне об'єднання територіальних громад» визначено декілька форм державної підтримки новоутвореним об'єднаним громадам: інформаційно-просвітницька, організаційна, методична та фінансова підтримка добровільного об'єднання територіальних громад та приєднання до об'єднаних територіальних громад.

Таблиця 2

Форми державної підтримки новоутворених об'єднаних громад

Форма підтримки	***Суть підтримки***	***Відповідальні виконавці***
Інформаційно-просвітницька	Проведення заходів для ЗМІ та громадськості з метою інформування їх про суть, інструменти реформування місцевого самоврядування, децентралізації влади, а також про переваги від об'єднання для розвитку громад та позитивний вплив на життя громадян. Здійснення матеріально-технічного забезпечення (надання приміщень, оргтехніки, матеріалів тощо) заходів, присвячених добровільному об'єднанню та формуванню спроможних територіальних громад	Рада Міністрів АРК, місцеві державні адміністрації
Організаційна		
Методична	Надання роз'яснень із застосування Методики	Міністерство розвитку громад та територій України
Фінансова	1. Надання коштів з Державного фонду регіонального розвитку на проекти, спрямовані на підтримку добровільно об'єднаних територіальних громад, підготовлені відповідно до Бюджетного кодексу та урядових Порядків використання цих коштів. 2. Надання об'єднаній громаді коштів у вигляді субвенції з державного бюджету на формування відповідної інфраструктури згідно з планом соціально-економічного розвитку такої територіальної громади. Розподіл субвенції здійснюється відповідно до вимог ст. 10 цього закону	1.1. Виконавці визначені в ст. 24-1 Бюджетного кодексу та постановах Кабінету Міністрів України №195-196 від 18.03.2015. 2.1. Рада Міністрів АРК, місцеві державні адміністрації вносять пропозиції за поданням місцевої ради об'єднаної громади щодо фінансової підтримки не пізніше 15.07. року, що передує бюджетному періоду, в якому передбачається надання такої підтримки; 2.2. Міністерство розвитку громад та територій України – узгодження пропозицій; 2.3.Міністерство фінансів України – узгодження пропозицій; 2.4. Кабінет Міністрів України – затверджує Порядок надання субвенції

Алгоритм та строки добровільного об'єднання громад:

1 етап. Ініціювання. Ініціаторами добровільного об'єднання територіальних громад сіл, селищ, міст можуть бути:

1) сільський, селищний, міський голова;

2) не менш як третина депутатів від загального складу сільської, селищної, міської ради;

3) члени територіальної громади в порядку місцевої ініціативи;

4) органи самоорганізації населення відповідної території.

Пропозиція щодо добровільного об'єднання територіальних громад може бути оформлена у вигляді:

а) розпорядження сільського, селищного, міського голови про ініціювання об'єднання, якщо таке об'єднання ініціює сільський, селищний, міський голова;

б) письмового звернення до сільського, селищного, міського голови від депутатів, якщо таке об'єднання ініціюється третиною депутатів від загального складу місцевої ради;

в) письмового звернення до сільського, селищного, міського голови з доданим відповідним протоколом проведеного зібрання членів територіальної громади або органів самоорганізації населення, після надходження такого звернення голова приймає розпорядження [7, с.19].

2 етап. Підготовка рішень про об'єднання. Рада ініціатора об'єднання приймає рішення про затвердження Порядку проведення громадських обговорень і проводить протягом 30 днів обговорення з громадянами про об'єднання з суміжними громадами і складають протокол проведення громадського обговорення і після обговорення на наступну сесію рада-ініціатора приймає рішення про надання згоди на добровільне об'єднання з визначенням центру та зобов'язанням голови ради звернутись до суміжної громади з пропозицією про об'єднання.

Сільський, селищний, міський голова після прийняття відповідною радою рішення про надання згоди на добровільне об'єднання територіальних громад звертається з пропозицією про таке об'єднання до голови суміжної територіальної громади. Сільський, селищний, міський голова суміжної громади видає розпорядження про вивчення пропозиції та проведення в себе громадського обговорення протягом 30 днів і на наступній сесії приймають рішення про надання згоди на добровільне об'єднання та делегування представників до робочої групи. Сільський, селищний, міський голова – ініціатор після отримання згоди від суміжної територіальної громади приймає розпорядження про утворення спільної робочої групи і інформує про це обласну державну адміністрацію та обласну раду листом, додавши копію розпорядження про створення спільної робочої групи.

3 етап. Рішення щодо добровільного об'єднання територіальних громад. Спільна робоча група розробляє проект рішення про добровільне об'єднання:

1) перелік територіальних громад, що об'єднуються, із зазначенням відповідних населених пунктів;

2) визначення адміністративного центру об'єднаної територіальної громади та її найменування;

3) план організаційних заходів щодо добровільного об'єднання територіальних громад [7, с.19].

Сільські, селищні, міські голови всіх громад, що об'єднуються забезпечують проведення обов'язкового громадського обговорення протягом 60 днів підготовлених спільною робочою групою проектів рішення про об'єднання громад в своїх громадах, складають протоколи громадського обговорення і вносять на сесію своїх рад для схвалення. Сільські, селищні, міські ради всіх громад, що об'єднуються приймають на сесіях рішення про схвалення проекту рішення про об'єднання громад і планів організаційних заходів і протягом 5 робочих днів направляють ОДА для висновку на відповідність Конституції та законам України.

1. ОДА протягом 10 робочих днів з моменту отримання надає висновок на відповідність проектів рішення про об'єднання громад і планів організаційних заходів або повертає на доопрацювання.

2. У разі отримання позитивного висновку сільські, селищні, міські ради, які об'єднуються приймають кожен на сесії рішення про добровільне об'єднання територіальних громад. Сільський голова-ініціатор після прийняття рішення про об'єднання всіма громадами, що об'єднуються звертається до обласної державної адміністрації з пропозицією звернутися до Центральної виборчої комісії для прийняття нею рішення про призначення перших виборів депутатів сільської, селищної, міської ради та відповідного сільського, селищного, міського голови в установленому законом порядку [7, с.20].

4 етап. Утворення об'єднаної територіальної громади.

У селах, селищах, визначених за рішенням місцевої ради об'єднаної територіальної громади, утвореної відповідно до Закону України "Про добровільне об'єднання територіальних громад", за винятком її адміністративного центру, обирається староста на строк повноважень місцевої ради.

Староста:

1) представляє інтереси жителів відповідного села, селища у виконавчих органах сільської, селищної, міської ради;

2) бере участь у пленарних засіданнях сільської, селищної, міської ради та засіданнях її постійних комісій;

3) має право на гарантований виступ на пленарних засіданнях сільської, селищної, міської ради, засіданнях її постійних комісій з питань, що стосуються інтересів жителів відповідного села, селища;

4) сприяє жителям відповідного села, селища у підготовці документів, що подаються до органів місцевого самоврядування;

5) бере участь в організації виконання рішень сільської, селищної, міської ради, її виконавчого комітету, розпоряджень сільського, селищного, міського голови на території відповідного старостинського округу та у здійсненні контролю за їх виконанням;

6) бере участь у підготовці проекту місцевого бюджету в частині фінансування програм, що реалізуються на території відповідного старостинського округу;

7) вносить пропозиції до виконавчого комітету сільської, селищної, міської ради з питань діяльності на території відповідного старостинського округу виконавчих органів сільської, селищної, міської ради, підприємств, установ, організацій комунальної власності та їх посадових осіб;

8) бере участь у підготовці проектів рішень сільської, селищної, міської ради, що стосуються майна територіальної громади, розташованого на території відповідного старостинського округу;

9) бере участь у здійсненні контролю за використанням об'єктів комунальної власності, розташованих на території відповідного старостинського округу;

10) бере участь у здійсненні контролю за станом благоустрою відповідного села, селища та інформує сільського, селищного, міського голову, виконавчі органи сільської, селищної, міської ради про його результати;

11) отримує від виконавчих органів сільської, селищної, міської ради, підприємств, установ, організацій комунальної власності та їх посадових осіб інформацію, документи і матеріали, необхідні для здійснення наданих йому повноважень;

12) сприяє утворенню та діяльності органів самоорганізації населення, організації та проведенню загальних зборів, громадських слухань та інших форм безпосередньої участі громадян у вирішенні питань місцевого значення у відповідному селі, селищі;

13) здійснює інші повноваження, визначені цим та іншими законами[8].

Як новоутворений суб’єкт місцевого самоврядування, об’єднана територіальна громада у процесі свого формування отримала ряд позитивних відгуків:

– ефективне управління;

– завдяки новій бюджетній політиці об’єднані громади отримують додаткові фінансові ресурси для розвитку інфраструктури;

– краща організованість та прозорість управління;

– більші можливості для розвитку;

– визначення опорних шкіл допомагає підвищити якість освіти;

– розширення повноважень регіональних та місцевих влад;

– створення реальних умов для всебічного розвитку територій та людських ресурсів, формування засад дієвого місцевого самоврядування.

Але процес трансформації ще недосконалий, тому зустрічаються і певні недоліки:

– вибори депутатів проводяться не на всій території об’єднаної територіальної громади, лише в приєднаній громаді;

– конфлікти інтересів між мешканцями суміжних територіальних громад або між мешканцями й органами місцевого самоврядування та їхніми посадовими особами;

– нестача кваліфікованих кадрів у об’єднаних територіальних громадах;

– погіршення стосунків з органами районної влади після завершення процесу об’єднання та небажання районної влади віддавати повноваження об’єднаним територіальним громадам.

Отже, реформа децентралізації дала поштовх до формування в Україні нового рівня місцевого самоврядування-територіальної громади. Ця реформа сьогодні може бути результативною, за умов формування ефективного місцевого самоврядування. Об’єднану територіальну громаду треба вважати спроможною територіальною громадою, яка має великий обсяг власних та делегованих повноважень органів місцевого самоврядування. За допомогою цієї реформи можна:

- покращити якість життя;
- створити повноцінну систему місцевого самоврядування;
- підвищити якість послуг;
- розвивати місцеву інфраструктуру;
- створити вимоги для розвитку громад;
- підвищити спроможність громад;
- стабілізувати соціально-економічну ситуацію;
- подолати дискусії між різними рівнями влади;
- забезпечити підвищення використання бюджетних коштів;
- захистити інтереси громадян.

Для покращення реалізації реформи необхідно обов’язково врахувати особливості новоутворених громад і у ході реалізації потрібно використовувати досвід зарубіжних країн, які вже пройшли цей шлях від реформи до реалізації програми.

Список використаних джерел:

1.Стратегія сталого розвитку «Україна-2020», схвалена Указом Президента України №5/2015 від 12.01.2015 р. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5/2015#Text

2.Концепція реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні,схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України № 333-р від 01.04.2014 р. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-%D1%80#Text

3. Про добровільне об'єднання територіальних громад: Закон України від 5 лютого 2015 р. № 157- VIII / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/157-19#Text

4. Переверзєва А.В. Критеріальні ознаки формування об'єднаних територіальних громад: національні особливості та зарубіжний досвід. *Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського*. 2018. Вип. 22. С. 217–220.

5. Куценко Т.Ф. Об'єднані територіальні громади в Україні: короткий аналітичний огляд: економіка та держава. 2017р. №3 С.64-70.

6. Про внесення змін до Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» та деяких інших законодавчих актів України щодо децентралізації та розмежування повноважень органів місцевого самоврядування: Проект Закону України від 25.06.2020 р. / Верховна Рада України. URL: https://www.minregion.gov.ua/base-law/grom-convers/elektronni-konsultatsiyi-z-gromadskistyu/proekt-zakonu-ukrayiny-pro-vnesennya-zmin-do-zakonu-ukrayiny-pro-misczeve-samovryaduvannya-v-ukrayini-ta-deyakyh-inshyh-zakonodavchyh-aktiv-ukrayiny-shhodo-deczentralizacziyi-ta-rozmezhu/

7. Формування спроможних територіальних громад(посібник другий) / М. Пітцик, О.Слобожан, Я. Рабошук [та ін.]; Виконавча дирекція Асоціації міст України. 2010-2015рр.- 46с.

8. Про внесення змін до деяких Законів України щодо статусу старости села, селища: Закон України від 19.12.2019р. № 1848-VIII / Верховна Рада України. URL: https://ips.ligazakon.net/document/T171848?an=1

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

Патраш К., 2 курс (ОС «бакалавр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Маркетинг»
Наук. кер. – Сідуняк О. В.

Стаття присвячена розкриттю суті та значення діджиталізації бізнесу в умовах пандемії, особливостей зміни їх бізнес-процесів. Також описано проблему цифрової трансформації, охарактеризовано головні переваги та недоліки цифрової трансформації у період карантинних умов COVID-19.

The article is devoted to revealing the importance of digitalization. The problem of digitalization of business processes in a pandemic is studied, as well as the main advantages and disadvantages of digital transformation are described.

Актуальність цифрової трансформації бізнесу була вже давно, однак пандемія COVID-19 і спричинені нею обмеження скоротили період цих змін, змусивши компанії в прискореному режимі перебудовувати свої бізнес-процеси.

Метою статті є визначення суті поняття діджиталізація та впливу цифрової трансформації на усі процеси бізнесу в умовах пандемії COVID-19. Виходячи з мети, завданнями є:

- виявлення суті «діджиталізація», її переваг та недоліків;
- визначення впливу діджиталізації як дієвого інструменту антикризового розвитку бізнесу в умовах крантину;
- виокремлення необхідності формування цифрової трансформації за кризових умов.

Об'єктом дослідження є процес розвитку діджиталізації або цифрової трансформації.

Предметом дослідження є особливості та наслідки модернізації цифрових технологій бізнес-процесів в умовах пандемії.

Виклад основного матеріалу. Пандемія COVID-19 змусила світовий бізнес швидко змінити напрямки та пріоритети свого розвитку та оперативно зумовила глобальний процес цифрової модернізації. Таким чином, підприємці зіткнувся з абсолютно новим досвідом. Пандемія призвела до переосмислення терміновості й важливості цифрових перетворень.

Діджиталізація, на думку К.О. Купріної, це способи приведення будь-якого різновиду інформації в цифрову форму [3, с.259]. Слово «діджиталізація» є синонімом до цифрової трансформації, яка дає змогу перевести всю інформацію в цифрову.

Науковці виділяють два основні напрями діджиталізації:

- підвищення продуктивності;
- створення підприємств, які працюють з інформацією, яка переведена у цифрову форму [5, с.164]. Що значно змінює бізнесові процеси та вимагає нових стандартів і технічного оснащення для підприємств.

Драбенко Т.Б. зазначає, що оскільки новітні технології можуть значно знизити загальні витрати, підприємства мають змогу удосконалювати свої товари і послуги в тій чи іншій галузі. Крім цього,

продуктивність компанії також підвищується, адже дана трансформація дає змогу перейти на певний новий рівень управління, потребує менше зусиль, тощо. Якщо ж розглядати другий напрям, то для створення таких підприємств необхідні «хмарні середовища», які надають змогу доступу до інформації з будь-якого куточку світу та технічного засобу. На даний період з кожним днем це стає все більше популярним через максимальну зручність та карантинні обмеження для мінімізації поширення COVID-19 [2]. Це змушує підприємства вдосконалювати своє технічне оснащення та запроваджувати новітні технології – цифрові, що значно зменшують час на отримання та обробку інформації та не вимагають фізичної прив'язаності до місця роботи.

Цимбал А. зазначає, що цифрова модернізація бізнесу складається з 5 етапів, кінцева ціль яких є «цифрова зрілість» [7]:

1) початковий етап (використання технологій лише в разових випадках);

2) формальний етап (слідування тенденцій цифровізації без розуміння та ефекту від впровадження технологій);

3) стратегічний етап (цифровізація стає стратегією бізнесу із розумінням ефекту який має бути досягнутим);

4) конверсований етап (розроблена ціла корпоративна політика щодо цифровізації, де кожний відділ розуміє свою значущість у даному процесі);

5) інноваційно-адаптивний етап (кардинальна зміна стратегій компанії, де кожний етап неможливий без цифровізації).

За порадами економістів, для власників бізнесу, в умовах пандемії, необхідним є свідомий перехід відразу до третього етапу, пропускаючи два початкових, для оптимізування свого часу та доходів компаній [7]. На нашу думку, важливим є інноваційно-адаптивний етап, який передбачає зміну стратегій компанії, адже пандемія змусила вийти на новий етап розвитку увесь бізнес, ті, які не витримали викликів бізнес-середовища збанкрутували.

Нісходовська О.Ю. зазначила, що діджиталізація має безліч переваг, які так чи інакше впливають на дохід, продуктивність та на підприємство в цілому. До них можна віднести:

- високий рівень конкурентоспроможності;
- лояльне ставлення клієнтів;
- зручність;
- зниження загальних витрат;
- зростання обсягів продажу;
- економія часу;
- спрощення оброблення та передавання великої кількості інформації;
- поява нових спеціалістів;
- можливість працювати поза офісом;
- покращення комунікацій зі споживачами;
- підвищення продуктивності;
- збільшення доходу [5, с.165].

Позитивним також було надання державою податкових канікул та «зелених коридорів» для зміцнення бізнесу, що надало можливість утримання на ринку та у подальшому компенсувалось за рахунок отримання прибутку.

Але, незважаючи на величезну кількість переваг, які зазначені вище, на даний період існує і низка недоліків:

- нестача високоякісних працівників у сфері IT-технологій;
- трансформація потребує певних фінансових вкладень;
- незахищеність важливої інформації та уразливість до хакерських атак.

Деякі відділи через пандемію отримують більше навантаження і потребують розширення, наприклад, під час закриття офісів та магазинів. У такому випадку робота щодо надання інформації та її поширення переходить у відділ маркетингу. Оскільки важко швидко зорієнтуватись та знайти нові канали зв'язку з клієнтами без втрати доходів, для успішної маркетингової кампанії в умовах пандемії потрібно:

– виділити основні товари з найбільшим попитом серед усього асортименту;

– знайти оптимальні канали збуту та зосередити на них основні потужності компанії;

– звернутись до email-розсилок, соціальних мереж та месенджерів [1].

Пандемія COVID-19 ввела масивні зміни у бізнес та бути «діджитал» стало просто необхідним. У новій цифровій реальності навчилися заробляти навіть, на перший погляд, зовсім офлайн бізнеси (фітнес-студії, ресторани, магазини). Застосування інтелекту в поєднанні з креативним мисленням допомогло багатьом власникам бізнесу не просто втриматись на ринку, а й відкрити нові горизонти.

Міжнародний досвід засвідчує, що компанії, які йдуть в одну ногу з діджиталізацією, під час карантинних обмежень збільшили свої прибутки в декілька разів. Як приклад, за період 2020 року, збільшив свої доходи Марк Цукерберг (очільник Facebook) – на 31 млрд. доларів, Джеффрі Безос (засновник Amazon) розбагатів на 29,9 млрд. доларів, що зумовлено зростанням попиту на онлайн-купівлю. Зокрема, під час пандемії, Amazon найняв на роботу 100 тисяч нових працівників для обробки нових замовлень. Заробити зміг під час пандемії, також, засновник Microsoft Білл Гейтс (+11,9 млрд. дол.), гендиректор Louis Vuitton Moet Hennessy Бернар Арно (+12,8 млрд. дол.), очільник інвестиційного фонду Berkshire Hathaway Уорен Баффет (+6 млрд. дол.) [8].

Щодо успіху українських компаній, то, звичайно, лідерами доходів під час пандемії можна назвати такі: Rozetka, Нова пошта, Olx, Prom. Щодо малого бізнесу, то спостерігається позитивна тенденція до запровадження нових продуктів.

Незважаючи на численну кількість перешкод (відсутність чіткої стратегії та плану; недостатня фінансова можливість для проведення цифрової трансформації; відсутність кваліфікованого персоналу для проведення оцифровування; недовіра з боку споживачів) деякі підприємства все ж таки змогли вдало провести діджиталізацію. Провідні торгові компанії змогли налаштувати онлайн-продажі на досить високому рівні. Так «АТБ», «Сільпо», «Епіцентр», «Фора» за короткий термін змогли відкрити або вдосконалити свої «інтернет-магазини» [6, с.457].

Тому існуючим та новим підприємствам варто врахувати усі можливі кризову виклики сучасного світу та ринку та запроваджувати активно та раціонально процес цифрової трансформації або діджиталізації у найближчий час.

Висновки. У зв'язку з пандемією COVID-19 з весни 2020 року діджиталізація стала єдиним порятунком для більшості підприємств. Із виникненням карантинних обмежень бізнес почав адаптацію до нових реалій шляхом впровадження інновацій в способах комунікації з клієнтами та освоюючи нові канали продажів. Безліч фірм повинні були перейти в режим онлайн щоб зберегти свій дохід та не збанкрутувати.

Діджиталізація рано чи пізно торкнеться кожної галузі, адже жодна компанія не зможе бути конкурентоспроможним на ринку, отримувати значні доходи та існувати в майбутньому без запровадження та розробки стратегії цифрової трансформації.

Перспективи подальших досліджень полягають у дослідженні етапів розвитку торговельних підприємств в умовах діджиталізації, вихід на нові рівні бізнес-процесів у різних кризових умовах.

Список використаних джерел:

1. Двуліт З.П., Завербний А.С., Романюк А.О. Диджиталізація – дієвий інструмент антикризового розвитку бізнесу в умовах пандемії. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2021/7.pdf/ - назва з екрану.
2. Драбенко Т.Б., Бойчук Н.Я. Діджиталізація бізнес-процесів підприємств в умовах пандемії COVID-19 URL: http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/230464 - назва з екрану.
3. Куприна К.А. Диджитализация: понятия, предпосылки возникновения и сферы приминения Весник научных конференцый. *Качество информационных услуг: материалы международной научно-практической конференции*. 31 мая 2016 г. Тамбов. № 5-5 (9). С.259-262
4. Лєзіна А.В., Бордей А.А. Діджиталізація бізнес-процесів сучасного підприємства : збірник тез доповідей. ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана». Київ, 2020. С.96-96.
5. Нісходовська О.Ю. Діджиталізація: основа конкурентоспроможності підприємств. Збірник наукових доповідей: Подільський державний аграрно-технічний університет. Харків: Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, 2020. С.163-166
6. Тимофєєва А., Назарова А., Діджиталізація діяльності підприємств в умовах пандемії: виклики та можливості. Збірник тез доповідей: Волинський національний університет імені Лесі Українки, 2020. С.456-458
7. Цимбал А. Як змінився український бізнес після COVID-19 URL: https://home.kpmg/ua/uk/blogs/home/posts/2020/10/yak-zminivsya-ukrayinskij-biznes-pislya-covid-19.html - назва з екрану.
8. Всупереч коронавірусу: найбагатші люди за час пандемії covid-19 сумарно заробили 255 мільярдів доларів/ URL: https://www.epravda.com.ua/news/2020/05/24/660895/ - назва з екрану.

РОЛЬ ІННОВАЦІЙНИХ КЛАСТЕРІВ В ПІДВИЩЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КРАЇНИ

Свашенко О., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Менеджмент»
Наук. кер. – Урсакій Ю. А.

У статті розглядаються економічні закономірності впливу інноваційних кластерів та їх вплив на економіку України. Визначено сутність інноваційного кластеру. Розглянуто переваги та недоліки функціонування кластерних структур. На основі аналітичної оцінки конкурентоспроможності національної економічної системи України, розроблено SWOT-аналіз інноваційнокластерного розвитку в національній економічній системі України з метою з'ясування сильних і слабких сторін цього процесу, а також виявлення потенційних можливостей і загроз.

The article considers the economic patterns of influence of innovation clusters and their impact on the economy of Ukraine. The essence of the innovation cluster is determined. The advantages and disadvantages of cluster structures functioning are considered. Based on the analytical assessment of the competitiveness of the national economic system of Ukraine, a SWOT analysis of innovation cluster development in the national economic system of Ukraine was developed to identify strengths and weaknesses of this process, as well as identify potential opportunities and threats.

Актуальність. Стабілізація і подальший розвиток економіки України залежить від ефективного розвитку підприємництва. В умовах децентралізації економічного розвитку масштаб і напрями змін у регіональних господарських комплексах зумовлені пріоритетами та стратегічними векторами інноваційного розвитку економіки. Динаміку таких змін у сучасному світовому співтоваристві забезпечують інноваційні кластери. Процеси кластеризації в інноваційному розвитку дають змогу створити умови для генерації інновацій, стимулюють процеси виробництва інноваційних продуктів та, в цілому, підвищують конкурентоспроможність окремих структур у складі кластера, позитивно впливають на підвищення конкурентоспроможності країни в цілому. Формування системи інноваційного розвитку на основі процесів кластероутворення створює основу консолідованого господарського простору країни, у становленні якого провідну роль відіграють інноваційні кластери як підґрунтя інноваційного розвитку регіонів.

Метою статті є дослідження інноваційних кластерів як фактора підвищення конкурентоспроможності країни.

Постановка завдань:

- визначити сутність інноваційного кластеру;
- дослідити переваги та недоліки кластерних обєднань;
- провести SWOT-аналіз інноваційно-кластерного розвитку в національній економічній системі України.

Об'єктом дослідження є процес інноваційного розвитку економічних кластеринх об'єднань щодо підвищення конкурентоспроможності країни.

Предметом дослідження є теоретико-методологічні та науковопрактичні аспекти інноваційно-кластерного розвитку як чинника зростання конкурентоспроможності країни.

Багатоаспектність напрямів дослідження, пошук підходів до активізації інноваційного розвитку регіонів на основі кластерів набули свого висвітлення в наукових працях зарубіжних і вітчизняних вчених: Шовкалюк В.С., Урсакій Ю.А., Соколенко С., Фарат О.В., Лаврухіна К.О. та інших.

Виклад основного матеріалу. Оцінюючи стан інноваційного розвитку регіонів України, слід зазначити, що інноваційний розвиток регіонів переважно здійснюється із використанням застарілих моделей і механізмів, що зумовлює його низьку ефективність. Ключова причина цього полягає у відсутності чіткого розуміння різноманітності інноваційного середовища регіонів, принципової неоднорідності процесів, що відбуваються в інноваційній діяльності, відсутністю дієвих інструментів та технологій активної кластеризації регіональної економіки із урахуванням провідного європейського досвіду. Дослідження сучасних тенденцій та провідних моделей інноваційного розвитку регіонів доводить складність та неоднозначність цих процесів. Інноваційний прогрес в сучасному розумінні науковців отримує свою реалізацію лише в певних умовах активної, різнорівневої, науково обґрунтованої підтримки відповідної до потреб економічних інтересів регіонів та країни в цілому.

Конкурентоспроможність країни багато в чому залежить від стадії розвитку її економіки. Виокремлюють три стадії економічного розвитку країни: 1) стадія, яку рухають фактори; 2) стадія, яку рухають інвестиції; 3) стадія, яку рухають інновації. На першій стадії конкурентні переваги базуються виключно на забезпеченості країни трудовими та природними факторами. На другій – основним джерелом конкурентних переваг стає ефективність у виробництві стандартних продуктів та послуг, відповідно на 26 третій – здатність виробляти інноваційні продукти та послуги світового рівня з використанням найбільш передових методів [1]. Саме на цій стадії інноваційні кластери виступають рушійними силами як зростання продуктивності, так і стимулювання інноваційної діяльності.

Нині термін «кластер» (від англ. cluster – пучок, гроно, група, скупчення, концентрація) притаманний різним науковим напрямам: інформаційним технологіям, статистиці, математиці, фізиці, хімії, астрономії, біології, лінгвістиці, музиці, соціології, системології, економіці тощо. Нами «кластер» розглядається як, власне, економічний феномен. В економічній літературі існують різні визначення поняття економічного кластера. Проте одним із найпоширеніших є визначення М. Портера, сформульоване ним на початку 1990-х років: «кластери – це сконцентровані за географічною ознакою групи взаємопов'язаних компаній, спеціалізованих постачальників, постачальників послуг, фірм у споріднених галузях, а також пов'язаних з їх діяльністю організацій (наприклад, університетів, агентств зі стандартизації, торгових об'єднань) у певних сферах, які конкурують, але при цьому співпрацюють» [2].

Для кластерів характерним є наявність як вертикальних, так і горизонтальних зв'язків між учасниками, співіснування кооперації і конкуренції, а також виникнення синергетичного ефекту внаслідок поєднання зусиль. Це, власне, і відрізняє кластер від інших організаційно-економічних об'єднань, наприклад мереж.

У більшості визначень «інноваційний кластер» він інтерпретується як сукупність взаємопов'язаних та взаємозалежних підприємств та організацій. Матеріальну та нематеріальну складову інноваційного кластера підкреслює румунська дослідниця М. Дудіан, вважаючи, що інноваційні кластери є такими інноваційними середовищами, в яких відбувається поширення локальних знань та прискорення процесу колективного навчання, соціальний когнітивний процес, синергія та співробітництво.

У процесі узагальнення наукових точок зору та практики функціонування інноваційних кластерів у різних країнах варто виділити такі конкурентні переваги інноваційних кластерів [3,с. 58]:

– активізація інноваційної діяльності малих і середніх підприємств;

– залучення та ефективне використання закордонних інвестицій;

– посилення взамовигідного співробітництва бізнесу, науки та влади;

– сприяння створенню підприємств та збільшенню кількості робочих місць;

– зниження витрат та зростання продуктивності підприємств та організацій;

– сприяння розвитку різних видів інфраструктури, включаючи інноваційну;

– сприяння інноваційному розвитку галузей економіки, міст та регіонів.

Ще однією перевагою кластерів є синергетичний ефект. Для інноваційного кластера важливим є ефект від спільної інноваційної діяльності. Синергетичний ефект інноваційного кластера можна представити у вигляді структури як результат прояву взаємодії різних видів синергії.

У сучасних умовах кластерні об'єднання розглядаються як одна з найефективніших форм організації та здійснення інноваційних процесів, тобто форм міжнародного, національного, регіонального або організаційного розвитку, що надають можливість вести конкурентну боротьбу на ринку не лише окремими підприємствами, а й цілими господарськими комплексами, яким надається можливість скорочувати свої витрати за рахунок спільної технологічної кооперації підприємств. Також кластерні об'єднання з ціллю розширення сфер вільної торгівлі, вільного переміщення трудових ресурсів та капіталу створюють специфічний економічний простір і тим самим реалізують функції структуроутворюючих компонентів глобальної системи.

Вплив кластерного розвитку на економіку регіону та країни полягає у такому [4, с. 91]:

1. Кластери концентрують економічну діяльність. Створення таких «промислових блоків» всередині країни як кластери, що являють собою «зв'язані» ланцюги співпраці, у тому числі створення цінності. Така форма зосередження економічної діяльності дозволяє виявляти недоліки в ланцюгах та заповнювати їх, генеруючи при цьому побічні потоки знань.

2. Кластер розширює ринок. Це є найсуттєвішим результатом міжфірмової співпраці. Співпраця між фірмами, яка веде до зростаючої віддачі від масштабу, сприяє проникненню фірм у нові сегменти.

3. Розвиток відносин між учасниками кластерів сприяє зростанню конкурентних переваг за рахунок проведення спільних досліджень і розробок, що генерують колективну ефективність.

4. Кластер генерує нові ланцюги доданої вартості за рахунок перехресних зв'язків між фірмами, що примножує кількість промислових вузлів та створює стійкість усієї мережевої системи.

5. Кластер створює системні синергетичні ефекти, сприяє промисловій «ланцюговій реакції», коли один кластер успішно функціонує та примножує результати діяльності інших кластерів.

Наряду з такими позитивами для економіки, деякі науковці виділяють недоліки кластерізації України [5;6]:

- Відсутність досвіду, чітких методик, економічних зв'язків, низька якість бізнес-клімату, психологічна не готовність до кооперації.
- Законодавчо не врегульоване поняття кластеру, корупція в державних органах, технологічна відсталість України.
- Надмірна концентрація підприємств на внутрішніх зв'язках, ігнорування середовища за межами кластеру, що можуть призвести до старіння технологій та зниження їх конкурентоспроможності
- Замкнутість кластеру, що може стати причиною зниження гнучкості підприємств-учасників
- Відсутність конкурентів в рамках окремого кластеру «знищує» необхідність постійного вдосконалення виробничого та збутового процесу.
- Відносна віддаленість промислових підприємств від постачальників сировини та споживачів кінцевої продукції.
- Залежність результатів роботи всього кластеру від ефективності діяльності кожного його учасника.
- Унікальність кожного кластеру, що приводить до значного ускладнення оцінювання ефективності його функціонування, оскільки відсутня можливість для порівняння з іншими кластерами.
- Висока питома вага в галузевій структурі України виробництва екстенсивного напряму.

На основі аналітичної оцінки конкурентоспроможності національної економічної системи України, нами розроблено SWOT-аналіз інноваційнокластерного розвитку в національній економічній системі України з метою з'ясування сильних і слабких сторін цього процесу, а також виявлення потенційних можливостей і загроз (табл. 1) [7; 8].

Таблиця 1

SWOT-аналіз інноваційно-кластерного розвитку в національній економічній системі України

Strengths (сильні сторони)	***Weaknesses (слабкі сторони)***
– вигідне географічне розташування країни; – наявність багатих природних ресурсів; – диверсифікована галузева структура народногосподарського комплексу; – наявність регіональної спеціалізації; – наявність виробничого потенціалу вітчизняних підприємств; – наявність потужної науково-освітньої та науково-дослідної бази; – наявність кадрового потенціалу.	– недосконале законодавче та нормативноправове забезпечення інноваційнокластерного розвитку економіки України; – недостатня узгодженість органів центральної, регіональної та місцевої влади; – недостатнє інформаційне забезпечення інноваційно-кластерного розвитку економіки; – недосконала система самоорганізації та самоуправління в існуючих вітчизняних інноваційних кластерів; – недостатня фінансова підтримка державою науки та досліджень; – недостатній рівень розвитку інфраструктури; – нестача венчурного капіталу; – проблема захисту прав інтелектуальної власності; – недосконалість механізму комерціалізації результатів НДДКР.
Opportunities (можливості)	***Threats (загрози)***
– посилення співпраці бізнесу, науки і влади; – розвиток малого і середнього підприємництва; – створення нових робочих місць; – підвищення рівня заробітних плат; – підвищення рівня якості підготовки та перепідготовки кадрів; – збереження та модернізація традиційних галузей вітчизняної економіки; – розвиток обслуговуючих кооперативів (зокрема, в енергетичній та інших галузях економіки); – розвиток нових науково-технологічних напрямів; – посилення міжгалузевих зв'язків; – залучення та ефективне використання зовнішніх інвестицій; – активізація експортної діяльності вітчизняних підприємств; – можливість виходу на нові ринки збуту; – розширення співпраці України з іншими країнами у сфері науки, інновацій та інноваційно-кластерного розвитку	– неузгодженість дій учасників інноваційного кластера та виникнення між ними конфліктів; – відплив висококваліфікованих кадрів за кордон; – політична та макроекономічна нестабільність в країні; – високий рівень корупції; – високі темпи інфляції; – підвищення ставків податків і тарифів; – виникнення фінансових та інвестиційних ризиків; – посилення адміністративних бар'єрів з боку держави (законодавчі, фінансові, торгові обмеження тощо); – посилення залежності від імпорту; – погіршення політичних та економічних зв'язків України з іншими країнами.

Серед сильних сторін інноваційно-кластерного розвитку України слід відзначити наявність у країні потужної науково-освітньої та науково-дослідної бази, що представлена розгалуженою мережею вищих навчальних закладів та науково-дослідних інститутів. До слабких сторін передусім слід віднести недосконалість в Україні законодавчого та нормативно-правового забезпечення інноваційнокластерного розвитку вітчизняної економіки. Розроблений SWOT-аналіз дає підстави вважати доцільним внесення до Закону України «Про державноприватне партнерство» положення щодо кластерів як ефективних форм взаємодії державного та приватного секторів.

З метою запобігання відпливу висококваліфікованих кадрів за кордон та стимулювання підприємницької діяльності видається доцільним створення в регіонах України фондів підтримки

молодіжних стартапів. При цьому до фінансування фонду мають підключитися як держава, так і представники бізнесу. Недосконаліть інформаційного забезпечення інноваційно-кластерного розвитку необхідно посилити шляхом створення інформаційних платформ для налагодження безперервного діалогу між науковцями, представниками бізнесу та органами влади, включаючи круглі столи, семінари, форуми, конференції, тренінги.

Висновки. Таким чином, Україна поки що дуже відстає від європейських показників. Але в цьому і є суть питання щодо розвитку. Злагоджена робота центральних та регіональних ОВВ, ОМС, самих кластерних спільнот здатна за 3–5 років дійсно вивести кластери України в цю роль. Проєкт національної програми кластерного розвитку до 2027 року позиціонує кластери як рушії економічного та інноваційного розвитку регіонів України. В такому позиціонуванні проєкт стратегії посилається на кращий європейський та світовий досвід. Кластери дійсно відповідають за левову частку інновацій, зростання продуктивності, робочих місць, доходів тощо.

Список використаних джерел:

1. Шовкалюк В.С. Кластери та інноваційний розвиток України. URL: http://dknii.gov.ua/?q=system/files/sites/default/files/images/ tvor_ta_funk_klasteriv.pdf. (дата звернення: 13.10.2021)
2. Cluster Management – A Practical Guide Part A: Overview. Economic Development and Employment Division Economic Policy and Private Sector Development Section. Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH. P.27. URL: https://www.ibm.com/support/kno wledgecenter/SSEPGG_11.1.0/co m.ibm.db2.luw.admin.ha.doc/doc/c0053131.html (дата звернення: 13.10.2021).
3. Урсакій Ю.А. Інноваційні кластери як потужний пласт підвищення конкурентоспроможності країни // Трансформація податкової та обліково-аналітичної систем в контексті сучасних кризових явищ: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м. Чернівці, 20 травня 2021р.) Чернівці: Технодрук, 2021. 379 с.
4. Соколенко С. Кластери в глобальній економіці. Київ : Логос, 2004. 848 с.
5. Фарат О.В. Сутність та види розвитку інноваційних кластерів // Науковий вісник Херсонського державного університету. 2014. Випуск 9. Частина 7. С. 67-71.
6. Лаврухіна К.О. Кластери як організаційно-економічнний механізм функціонування інноваційної діяльності в Україні і світі // Причорноморські економічні студії. 2020. Випуск 50-2. С. 53-57.
7. Національна програма кластерного розвитку до 2027 року. URL: https://mautic.appau.org.ua/asset/166:proekt-nacprogrami-klasternogo-rozvitku-do-2025-v1pdf (дата звернення: 13.05.2021).
8. Вектори Національної економічної стратегії 2030 (НЕС 2030). URL: https://nes2030.org.ua/ (дата звернення: 10.10.2021).

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В РИНКОВИХ УМОВАХ

Сідлярчук Д., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Менеджмент», спеціалізація «Менеджмент організацій торгівлі»
Наук. кер. – Пенюк В. О.

Стаття присвячена розкриттю сутності та значення управління конкурентоспроможністю підприємства в ринкових умовах. Розкрито головні фактори управління конкурентоспроможністю, визначено основні форми та необхідність соціального страхування, а також охарактеризовано складові, які має забезпечити соціальний захист.

The article is devoted to the disclosure of the essence and importance of managing the competitiveness of the enterprise in market conditions. The main factors of competitiveness management are revealed, the basic forms and necessities of social insurance are determined, as well as the components that have social protection are characterized.

Актуальність даної теми полягає в тому, що проблема підвищення конкурентоспроможності підприємства стосується підприємств усіх галузей світового господарства. В умовах ринкових відносин вона є вирішальним фактором успішності бізнесу й економічної безпеки. Саме конкуренція є, наразі, однією з найпопулярніших і обговорюваних проблем. А механізми формування ефективних підходів до вибору конкурентних переваг є найбільш актуальними в бізнес середовищі, котре сьогодні ускладнене наслідками світової пандемії COVID-19.

Метою статті є вивчення базових засад формування конкурентоспроможності підприємства, його роботи та розкриття сутності і змісту поняття «конкурентоспроможність», а також розкриття шляхів її сталої реалізації в сучасних умовах.

Об'єктом дослідження є процес конкуренції підприємств, взаємодія управлінців у даному процесі в змінних ринковихумовах.

Предметом дослідження є теоретичні та організаційно-економічні аспекти системи організації та менеджменту у конкуруючому середовищі.

Проблема підвищення конкурентоспроможності є актуальною для підприємств усіх галузей світового господарства. В умовах ринкових відносин вона є вирішальним фактором успіху бізнесу й економічної безпеки. Саме конкуренція є наразі однією з найпопулярніших і обговорюваних проблем. А механізми формування ефективних підходів до вибору конкурентних переваг є найбільш актуальними в економічному середовищі.

Науковці Азоєв Г.Л., Завялов П.С., Покропивний С.Ф., Поршнєв А.Г., Блонська В.І. та Поршнєв А.Г займались вивченням поняття конкурентоспроможності, завдяки численним дослідженням теоретичних та практичних основ вивчення конкурентоспроможності підприємства на ринку в працях та все ж питання конкурентоспроможності ще є дискусійним.

Конкурентоспроможність – це здатність ефективно розпоряджатися власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку, що відображається як результат його конкурентних переваг по всьому спектру проблем управління підприємством [1].

Незважаючи на те, що поняття та проблематика конкуренції відома світу не одне століття кожен дослідник вкладає у поняття «конкурентоспроможності» свій зміст та значення. Тому досі немає загальноприйнятого термінологічного тлумачення цього поняття.

Проаналізувавши визначення конкуренції, можна зробити висновок, що всі вони включають такі якості, як динамічність, примусовість, суперництво, зв’язок з інноваційними процесами, політичним, соціальним, (як приклад глобальна пандемія COVID-19) кліматичним середовищами.

Виникнення і розвиток суспільства супроводжується формуванням явища конкуренції, яка є одним із постійних фактором руху та розвитку вперед. Конкуренція змушує управлінців не зупинятися на досягнутому, а постійно самовдосконалюватись, оптимізувати процеси та витрати, покращувати якість продукції чи послуг, що пропонує дане підприємство, таким чином підвищуючи власну конкурентоспроможність.

Основними умовами забезпечення конкурентоспроможності підприємства є:

- застосування наукових підходів до стратегічного менеджменту;
- забезпечення єдності розвитку техніки, технології, економіки, управління;
- застосування сучасних методів дослідження й розробок (програмно-цільове планування, теорія прийняття рішень тощо);
- розгляд взаємозв'язків функцій управління будь-яким процесом на всіх стадіях життєвого циклу об'єкта;
- формування менеджером системи заходів із забезпечення конкурентоспроможності різних об'єктів.

Взагалі на конкурентоспроможність впливає багато чинників, які залежать від менеджменту організації. Проблема підвищення конкурентоспроможності має кілька факторів: технологічний, організаційний, економічний, соціальний, юридичний та комерційний. І хоча всі вони становлять єдину систему забезпечення конкурентоспроможності продукції, існує певна послідовність вирішення питань кожного з факторів.

Конкурентоспроможність підприємства передусім визначається такими чинниками, як споживчі властивості товарів, маркетингова підтримка, характеристика цільових ринків, поведінка споживачів, потенціал і ресурси підприємства тощо. Набір чинників, які визначають конкурентоспроможність підприємства, виявляється настільки значимим і своєрідним, що неможливо запропонувати єдину методику збирання даних стосовно їхнього оброблення та ідентифікації для прийняття відповідних рішень [2].

Підприємства, які забезпечують собі високу якість та конкурентоспроможність, зможуть триматися на ринку. Для стабільної якості будь-якої компанії менеджеру необхідно розробити власну стратегію конкурентоздатності підприємства.

У центрі стратегії конкурентоспроможності стоїть зосередженість на клієнтах та їх потребах. Це є критерієм якості. Зосередженість в даному випадку означає, що, приймаючи будь-яке рішення в управлінні компанією, менеджер повинен враховувати те, як воно позначиться на задоволеності споживача. Для ефективного менеджменту у конкурентному середовищі принципове значення має зосередженість на процесах. Практично будь-яку організаційну діяльність можна розглядати як процес, в ході якого "вхід" - це сировина, матеріал, інформація і т.д. перетворюється на якийсь "вихід" - це продукт з кінцевим результатом, що задовольняє потреби клієнта. Якість кінцевої продукції або послуг залежить від якості кожного окремого процесу та їх взаємопов'язаності. Зосередженість на процесах дозволяє забезпечити прозорість і керованість виробничої діяльності компанії та робіт з обслуговування клієнтів.

Вибір ряду правильних комбінацій видів діяльності – є найбільш впливовий фактор конкурентної переваги, тому що окремі види діяльності впливають один на одного. Таким чином, спрямованість на досягнення високої конкурентоспроможності підприємства, стратегія ведення операцій, з одного боку, і

вимоги конкурентної боротьби до пошуку найбільш ефективних методів ведення операцій - з іншого, нероздільні й взаємо-пов'язані, вони потребують проведення більш ретельних досліджень у цьому напрямку.

Сучасний стан розвитку глобалізованої економіки передбачає функціонування підприємств в умовах постійної конкуренції. Оцінка конкурентоспроможності підприємства є важливою умовою його перемоги у конкурентній боротьбі. У ситуації, коли чимало аналогічних підприємств на ринку здійснює свою діяльність, важливим є правильне визначення рівня конкурентоспроможності підприємства та конкурентних переваг. Вдале використання цих переваг є ключовими факторами формування власної стратегії перемоги підприємства у конкурентній боротьбі.

Передбачаються три рівні забезпечення конкурентоспроможності організації: оперативний, тактичний і стратегічний.

1. Оперативний — це забезпечення конкурентоспроможності продукції, де відмінною рисою конкурентоспроможності є показник конкурентоспроможності продукції, у ресторанному бізнесі цією рисою виступає особливості концепції закладу, розважальна програма меню тощо.

2. Тактичний — це конкурентоспроможність на тактичному рівні, відображає поточний стан конкурентоспроможності підприємства (виторги за день). Виступає комплексним показником стану підприємства.

3. Стратегічний — характеризує формування інвестиційної привабливості підприємства. Головною умовою є зростання вартості підприємства [3].

Отже конкурентоспроможність будь-якого підприємства не може бути виміряне єдиним статистичним показником. Це складна система, котра проявляється у вигляді окремих групових факторів. Найчастіше рівень конкурентоздатності підприємства визначається експертним шляхом з використанням думок фахівців або навіть споживачів, у розрізі ресторанного бізнесу має місце відгуки про заклад на відповідних сервісах та експертні висновки спеціалістів. Науковець Должанський І.З. вважає, що підприємство повинно приділяти серйозну увагу аналізу зовнішніх та внутрішніх факторів конкурентоспроможності, надавати великого значенню вивченню своїх слабких і сильних сторін для оцінки реальних можливостей у конкурентній боротьбі й розробленні заходів та на накопичення коштів, за рахунок яких воно могло б підвищити власну конкурентоспроможність і забезпечити успіх на ринку [4].

Категорія «конкурентоспроможність підприємства» характеризується переліком наступних властивостей: порівнюваність, просторовість, динамічність, предметність, атрибутивність, системність, об’єктивність.

Порівнюваність вказує на те, що конкурентоспроможність підприємства досліджується порівняно з реальними конкурентами, які надають послуги і функціонують на одному й тому ж ринку.

Просторовість означає те, що конкурентоспроможність підприємства визначається у межах певного конкретного ринку, адже за рівних умов підприємство може бути конкурентоспроможним на одному ринку та неконкурентоспроможним – на іншому. Як приклад заклади швидкого харчування не конкурують із закладами банкетного типу.

Динамічність свідчить про те, що поняття конкурентоспроможності є обмеженим у часі, оскільки підприємство може бути конкурентоспроможним в одному періоді, і позбутися цих позицій в іншому, до прикладу заклади, що розташовані в пляжній зоні влітку є набагато більш конкурентоздатним влітку аніж взимку. Тому, дослідження конкурентоспроможності підприємства потребує постійної оцінки її рівня, моніторингу показників, що її характеризують та дослідження джерел її формування: техніко-екологічних, виробничих, реалізаційних, маркетингових, кадрових, кваліфікаційних, інвестиційних, організаційних, економічних, сезонних.

Предметність передбачає виділення набору параметрів, які формують конкурентоспроможність підприємства, а саме: високу якість продукції, використання сучасних технічних засобів та технологій, високий рівень кваліфікації персоналу, формування позитивного іміджу підприємства та його продукції в свідомості споживачів, застосування комплексу маркетингу при просуванні власного ресторану на ринку, забезпеченість підприємства матеріальними, трудовими та фінансовими ресурсами, використання прогресивних управлінських технологій тощо.

Атрибутивність вказує на виокремлення унікальних характеристик, які формують конкурентну перевагу підприємства (унікальність продукції, додатковий сервіс, оригінальна технологія приготування страв тощо).

Системність передбачає дослідження всієї сукупності або максимально можливої кількості параметрів та умов, що формують конкурентоспроможність підприємства, а також взаємозв'язки між ними і взаємообумовленості їх складових.

Об'єктивність свідчить про те, що дослідження конкурентоспроможності підприємства повинно базуватися на достовірній, інформації, що реально відображає об'єктивну дійсність, а висновки повинні обґрунтовуватися лише точними аналітичними розрахунками [5].

Аналіз конкурентоспроможності підприємства на ринку допускає вивчення факторів, що впливають на відношення покупців до підприємства та її продукції і як результат — зміна частки продукції підприємства на ринку.Для аналізу факторів макросередовища частіше використовують PEST-аналіз (політичні, економічні, соціальні, технологічні фактори), SWOT-аналіз, який допомагає визначити загрози й можливості з якими зіштовхується підприємство, і встановити несприятливі фактори, які можуть знизити рівень ефективності потенціалу підприємства. Під час оцінювання, прогнозування та управління конкурентоспроможністю підприємства необхідно враховувати усю сукупність внутрішніх та зовнішніх чинників, що вплинули чи потенційно можуть вплинути на її формування.

Таким чином, підвищення конкурентоспроможності підприємств є однією з найактуальніших проблем. Необхідне застосування заходів щодо її підвищення. Разом з тим потрібно розвивати ринкову інфраструктуру на споживчому та товарному ринках. Стійке підвищення конкурентоспроможності підприємств можливе тільки при довгостроковому і безперервному розвитку всіх складових конкурентоспроможності. Це обумовлює необхідність розробки чіткого інструментарію оцінки та підвищення конкурентоспроможності товарів і послуг, заснованого на взаємозв'язку загальновідомих економічних законів.

Сучасний стан ринку характеризується постійними змінами у зовнішньому середовищі, мінливістю споживчого попиту, наявністю великої кількості підприємств різних форм власності, підвищенням невизначеності та ризику тощо, а в умовах глобальної пандемії ризики подвоюються, а в залежності від суворості карантинних обмежень підприємства зіштовхуються з постійними додатковими ризиками. А отже, задля того, щоб вижити на ринку, сучасному підприємству необхідно постійно відслідковувати і реагувати на всі зміни, що відбуваються у його конкурентному та зовнішньому середовищі загалом, з метою збереження та зміцнення позицій на ринку і забезпечення ефективного управління конкурентними перевагами.

Список використаних джерел:

1. Должанський І. З.Конкурентоспроможність підприємства : навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури. 2015. 319 с.
2. Сладкевич В.П. Стратегічний менеджмент організацій: навчальний посібник. Київський національний університет ім. Т.Г Шевченка. Київ, 2013. 496 с.
3. Кваско А.В. Аналіз методів оцінки конкурентоспроможності підприємства // Наукові записки української академії друкарства. Київ, 2011. 228 с.
4. Кваснюк Б. Конкурентоспроможність національної економіки. Київ : Кондор, 2017. 78 с.
5. Янковий О. Конкурентоспроможність підприємств: оцінка рівня та напрями підвищення. Львів : Атлант, 2013. 317 с.

ГЕНДЕРНА РІВНІСТЬ В СИСТЕМІ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

Смотилевич Г., 4 курс (ОС «бакалавр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Менеджмент»
Наук. кер. – Добржанська І. М.

У статті проаналізовано сутність гендерної політики та запропоновано механізми впровадження ідеї гендерної рівності в державну службу. Визначено поняття гендерної політики в системі державної служби і з'ясовано її сутність. Обґрунтовано необхідність формування та реалізації гендерної політики в системі державної служби. Визначено проблеми гендерної політики, зокрема проблему гендерного паритету в державному управління, шляхи досягнення і заходи щодо його забезпечення.

The article analyzes the essence of gender policy and proposes mechanisms for introducing the idea of gender equality in the civil service. The concept of gender policy in the civil service system is defined and its essence is clarified. The necessity of formation and implementation of gender policy in the civil service system is substantiated. The problems of gender policy, in particular the problem of gender parity in public administration, ways to achieve it and measures to ensure it are identified.

Актуальність. Залученість жінок на рівні з чоловіками у сферу державної політики – одна з важливих ознак забезпечення гендерної рівності. Питання доступу жінок до ресурсів влади є важливим критерієм рівних можливостей та економічного добробуту суспільства. Ґендерна рівність та участь у політичному житті є засадничими складовими сучасного демократичного управління. Відповідно до

міжнародних стандартів, чоловіки і жінки мають рівні права на повноцінну участь у всіх аспектах політичного процесу. Однак, на практиці, жінкам набагато важче повною мірою скористатися цими правами.

Метою статті є створення механізмів запровадження гендерної політики на державній службі.

Об'єктом є дослідження гендерна політика в Україні.

Предметом дослідження є державна служба і гендерна рівність в ній.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання гендеру та проблеми формування й реалізації гендерної політики в Україні є предметом численних наукових досліджень вітчизняних науковців, посадовців і громадських діячів. Вивченню загальних питань гендерної рівності присвятили увагу немало вчених, зокрема Ю.В. Івченко (національні особливості гендерної рівності в Україні) [1]; В.Г.Никифоренко (проблеми та шляхи вдосконалення гендерної рівності в Україні) [2] і багато інших науковців.

Виклад основного матеріалу дослідження. Проблема відносин жінки і чоловіка, згідно з дослідженнями, в нашому суспільстві прадавня. Проте, сьогодні вона набула особливої гостроти, так як у світі активна боротьба за ствердження демократичних принципів і норм. Гендерна рівність і гендерне партнерство набувають високої актуальності і реалізуються через державну політику.

Сукупність характеристик, ролей та моделей поведінки, які розділяють жінок та чоловіків і обумовлені не біологічно, а соціальне і культурно.

Стать - біологічно обумовлена характеристика, тоді як гендер має соціальну природу, є продуктом соціально-культурних норм та очікувань. Такі характеристики змінюються з часом та залежно від країни і культурного середовища. Концепції гендер стосуються не тільки жінок або чоловіків, але й відносин, що складаються між ними. Гендерні відносини постійно переглядаються, а отже змінюються політичні, економічні, соціальні та культурні умови зовнішнього середовища на локальному, національному та міжнародному рівнях.

Гендерна політика в системі державного управління – це компонент державної гендерної політики, який націлений на встановлення гендерної рівності в органах державної влади, за допомогою реалізації паритетності у владних структурах і досягнення гендерно збалансованої участі в прийнятті рішень на різних рівнях, а саме національному, регіональному та місцевому. Гендер в системі державної служби можна характеризувати як сукупність дій органів державної влади щодо гарантування державним службовця певного соціального статусу згідно з особистими і професійними якостями, освітою і іншими ознаками на основі інституційного забезпечення рівних можливостей чоловікам і жінкам у світлі гендерної демократії. У країнах ЄС гендерна рівність забезпечується через створення системи законодавчої бази та механізмів її дотримання. ЄС, затверджуючи принцип рівноваги можливостей, центр уваги якої зосередив на новій гендерній ідеї – від принципу ідентичного ставлення до стратегії позитивної дії. Концепцією передбачено зміщення акцентів із дотримання рівних можливостей на забезпечення певних соціальних умов, які слугували б установленню фактичної гендерної рівності.

На початку 90-х років XX ст. у Європейському Співтоваристві було створено першу мережу експертів із питань залучення жінок до процесу політики.

Статтею 16 Закону України "Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків" проголошено забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків у сфері державної служби та служби в органах місцевого самоврядування [3]. Однак зараз застосування Закону України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків» залишається незадовільним. Через це на державній службі виникає дискримінація прав жінок, яка проявляється в неналежному рівні врахування їх пропозицій у процесах ухвалення управлінських рішень. Однією з особливостей функціонування державної служби на даному етапі в Україні є переважаюча зайнятість у них жінок, яка постійно зростає. Держслужбовці не готові самі покращити ситуацію, зокрема більшість жінок вважає, що краще, коли керівником стає чоловік.

Загальна ж тенденція є такою, що в цілому по Україні гендерна рівність присутня лише серед керівників найнижчого рівня, проте детальніший аналіз затверджує, що причина в цьому полягає в низькому рівні заробітної плати і не зовсім комфортних умов праці на найнижчому рівні. Звісно, висунення найталановитіших жінок на керівні посади у даній сфері не є самоціллю. Жінки можуть зробити все можливе для покращення ситуації в країні, в подальшому й підвищення рівня життя українських громадян. Тому, залучення жінок до діяльності управління не лише й бажано, а й принесе суспільству ефективний і позитивний результат, забезпечить розквіт держави. Створення в інших країнах світу структур із рівності статей показує перебудову системи управління в напрямі впровадження гендерної ідеї в усі сфери управління. Недостатня кількість жінок на вищих рівнях не лише суперечить принципом паритетної демократії, а й знижує ефективність управління.

Керівництво Чернівецької обласної державної адміністрації складається з голови облдержадміністрації, першого заступника голови облдержадміністрації, заступника голови облдержадміністрації, заступника голови — начальника Головного фінансового управління облдержадміністрації, заступника голови — керівника апарату облдержадміністрації [4.]. Керівні посади займає 6 чоловік, у складі яких 4 чоловічої статі і 2 жіночої. В структурних підрозділах чисельність працюючих складає 16 людей, серед них 11 чоловічої статі і 5 жіночої.

Висновок. Підсумовуючи, проведення гендерної політики у сфері державної служби України має передбачати систематизовану роботу органів державної влади на основі підходу до розв'язання проблеми рівності жінок і чоловіків. Такий підхід дасть змогу забезпечити гендерно чутливий корпус кадрів державної служб, який буде налаштований на сприйняття гендерних вимірів будь-яких явищ,на розроблення гендерних стратегій та управління гендерним процесом у сфері державної служби зокрема та в суспільстві загалом.

Список використаних джерел:

1. Івченко Ю. В. Гендерна рівність в Україні (національні особливості) // Філософські та методологічні проблеми права. 2013. № 1–2. С. 52–59.
2. Никифоренко В. Г., Табанова А. І. Гендерна рівність в Україні: проблеми та шляхи удосконалення // Вісн. соц.-екон. дослідж. 2014. Вип. 2. С. 218–225.
3. Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків : Закон України від 8.09.2005 р. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2866-15
4. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/
5. URL: https://bukoda.gov.ua/

УПРАВЛІННЯ РІВНЕМ БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ

Станчу О., 4 курс (ОС «бакалавр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Менеджмент», спеціалізація «Менеджмент організацій торгівлі»
Наук. кер. – Долга Г. В.

У статті проаналізовано сутність феномену безробіття. Визначено причини та фактори, які формують рівень безробіття в Україні. Проведено аналіз рівня безробіття в Україні. Внесені пропозиції стосовно основних шляхів вирішення проблеми безробіття та цілеспрямованості активного підвищення рівня зайнятості населення України.

In the article the essence of the phenomenon of unemployment. The causes and factors of unemployment level in Ukraine are defined. The analysis of unemployment in Ukraine. Made proposals for solutions to the major problems of unemployment and increasing focus of active employment in Ukraine.

Актуальність даної теми полягає в тому, що безробіття є однією з найважливіших соціально-економічних проблем сучасного етапу розвитку України. Це складне макроекономічне явище економічного життя. Економічна криза в Україні згубно позначається на зайнятості в країні. Нині безробіття стає неодмінним елементом життя України, що впливає не тільки на соціально-економічну, а й політичну ситуацію в державі. Безробіття є однією з актуальних проблем у країні, яке залишається в центрі уваги і населення, і наукової громадськості.

Метою даної статті є аналіз стану та динаміки показників безробіття в Україні за останні роки , визначення основних причин та наслідків безробіття як однієї з економічних проблем країни , а також напрямки його подолання.

Об'єктом даного дослідження є процес управління станом рівня безробіття та причини виникнення цього феномену в економіці країни.

Предметом дослідження є комплекс теоретичних, методичних й прикладних проблем з питань дослідження причин виникнення безробіття, а також дані щодо рівня безробіття населення України.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблеми безробіття розглядалися та знайшли своє відображення у працях вітчизняних науковців, таких як: С.І. Бандури, В.В. Близнюк, Д.П. Богині, І.К. Бондар, Е.М. Лібанової, В.М. Петюх, В.В. Онокієнко, Ю.М. Маршавіна та інших. Значний внесок у вивчення такої проблеми як безробіття зробили іноземні вчені, зокрема: Дж. Акерлоф, Л. Гроган, Р. Джекман, А. Сміт, К. Терел, Т. Мальтус, Ф. Кене, К. Маркс, Дж. Кейнс, М. Фрідмен, А. Пігу, А. Маршал, А. Оукен та інші.

Виклад основного матеріалу дослідження. Феномен безробіття – найбільш гостра проблема, з якою стикається населення України. Причиною такого розповсюдженого явища є неефективність використання робочої сили і відсутність економічних умов, які б дали змогу людям застосовувати свої

навички у продуктивній роботі за пристойну плату. Саме тому це явище являється як економічною, так і соціальною проблемою [6, с. 49].

Безробіття – це соціально-економічне явище, за якого частина осіб не має змоги реалізувати своє право на працю та отримання заробітної плати (винагороди) як джерела існування [4]. Безробіття є макроекономічною проблемою, яку формують такі фактори, як зміни в економіці, сповільнення темпів економічного розвитку, недостатній сукупний попит, інфляція, що сприяє скороченню капітальних вкладень, зниження реальних доходів населення, що викликає збільшення пропозиції зі зменшенням попиту на робочу силу, співвідношення цін на фактори виробництва, яке веде до переважання працездатних технологій, сезонні коливання виробництва, що здійснюють коливання у попиті на робочу силу, науково-технічний прогрес, що збільшує диспропорції між попитом і пропозицією робочої сили, недосконале трудове законодавство, низький рівень професійної підготовки й перепідготовки, неналежний рівень програм зайнятості та зміни в демографічній структурі населення, зокрема, зростання чисельності населення працездатного віку, яке призводить до збільшення попиту на працю і, отже, зростання імовірності безробіття.

Не існує єдиного погляду щодо цього соціально-економічного явища. Дослідивши низку тверджень найбільш доцільним є таке розуміння поняття «безробіття». Безробіття – це суспільна ситуація в країні, спричинена економічними, політичними або соціальними чинниками, за яких значна частина працездатного населення не може реалізувати свій трудовий і творчий потенціал через обмежену кількість вакантних робочих місць або через свою неконкурентоспроможність на ринку праці. Безробіття в економічному житті – це перевищення пропозиції робочої сили над попитом на працю. Безробіття вважається, з одного боку, важливим стимулятором активності працюючого населення, а з іншого – великим суспільним лихом. Отже, виділимо негативні та позитивні наслідки безробіття. Виникнення безробіття призводить до таких наслідків: збільшення соціального напруження; збільшення осіб з психічними захворюваннями; посилення соціальної диференціації; виникнення випадків кримінального характеру; зниження трудової активності, а також рівня життя населення; скорочення податкових надходжень; зменшення ВВП; зростання витрат на допомогу безробітнім [5, с. 120]. Попри всі негативні наслідки, безробіття має й позитивні сторони: підвищення соціальної цінності робочого місця; збільшення особистого вільного часу та свободи вибору місця роботи; зростання соціальної значимості й цінності праці; створення конкуренції між працівниками; створення резерву робочої сили для структурної перебудови економіки; стимулювання підвищення інтенсивності і продуктивності праці [8, с. 32].

За ринкових умов безробіття є не тільки економічною, але й серйозною соціальною проблемою. Причому соціальні аспекти даної проблеми є більш відчутними для суспільства і дуже актуальні наразі. Щоб краще зрозуміти ситуацію безробіття в Україні, проаналізуємо рівень безробіття за останні роки.

Таблиця 1

Рівень безробіття в Україні з 2000 по 2021 рр. (кількість населення в тис. осіб)*

Рік	*Всього населення*	*Економічно актив-не населення*	*Зайняте населення*	*Безробітне населення*	***Рівень безробіття %***	*Зареєстрованих безробітних*
2000	48923,2	21150,7	18520,7	2630,0	**12,4%**	1178,7
2001	48457,1	20893,6	18453,3	2440,3	**11,7%**	1063,2
2002	48003,5	20669,5	18540,9	2128,6	**10,3%**	1028,1
2003	47622,4	20618,1	18624,1	1994,0	**9,7%**	1024,2
2004	47280,8	20582,5	18694,3	1888,2	**9,2%**	975,5
2005	46929,5	20481,7	18886,5	1595,2	**7,8%**	891,9
2006	46646,0	20545,9	19032,2	1513,7	**7,4%**	784,5
2007	46372,7	20606,2	19189,5	1416,7	**6,9%**	673,1
2008	46143,7	20675,7	19251,7	1424,0	**6,9%**	596,0
2009	45962,9	20321,6	18365,0	1956,6	**9,6%**	693,1
2010	45778,5	20220,7	18436,5	1784,2	**8,8%**	542,1
2011	45633,6	20247,9	18516,2	1731,7	**8,6%**	505,3
2012	45553,0	20393,5	18736,9	1656,6	**8,1%**	467,7
2013	45426,2	20478,2	18901,8	1576,4	**7,7%**	487,6
2014	42928,9	19035,2	17188,1	1847,1	**9,7%**	458,6
2015	42760,5	17396,0	15742,0	1654,0	**9,5%**	461,1
2016	42584,5	17303,6	15626,1	1677,5	**9,7%**	407,2
2017	42386,4	17193,2	15495,9	1697,3	**9,9%**	352,5
2018	42153,2	17296,2	15718,6	1577,6	**9,1%**	341,7
2019	41902,4	17381,8	15894,9	1486,9	**8,6%**	338,2
2020	41588,4	16917,8	15244,5	1673,3	**9,9%**	459,2
2021	41435,6	16631,6	14874,7	1757,1	**10,6%**	397,25

**Примітка:* з 2014 р. – без урахування окупованих територій (Криму, Севастополя, частини Донбасу та Луганська)

Чисельність «економічно активного», «зайнятого» і «безробітного» населення, а також кількість офіційно зареєстрованих безробітних даються в середньому за період (з початку року по кінець кварталу або року). Загальна кількість населення України дається на кінець звітного періоду. Чисельність безробітного населення розраховується за методологією МОП (Міжнародної організації праці). Відповідно до цієї методології, людина визнається безробітною, якщо вона протягом чотирьох тижнів: не мала роботи, шукала роботу, була готова стати до роботи. Зауважимо, що цей показник істотно відрізняється від кількості офіційно зареєстрованих безробітних. Безробітний – особа віком від 15 до 70 років, яка через відсутність роботи не має заробітку або інших, передбачених законодавством доходів, як джерела існування, готова та здатна приступити до роботи. Зареєстрований безробітний – особа працездатного віку, яка зареєстрована в територіальному органі центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері зайнятості населення та трудової міграції, як безробітна і готова та здатна приступити до роботи. Рівень безробіття – кількісний показник, який визначається як відношення кількості безробітних до загальної чисельності економічно активного працездатного населення країни, та вимірюється у відсотках [7].

В Україні негнучкий ринок праці, тому рівень безробіття був доволі сталий навіть попри потужні економічні кризи – максимальний показник був 12,4% (2000 рік). З табл. 1 видно , що з 2000 по 2008 роки в Україні відбувається спад рівня безробіття, який в 2008 році на 5,5% нижче ніж на початок дослідженого періоду. Починаючи з кінця 2008 початок 2009 роках спостерігається скорочення потреби в працівниках, а отже, і різке підвищення рівня безробіття в країні на 2,7% . Причиною цього стала виникнення фінансової та економічної кризи в Україні. Після подолання кризи, починаючи з 2010 року в країні спостерігалась тенденція зниження рівня безробіття до 2014 року. З 2014-2015 – рівень безробіття почав стрімко зростати через згортання виробництва, причиною чого стало погіршення політичної ситуації в Україні. Така тенденція трималася до 2017 року, після чого рівень безробіття пішов на спад. Але початок пандемії через поширення коронавірусної хвороби 2019 внесла свої корективи. Наслідками запровадження карантинних обмежень стали значне скорочення потреби в працівниках, згортання виробництва, чисельні звільнення, що призвело до різкого підвищення рівня безробіття населення. Так ситуація спостерігається в країні і на сьогодні.

При аналізі безробіття населення важливо відзначити причини безробіття. Проаналізувавши структуру безробітних, можна стверджувати, що в Україні найчастіше населення ставало безробітним через звільнення за власним бажанням (33 % від загальної кількості безробітних), наступними причинами безробіття є звільнення з економічних передумов і неможливість працевлаштування після закінчення навчальних закладів загальної середньої освіти та вищих (22 та 16 % безробітних відповідно),працівники з сезонним характером роботи (10%),звільнення через закінчення строку контракту (9%), не працюють через виконання сімейних обов'язків (3%), звільнення через оформлення на пенсію / за станом здоров'я (2%) . Безробітними ставали через демобілізацію з військової строкової служби (1 % безробітних), інші причини (4%) [3].

Сучасний стан ринку праці посилює загострення соціально-економічних проблем, а саме, призводить до зростання інфляції, скорочення обсягів виробництва валового національного продукту, зниження трудової активності та посилення соціальної напруженості населення.

Проаналізувавши сучасний стан безробіття, було визначено, що проблема безробіття є ключовим питанням в Україні, і якщо його не вирішувати, то неможливо налагодити ефективну діяльність економіки і рівень безробіття буде безупинно зростати [1, с. 33]. Оскільки головною причиною безробіття є незбалансованість попиту і пропозиції робочої сили, саме тому в державі повинна втілюватись активна політика, яка складається із заходів, спрямованих на:

- збільшення попиту на робочу силу з боку державного та приватного сектора економіки;
- підвищення конкурентоспроможності робочої сили та забезпечення відповідності робочої сили і робочих місць;
- вдосконалення процесу працевлаштування [2, с. 112].

Можна виділити основні напрямки подолання безробіття в Україні: підвищення добробуту населення за рахунок особистого трудового внеску, підприємництва та ділової активності; надання відповідної допомоги по безробіттю, збереження робочих місць та перепідготовка осіб, які втратили роботу; проведення ґрунтовної пенсійної реформи; сприяння всебічному державному захисту інтелектуального потенціалу суспільства; проведення спеціальних ярмарків праці для навчальних закладів з метою працевлаштування випускників; посилення координації міжнародної діяльності в частині інформаційного обміну з питань зайнятості; забезпечення стабільного фінансування та державної підтримки розвитку духовної сфери, освіти, науки і культури [9, с. 15]. Для вирішення проблем безробіття в Україні треба докорінно змінювати політику зайнятості. Не можна сьогодні пасивно стримувати безробіття. Тільки цілеспрямоване активне підвищення рівня зайнятості населення на діючих і на

новостворених високоефективних робочих місцях допоможе вивести економіку з безвихідного становища, дати простір розвитку ринкових і соціальних перспектив.

Висновки. Сьогодні вітчизняний ринок праці опинився у стані кризи та потребує зміни. В Україні значно знизився попит на робочу силу. У зв'язку з цим важливо забезпечити реальні стимули для роботодавців щодо створення робочих місць, особливо у сьогоднішніх умовах, та активізацію безробітних до пошуків роботи. Запровадження запропонованих у статті заходів дасть змогу покращити ситуацію зайнятості на національному ринку праці, що сприятиме покращенню як економічного, так і соціального рівня розвитку суспільства в державі загалом.

Список використаних джерел:

1.Борищук А. О. Аналіз рівня безробіття в Україні. *Статистика – інструмент соціально-економічних досліджень : збірник наукових студентських праць.* Випуск 3. Частина І. Одеса: ОНЕУ, 2017. С. 29-34.

2. Гальків Л. І. Втрати людського капіталу: чинник безробіття. *Економіка і регіони*. 2009. С. 110-113.

3. Державна служба статистики. URL: http://www.ukrstat.gov.ua

4. Про зайнятість населення : Закон України від 01.01. 2018 р., підстава 2148-19. URL: http://zakon0.rada.gov.ua/

5. Кочума І. Ю. Стан зайнятості та безробіття в Україні на сучасному етапі. *Фінансовий простір*. 2013. № 3. С. 119-126.

6. Лисюк О. С. Безробіття як соціально-економічна проблема населення України. *Зб. наук. праць ВНАУ*. 2012. № 4(70). С. 48-53.

7.Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL: https://index.minfin.com.ua/

8.Полуяктова О. В. Проблеми безробіття в Україні. *Економіка і суспільство*. 2016. №2. С. 31-35.

9. Транченко Л. В. Безробіття як соціальна проблема ринкового суспільства. *Економіка та держава*. 2014. № 4. С. 12-15.

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ВЕНЧУРНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Томчишин М., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Менеджмент»
Наук. кер. – Урсакій Ю. А.

У статті розглядається венчурне підприємництво як один з видів розвитку інноваційної економіки. Розкритр сутність та значення венчурного підприємництва. Досліджено організаційні форми венчурного бізнесу, їхні особливості та характерні риси. Проаналізовано та виокресоено етапи розроблення та реалізації венчурного проекту та надано їм повну характеристику.

The article considers venture entrepreneurship as one of the types of development of innovative economy. Disclosure of the essence and significance of venture entrepreneurship. The organizational forms of venture business, their features and characteristics are studied. The stages of development and implementation of the venture project are analyzed and outlined and given a complete description.

Актуальність. Сучасний стан економіки України характеризується нестабільним курсом валют, невизначеністю торгівельних відносин з країнами-партнерами, різким падінням платоспроможності населення, значним зниженням попиту на українську продукцію на внутрішніх та зовнішніх ринках, що, в свою чергу, зумовлює загальний спад економіки країни. У зв'язку з вищезазначеним машинобудівні підприємства не можуть ефективно функціонувати та перебувають у кризовому стані, про що свідчить кількість збиткових промислових (35,1%) та машинобудівних підприємств (29,7%) у 2018 році. З метою забезпечення відповідності стандартам країн ЄС в українській економіці відбуваються суттєві зміни. Відповідно до «Стратегії сталого розвитку «Україна – 2020» одним із важливих питань для країни є модернізація вітчизняної промисловості та перехід на інноваційний напрям розвитку. Одним з інструментів досягнення цілей стратегії є вибір та впровадження певних організаційних форм венчурного бізнесу.

Метою статті є дослідження особливостей функціонування венчурного підприємництва в сучасних умовах.

Постановка завдань:

✓визначити сутність поняття венчур та венчурне фінансування;

✓дослідити організаційні форми венчурного бізнесу;

✓проаналізувати етапи розроблення та реалізації венчурного проекту.

Об'єктом дослідження є процесів застосування венчурного функціонування в сучасних умовах.

Предметом дослідження є теоретико-методичні та прикладні засади забезпечення процесу розвитку венчурного функціонування.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. У дослідження теоретичних і методичних засад забезпечення ефективності розвитку підприємництва на засадах венчурного функціонування: Н.М. Краус, О.М. Шевченко розглядають інноваційну діяльність та венчурний капітал в системній модернізації національної економіки; управління та особливості розвитку венчурного бізнесу досліджують О.Є. Кузьмін, М.Б. Найчук-Хрущ, О.В. Гук; Рєпіна І.М. аналізує розвиток венчурного бізнесу в Україні.

Виклад основного матеріалу. В сучасному світі ключову роль у здійсненні корпоративної інноваційної діяльності відіграє венчурний капітал. Найбільші корпорації світові лідери використовують інструмент корпоративного венчурингу у своїй стратегії розвитку бізнесу. Корпоративний венчурний капітал генерує внутрішній інноваційний розвиток, стимулює дослідження та розробки в сфері проривних технологій.

Одним із ключових понятть дослідження доцільно вважати «венчурний бізнес», яке з точки зору лінгвістики походить від складання двох слів англійської мови «venture» та «business». Найбільш традиційно, дане поняття перекладається з англійської мови як «ризиковий бізнес», тобто бізнес, що здійснюється в умовах підвищеного ризику. Однак, це спрощене і не повне тлумачення даного поняття.

Звертаючись до вітчизняних визначень поняття «венчурний бізнес», необхідно відзначити, що більшість авторів вказує на те, що венчурний бізнес являє собою підприємницьку діяльність або її сферу, однак деякі визначають венчурний бізнес як ризиковий бізнес, при цьому не згадуючи поняття «підприємництво». У науковій праці «Венчурний бізнес: управління та особливості розвитку» вказано, що венчурний бізнес – це ризикований бізнес, що є важливою формою технологічних нововведень, яка використовується в умовах комерціалізації результатів наукових досліджень у наукомістких галузях.

Українські промислові підприємства навпаки не прагнуть активно залучати інновації до свого розвитку, оскільки виникає нестача фінансових ресурсів у зв’язку з інвестиційною непривабливістю країни та небажанням інвесторів вливати капітал у сильно ризикові проекти. Однак нова форма фінансування, венчурне інвестування, що активно розвивається закордоном, спрямована саме на ризикові проекти, та дасть змогу українським підприємствам здійснити інноваційний прорив та стати конкурентоспроможними на ринках країн ЄС та світових. Саме індикатори інноваційноого розвитку виступають власного роду сигналом про необхідність залучати інновації до виробництва. Наведені фактори обумовлюють необхідність аналізу не тільки самих інновацій, а й широкого дослідження теоретичних аспектів поняття «індикатор інноваційного розвитку», як рушійної сили, що спонукає підприємства до залучення інновацій заради безперервного процесу технологічного розвитку.

Вибір організаційної форми венчурного бізнесу та пріоритетних напрямів розвитку підприємства здійснюється на основі визначених у другому блоці дослідження індикаторів інноваційного розвитку. Для реалізації намірів підприємства потрібно розробити венчурний інвестиційний проект, що являє собою обмежену в часі, цілеспрямовану зміну параметрів і структури будь-якої системи суспільного виробництва зі встановленими вимогами до якості результатів, можливими рамками втрати коштів задля їх досягнення і специфічною організацією процесу розроблення і реалізації [35].

Венчурний бізнес має різноманітні організаційні форми:

- «внутрішні венчури», які створює корпорація у вигляді самостійних науководослідних підрозділів, діяльність яких підлягає найбільшому комерційному ризику;
- «зовнішні венчури» корпорацій, тобто фірми, що спеціалізуються на впровадженні у виробництво науково технічних розробок і організовуються у вигляді паю з промисловими корпораціями;
- «незалежні венчури» малі інноваційні фірми з використанням капіталу інвестиційних фондів.

Разом з тим слід зазначити, венчурний бізнес є тимчасовою структурою, яка націлена на певний кінцевий результат діяльності при вирішенні конкретної проблеми. Адже самі венчурні фірми не здатні налагодити серійний випуск нової продукції. Тому після завершення роботи, заради якої створювались венчури, вони реформуються або призупиняють свою діяльність, або поглинаються великою компанією, або при сприятливій комерційній кон’юнктурі й конкурентоспроможності перетворюються у великі корпорації і функціонують самостійно. За оцінюваннями спеціалістів, які вивчають американський досвід венчурного підприємництва, 20% малих венчурів завершують своє існування за першим сценарієм, 60% – за другим і 20% – за третім [46].

Специфіка інновації як нового продукту визначається високим ступенем невизначеності при отриманні кінцевого науково–технічного результату або послуги, особливим характером фінансування, пов'язаних з ризиком тимчасового розриву між витратами на створення інновації і доходами, які отримуються в результаті її реалізації, невизначеним характером попиту. Основою інноваційного процесу є наукові дослідження. Підсумовуючи вищезазначене, автор прийшов до висновку, що венчурний інноваційний проект – бізнес-проєкт, що відрізняється підвищеним ступенем новизни, ризику і потенційної прибутковості, реалізація якого виконується за наступними етапами.

Отже, до етапів розроблення та реалізації венчурного проекту слід віндести:

- аналіз потреб ринку та узагальнення досвіду конкурентів;
- формування та вибір інноваційних задумів з урахуванням їх перспектив; виконання науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт;
- оцінювання можливостей виробництва та збуту інноваційної продукції; комерціалізація результатів венчурного проекту;
- формування та вибір інноваційних задумів з урахуванням їх перспектив; виконання науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт;
- оцінювання можливостей виробництва та збуту інноваційної продукції; комерціалізація результатів венчурного проекту.

Аналіз потреб ринку та узагальнення досвіду конкурентів здійснюється з метою виявлення потреб споживачів, їх ставлення до товарів, які представлені на ринку конкурентами підприємства. Це дасть змогу визначити чинники, які впливають на споживача при виборі товару, рівень задоволення товарами, представленими на ринку, незадоволені запити, перспективні потреби, мотивацію прийняття рішення щодо купівлі, вимоги до якості, ціни. Дослідження конкурентів дозволить провести оцінювання їх сильних та слабких сторін, методів їх конкурентної боротьби, можливі реакції на виникнення інноваційного продукту.

На другому етапі процесу – формування та вибір інноваційних задумів з урахуванням їх перспектив – відбувається генерація ідей, яка полягає в систематизуванні інформації щодо розвитку конкретного виду продукту в минулому та передбаченні ймовірних шляхів його розвитку у майбутньому на основі логічного аналізу. Завданням процесу генерації ідей є розроблення якомога більшої кількості ідей, з яких потім можна обрати найбільш вдалі. Розроблення нових ідей потребує креативного мислення та групового підходу.

Ключовим завданням підприємства, з множини альтернативних ідей, згенерованих з використанням одного чи групи експертних методів, обрати саме ту ідею, яка в кінцевому результаті зможе перетворитися у найбільш конкурентоспроможний інноваційний продукт, що неможливо без оцінювання їх комерційних перспектив. При оцінюванні комерційних перспектив генерованих ідей важливо спрогнозувати майбутній попит на інновації шляхом проведення маркетингових досліджень, за допомогою яких здійснюється визначення ймовірних споживачів продукції, виокремлення тих спонукальних мотивів, які можуть призвести до придбання новинок.

На третьому етапі процесу розроблення та реалізації венчурного проекту виконуються науково-дослідні та дослідно–конструкторські роботи. Згідно Постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження Типового положення з планування, обліку і калькулювання собівартості науково– дослідних та дослідно-конструкторських робіт» від 20 липня 1996 р. № 830 НДДКР охоплює такі види робіт [47]: теоретичні (пошукові) дослідження, розроблення технічних пропозицій, виконання розрахункових робіт, моделювання процесів; добір та вивчення науково–технічної літератури, інформаційних матеріалів вітчизняних і зарубіжних видань, проведення досліджень на патентну чистоту, складання аналітичних оглядів з досліджуваних проблем, вибір напряму досліджень, складання методики виконання робіт, розроблення техніко-економічного обґрунтування, технічного завдання і планової документації; проектування, розроблення робочої документації та виготовлення дослідних зразків або макетів, засобів для їх випробування, монтаж та налагодження, а також роботи, пов'язані з підготовкою експерименту; дослідні роботи та випробування, узагальнення й аналіз результатів досліджень і розроблень пропозицій про впровадження у виробництво результатів виконаної роботи або обґрунтування доцільності чи недоцільності подальшого проведення робіт; винахідництво і раціоналізація; розроблення дослідно-технологічного регламенту, досліднопромислового регламенту, положень технології серійного виробництва створених зразків виробів, на здійснення авторського нагляду; передача підприємствам, установам і організаціям своїх науковотехнічних досягнень і надання допомоги щодо впровадження та використання ними провідного досвіду.

Четвертий етап процесу полягає в оцінюванні можливостей виробництва та збуту нововведення. Наявність необхідних виробничих потужностей, кваліфікованих працівників, сировини та інвестиційних ресурсів є обов’язковою умовою для втілення новації у життя. Після конструкторського розроблення ідеї важливо одержати перші відгуки споживачів на реальне нововведення, а не товар у задумі.

П’ятий етап передбачає перетворення апробованої інноваційної ідеї в новацію шляхом оформлення прав інтелектуальної власності на створені внаслідок здійснення процесу реалізації венчурного проекту об'єкти промислової власності, якими можуть бути винахід, корисна модель, промисловий зразок, раціоналізаторська пропозиція, ноу-хау тощо. Інноваційна ідея набуває належних прав інтелектуальної власності у результаті її належного визнання та ідентифікування уповноваженими органами державної влади, відповідної реєстрації та отримання певного документального підтвердження. Комерціалізація є ключовим рушієм здійснення інноваційних процесів на підприємстві, оскільки дозволяє завоювати нові та

розширити вже існуючі ринкові ніші, одержати додаткові прибутки. У науковій літературі під комерціалізацією розуміють процес перетворення результатів НДДКР у товари і послуги та їх вихід на ринок.

Висновки. Таким чином представлені етапи розроблення та реалізації венчурного проекту у повні мірі охоплюють увесь спектр робіт, пов'язаних з венчурною діяльністю. Прогноз ефективності інвестиційних проектів є одним з найвідповідальніших етапів, стосовно венчурних проектів варто відмітити, що точний прогноз їх ефективності дасть змогу інвестору та підприємству-реципієнту реально оцінити можливі прибутки та потенційні ризики. Процес вибору організаційної форми венчурного бізнесу є – це системний процес, сполучною ланкою якого виступає рух грошових та інформаційних потоків, що є результуючими у венчурному бізнесі, та уособлює організаційно-інформаційне забезпечення.

Список використаних джерел:

1.Краус Н.М. Інноваційна діяльність та венчурний капітал в системній модернізації національної економіки: монографія / Н.М. Краус, О.М. Шевченко. Полтава : Дивосвіт, 2013. 184 с.

2.Кузьмін О.Є. Венчурний бізнес: управління та особливості розвитку: монографія / О.Є. Кузьмін, М.Б. Найчук-Хрущ, О.В. Гук. Львів.: ЗУКЦ, 2011. 194 с.

3.Литвин І.В. Планування венчурного фінансування інноваційної діяльності машинобудівних підприємств // Вісник НУ «Львівська політехніка» «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку». 2017. №606. С. 39–45.

4. Офіційний сайт Української асоціації інвестиційного бізнесу. URL: http://www.uaib.com.ua (дата звернення: 10.05.2021).

5. Рєпіна І.М. Розвиток венчурного бізнесу в Україні / І. М. Рєпіна, К.О. Рапута // Економіка та підприємництво. 2018. №40. С. 34–42.

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІВНИКІВ ТА НАПРЯМИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Трачук С., 2 курс (ОС «бакалавр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Маркетинг»
Наук. кер. – Сідуняк О. В.

Стаття присвячена розкриттю сучасних проблем мотивації та напрямів їх вирішення. Розкрита головна проблематика мотивації в сучасних умовах, визначено, які є методи мотивації, зовнішні і внутрішні фактори, проблеми та способи їх вирішення.

The article is devoted to the disclosure of modern problems of motivation and directions of their solution. The main problems of motivation in modern conditions are revealed, the methods of motivation, external and internal factors, problems of the present and ways of their decision are defined.

Актуальність даної теми полягає в тому, що мотивація співробітників займає одне з центральних місць в управлінні персоналом, оскільки вона виступає безпосередньою причиною їхньої поведінки. Без мотивації праці працівників, підприємству домогтися бажаних результатів досить складно: члени трудового колективу не будуть справлятися зі своїми службовими обов'язками. Низький рівень мотивації праці не сприяє зацікавленості працівників у досягненні високих кінцевих результатів праці.

Проблемою мотивації в сучасних умовах є недосконалість мотивації на підприємствах, недостатнє фінансування заходів, спрямованих на вдосконалення мотивації персоналу, а також те, що на підприємствах не приділяють належної уваги мотивації .

Метою даної статті є дослідження сучасних проблем мотивації працівників та визначення способів їх вирішення.

Об'єктом дослідження є напрямки мотивації працівників для за ефективної роботи.

Предметом дослідження є мотиваційні способи, що забезпечують покращення роботи працівників в організації, які виникають при погіршенні роботи персоналу.

Мотивація є важливою складовою будь якої організації, адже у сучасних умовах відбувається зростання міграції кваліфікованої робочої сили за кордон у пошуках вищої заробітної плати, кращих умов роботи та життя. Створити умови щодо стимулювання та мотивації для роботи є одним із найголовніших вимог для керівників та роботодавців сьогодні.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблематика мотивації праці розглянута в багатьох наукових роботах таких відомих вчених минулого і сучасності, як К. Альдерфер, В. Врум, Ф. Герцберг, Д. Мак-Грегор, Д. Мак-Клелланд, А. Маслоу та інші. Серед вітчизняних вчених вагомий внесок у розвиток проблем мотивації праці зробили В. Абрамов, Д. Богиня, А.Грішнова, Г. Дмитренко, М. Дороніна, А. Єськов, І. Завадський, М. Карлін, А. Колот та ін.

Виклад основного матеріалу. А.М. Колот, Цимбалюк С.О. вважають, що мотивація може бути подана передусім як стан людини і як процес, спрямований на зміну цього стану. У розгорнутому вигляді мотивація (у першому її значенні) - це характеристика психологічного стану людини, який є віддзеркаленням потреб, інтересів, настанов у конкретний період часу і характеризує міру її трудової активності. Цей стан є наслідком дії внутрішніх чинників (мотивів, очікувань, ціннісних настанов тощо) та зовнішнього впливу (стимулів). Водночас мотивацію персоналу правомірно розглядати (друге її значення) як процес, що визначає динаміку (розгортання) мотиваційних настанов і трудової активності. Це - процес свідомого вибору особистістю певного типу поведінки відповідно до поставленої мети, яка спонукає її до певних дій чи бездіяльності. При цьому маються на увазі як внутрішні процеси зміни трудової поведінки людини, так і зовнішні, які походять від суб'єктів управління і мають на меті активізувати поведінку працівника і спрямувати її на організаційний розвиток. У зв'язку з цим мотивація трудової діяльності є своєрідним результатом узгодження внутрішніх мотивів людини і зовнішніх стимулів трудової діяльності. Зазначимо, що ці процеси взаємозв'язані та взаємообумовлені, а надання їм одновекторного розвитку — одне з основних завдань суб'єктів управління (власників, керівників, менеджерів з персоналу тощо). Мотивацію персоналу можна розглядати (у третьому її значенні) і як сферу фахової, практичної діяльності, що передбачає вироблення методів, засобів впливу на поведінку людини в організації задля досягнення особистих її цілей та цілей організації [1, с. 22].

На нашу думку, мотивація – це насамперед внутрішній мотив людини для вдосконалення власних навичок, для досягнення кращого результату у як у професійній діяльності так і у житті загалом. Мотивація є дуже важливим чинником самовдосконалення та професійного стимулювання, адже без внутрішнього стимулу досягти власних цілей та професійних було б неможливо.

Данюк В., Чернушкіна О. зазначають, що посилення мотивації, трудової активності, формування позитивного ставлення до праці є одним з головних завдань керівників і фахівців з управління персоналом. Комплексний зовнішній вплив на працівників з метою формування в них стійкої мотивації до праці можна визначити як процес мотивування [2, с. 34]. Тому для підтримки та посилення мотивації праці персоналу підприємства слід застосовувати певні засоби та методи, що обумовлені сучасними вимогами та викликами на ринку праці. Мотивація праці – це бажання працівника задовольнити свої потреби через трудову діяльність.

Але нестабільна економічна ситуація в Україні, несприятлива демографічна ситуація, що впливає на рівень забезпеченості підприємств персоналом, є зовнішніми факторами, які визначають умови функціонування підприємства. Керівництво підприємств не може зменшити їх негативний вплив, однак потрібно враховувати його у процесі формування стратегії своєї діяльності [3, с. 30]. Отже, мотивація персоналу підприємства не може бути дієвою без застосування сучасних форм і методів матеріального та нематеріального стимулювання персоналу.

Зовнішні засоби посилення мотивації працівника не обмежуються суто матеріальними стимулами, адже тільки ними важко підтримувати високу трудову активність протягом тривалого часу. Мотивування як чинник активізації трудової поведінки мають бути створені умови для високопродуктивної праці, професійного й посадового зростання, належна організація праці. Важливе значення має розроблення об'єктивної системи оцінювання персоналу, залучення працівників до участі в управлінні підприємством, формування сприятливого соціальнопсихологічного клімату, відчуття причетності у працівників до організації, розвиток корпоративної культури [1, с. 23]. Але, на нашу думку, зазначені засоби не є тривалими та високоефективними, адже без належної системи матеріального стимулювання, конкурентного компенсаційного та соціального пакета, раціональної оплати праці мотивація не буде тривалою. Сприятливі умови праці можуть позитивно впливати на мотивацію працівника лише певний період часу. Згодом відсутність належної матеріальної винагороди сприятиме зниженню трудової активності працівника.

Краковецька І. В., Телегіна І. П. вважають, що неефективне використання методів стимулювання праці персоналу характерне для вітчизняних підприємств, що не відповідає сучасним вимогам, є фактором внутрішнього середовища, тобто його вплив можна скоригувати збоку підприємства. Сьогоднішній стан оплати праці в Україні свідчить про недостатнє матеріальне підкріплення праці працівників. Хоча гроші і матеріальне стимулювання не мають вирішального значення, але в сучасних умовах недолік матеріальних засобів перетворює виробничу діяльність найчастіше лише в економічну необхідність. Тому в більшості випадків перевага віддається матеріальному стимулюванню, а значення нематеріального стимулювання нехтують. Крім цього і матеріальне стимулювання, яке використовується на вітчизняних підприємствах має ряд недоліків, що пов'язані з невідповідністю матеріального стимулювання рівню продуктивності праці та іншим факторам [4, с. 25]. З цим неможливо не погодитись, адже першочерговим фактором забезпечення продуктивності праці є матеріальне стимулювання праці.

Рульєв В.А., Гуткевич С.О. зазначають, що у своєму загальному вираженні мотивація є системою, котра узгоджує потреби, інтереси, ціннісні орієнтації та настанови, мотиви та мотиваційну структуру поведінки працівників і є комплексом певних причин, котрі здатні спонукати працівників до цілеспрямованих дій для досягнення більшої результативності праці. Мотиви діяльності можуть бути внутрішніми і зовнішніми. Зовнішні зумовлені бажанням людини володіти неналежними їй об'єктами. Внутрішні мотиви пов'язані з одержанням задоволення від існуючого об'єкта, який працівник бажає зберегти, або з бажанням позбавитись об'єкта через незручності, які приносить володіння ним. Мотиви, які формуються під дією багатьох зовнішніх і внутрішніх, суб'єктивних і об'єктивних факторів, починають діяти під впливом стимулів [5, с. 154]. Тому доцільно розглянути сучасні стимули працівників.

Стимулом є зовнішня причина, котра спонукає людину діяти для досягнення певної мети. Стимул не є будь-яким зовнішнім впливом, а лише таким різновидом спонукання, ефект якого опосередкований психікою людини, відповідає її поглядам, почуттям, настроям і мотивам. Отримуючи із зовнішнього середовища стимулюючий імпульс, людина трансформує цей імпульс на себе, співвідносить його зі своїми потребами, інтересами і цільовими установками. У результаті з безлічі варіантів з'являється рішення діяти саме так, а не інакше [6, с. 151]. Саме це рішення перетворюється в конкретну дію працівника, яка приводить до певного позитивного результату. Результат буде тим вищим, чим вищим є ступінь впливу зовнішніх імпульсів і внутрішніх можливостей та реакцій працівника, тобто стимулів та мотивів. Але, чим більше порушується цей баланс, тим вищою є ймовірність розбіжності очікуваних і фактичних результатів роботи працівника і може призвести до внутрішнього згоряння або зневіри.

Також науковці виділяють головні методи мотивації:

1. Примушення – засновано на почутті страху підпасти покаранню, наприклад у вигляді звільнення, переводу на нижче оплачувану роботу, штраф та ін.

2. Винагородження – засновано на системі економічного (заробітна плата, премії, участь у прибутках тощо) та неекономічною (нагорода, подяка тощо) стимулювання високопродуктивної праці.

3. Солідарність – розвиток у працівників власних цінностей і цілей, які близькі до цінностей і цілей організації, що досягається шляхом переконання, виховання, навчання і створення сприятливого організаційного клімату в організації.

Солідарності як методу мотивації надається велике значення там, де особливо цінять роль групової і командної роботи та прикладають зусилля для створення сприятливого клімату, який об'єднує працюючих в єдиних цілісний колектив.

Застосування кожного методу мотивації або їх сполучення залежить від конкретних умов, в яких працює підприємство. В адміністративних установах, заснованих на наказах і розпорядження, конкретне застосування методів примушення відносно дисципліни, порядку роботи, додержання норм, стандартів та інших вимог необхідно. Використання мотивів примушення в творчих колективах може принести велику шкоду, яка викликає згасання енергії пошуку, страху здобуття негативного результату.

Використання винагородження засновано на положеннях теорії потреб в тому, що цілі, прагнення, цінності й поведінка виступають як мотиви. Винагорода викликає віру людини в себе, дає надію на успіх у виконанні завдань, посилює бажання працювати з підвищеною віддачею. Позитивні заходи діють ефективніше, ніж негативні.

У системі мотивації необхідно знайти вірне співвідношення між винагородою і покаранням. Негативна реакція керівництва сковує активність працівника, викликає негативні емоції, створює стресові ситуації, знижує в собі ступінь задоволення. В той же час позитивна оцінка проведеної роботи підвищує самооцінку, мотивує трудову активність, посилює творчу ініціативу.

Сьогодні мотивація працівників в Україні, на нашу думку, характеризується такими ознаками:

- загальною трудовою невизначеністю та пасивністю;
- низькою значущістю громадських мотивів праці, службового, професійного і кваліфікаційного росту;
- визначенням соціального статусу особистості, як правило, за нетрудовими критеріями;
- бажанням мати стабільну, престижну, високооплачувану роботу, яка забезпечує необхідний рівень потреб;
- високим рівнем безробіття, особливо серед молоді, яка не може знайти роботу за своїми здібностями;
- надмірним захопленням грошовим стимулюванням, недоотриманням певних психологічних та етичних норм під час нагородження;
- відсутністю чітко сформульованих критеріїв і умови нагородження державними відзнаками, значним скороченням кількості рядових працівників серед нагороджених;
- зростаючим протекціонізмом під час висування на роботу і підвищення в посаді, в результаті чого до управління залучаються некваліфіковані кадри.

Загалом світовий досвід показує, що під час формування мотиваційних механізмів значна увага відводиться саме рівню оплати праці робітників, яка є матеріальним стимулом до праці. Оплата праці є винагородою, яку отримує працівник за виконану ним роботу, проте економічна роль оплати праці полягає в її основних функціях(відтворення робочої сили та стимулювання праці).

У сучасних ринкових умовах в Україні спостерігається рівень оплати праці нижчий, аніж в розвинутих країнах світу та навіть у країнах з перехідною ринковою економікою, саме тому насамперед роботодавці повинні орієнтуватися на матеріальне заохочення населення.

Матеріальне мотивування та стимулювання здатне істотно підвищити трудову активність та сприяти досягненню цілей підприємства. Саме коли працівники зможуть забезпечувати гідний рівень життя для себе та своєї сім'ї, їхні мотиви до праці зростуть у рази, тому оплата праці є основним мотивом до роботи для працівників та одним зі стимулів впливу на останніх з боку роботодавців.

Зараз в Україні рівень оплати праці досить низький, тому спостерігається відтік робочої сили до інших країн у пошуках, можливо, не досить гідної, проте роботи з високим рівнем заробітної плати, тому високий рівень заробітної плати в Україні допоможе певною мірою уникнути трудової міграції, ситуація з якої стає критичною.

Таким чином, до методів матеріального мотивування можна віднести:

- збільшення заробітної плати;
- матеріальні премії, доплати, належний соціальний пакет;
- можливість участі у прибутках підприємства;
- відпочинок за рахунок підприємства;
- позачергову оплачувану відпустку;
- оплату медичних послуг.

Проте Рульєв В.А., Гуткевич С.О. вважають, що на результат трудової діяльності впливають не лише матеріальні, а й моральні методи мотивування. Моральні методи мотивування можуть бути досить специфічними, проте вони є невід'ємним складником правильного спонукання персоналу до праці. До морального стимулювання можна віднести визнання, яке може бути особистим або публічним. Суть особистого визнання полягає в тому, що кращих працівників постійно згадують у спеціальних доповідях вищому керівництву організації, їх персонально поздоровляє адміністрація з приводу ювілеїв і сімейних свят, залучають до розроблення стратегічних планів розвитку організації. Публічне визнання полягає у розповсюдженні інформації про досягнення працівників на спеціальних стендах (дошках пошани), нагородженні людей почесними знаками, грамотами, внесенні їх досягнень до спеціальних книг [5, с. 171-174].

Жодна система управління не стане ефективно функціонувати, якщо не буде розроблена ефективна модель мотивації персоналу, оскільки мотивація спонукає конкретного індивіда і колектив у цілому до досягнення особистої та колективної мети. Тому Мельниченко О.М. вважає, що буде ефективним застосування таких принципів при організації мотиваційних програм на вітчизняних підприємствах:

1. Системи мотиваційного стимулювання менеджерів повинні бути конкурентоспроможними відносно інших компаній, з якими дана організація веде боротьбу за цінні кадри.
2. Механізму матеріального стимулювання повинен орієнтувати керівництво на досягнення кінцевих результатів як у власній роботі, так і в роботі підприємства і компанії в цілому.
3. Частину прибутку треба використовувати для гнучкого реагування на результати ділової активності в управлінні, тобто премії і додаткові виплати мають зростати у міру підвищення рангу керівника корпоративної ієрархії.
4. Надати можливість працівнику реалізувати накопичений досвід, професійні навички й життєві цінності, працюючи на благо компанії.
5. Витримати розумний баланс між матеріальною й нематеріальною сторонами винагороди [7]. Українським підприємствам варто перейняти позитивний досвід, що дозволить втримати працівників в країні.

Керівництво повинне давати працівникам більш важливу, цікаву, змістовну, соціально значиму, відповідальну роботу, яка співпадає з особистими інтересами та здібностями, з перспективами професійного зростання, а також дає змогу виявити творчість та ініціативність. Потрібно покращувати трудову дисципліну та організацію роботи, слідкувати за дотриманням трудових норм та правил безпеки, покращувати «клімат» у колективі та сприяти теплій, дружній атмосфері між працівниками, знаходити правильний підхід до кожного працівника індивідуально. Керівництво підприємства (організації, установи) повинно постійно підвищувати професійно-освітній рівень кваліфікації за рахунок підприємства; організовувати постійні розважальні, туристичні заходи, котрі будуть згуртовувати колектив; вітати робітників із професійними, державними та певними релігійними святами, що також стане мотивацією для робітників, адже коли працівник любить свою роботу, це вже слугує мотивацією до праці [6, с. 151]. Це

значно покращить внутрішнє середовище підприємства, сприятиме посиленню мотивації праці на підприємстві, формуватиме внутрішні мотиви у працівників залишатись в середині країни та працювати на вітчизняних підприємствах.

Висновки. Якщо організація і її керівництво прагнуть до зростання й розвитку, підвищення якості роботи, то немає іншого шляху, ніж створення системи стимулів, що мотивують співробітників до досягнення поставлених цілей. При цьому необхідно враховувати, що ми вже минули той період, коли співробітників цікавила тільки зарплата. Зараз спектр очікувань працівників значно ширший і включає не тільки гідну зарплату і соціальний пакет. Керівництво повинно підходити з відповідальністю до процесу мотивування та стимулювання працівників і ні в якому разі не нехтувати ним. Неналежним чином побудована система роботи з персоналом, у тому числі система мотивації працівників, знижує продуктивність діяльності підприємства, оскільки незадоволеність своєю роботою працівників приводить до неякісного її виконання та втрати прибутковості.

Список використаних джерел:

1. Колот А. М., Цимбалюк С.О. Мотивація персоналу : підручник. К: КНЕУ, 2011. 397 с.
2. Данюк В. Чернушкіна О. Мотивування як чинник активізації трудової поведінки. *Україна : аспекти праці.* 2008. №4. С. 34.
3. Ильин Е. П. Мотивация и мотивы. СПб. : Питер, 2002. 270 с.
4. Краковецкая И. В., Телегина И. П. Подходы к оценке мотиваций профессиональной деятельности работников высшей школы на основе инноваций. *Вестник Томского государственного университета*. 2010. № 3(11). С. 22–27.
5. Рульєв В.А., Гуткевич С.О. Менеджмент : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 312 с.
6. Мантур-Чубата О.С. Мотивація і стимулювання праці персоналу як інструмент удосконалення діяльності підприємства. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2017. Випуск 6 (11). С.150-152.
7. Мельниченко О.М. Ефективність системи мотивації персоналу підприємства. URL: https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/07/80.pdf
8. Петраченко Д. Мотивація і стимулювання праці персоналу як інструмент удосконалення діяльності підприємства : Схід. 2009. № 9 (100). С. 23-27.
9. Гордієнко А. Д., Погорєлов М. І. Сучасні проблеми мотивації працівників та шляхи їх вирішення. *Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва*. Харків : НТУ "ХПІ". 2013. № 22 (995). С. 105-109.
10. Крамаренко В. І., Холод Б. І. *Управління персоналом фірми* : Навчальний посібник. Київ: ЦУЛ, 2003. 272 с.

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ЯК ОСНОВНИЙ ЕЛЕМЕНТ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Трут Б., 4 курс (ОС «бакалавр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Менеджмент», спеціалізація «Менеджмент організацій торгівлі»
Наук. кер. – Долга Г. В.

Стаття присвячена розкриттю сутності та значенню системи управління персоналом як основного елементу системи управління підприємством. Розкрито головні складові управління персоналом, визначено основні форми системи управління підприємством.

The article is devoted to the disclosure of the essence and significance of the Personnel Management System as the main element of the enterprise management system. The main components of Personnel Management are revealed, the main forms of the enterprise management system are defined.

Актуальність даної теми полягає в тому, що аналізується система управління персоналом на підприємстві як базовий елемент системи управління підприємством та основний фактор його успішного функціонування в сучасних умовах орієнтації економіки України на ринкові відносини.

Метою даної статті є вивчення й аналіз управління персоналом на підприємстві як базового елементу системи управління підприємством та основного фактору його успішного функціонування в сучасних умовах орієнтації економіки України на ринкові відносини.

Об'єктом дослідження є процес управління персоналом на підприємстві, як основний елемент системи управління підприємством.

Предметом дослідження є вдосконалення організації системи управління персоналом на підприємстві.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Тема управління персоналом розглядалася і вивчалася вітчизняними вченими, які зробили значний внесок у розвиток економіки: Єгоршин О.П., Одегов Ю.Г., Зайцева Т.В., Базаров Т.Ю., Ветлужських О.М. Також свій внесок зробили такі зарубіжні

вчені, як: Мескон М.Х., Хедуорі Ф., Друкер П., Армстронг М., Берн Е., Стаут Л.У., Кіркпатрік Д.Л., Флемхольц Е. та інші.

Виклад основного матеріалу дослідження. Система управління персоналом – це комплекс заходів, технологій, процедур роботи з кадрами. Вона включає в себе:

- виявлення потреб у пошуку та наймі працівників;
- кадрове планування;
- підбір і найм співробітників;
- адаптацію новачків;
- нормування праці;
- навчання, оцінку профпридатності;
- побудова кар'єрних стратегій;
- мотивацію працівників [6, с.51].

Підприємництво – це безпосередня самостійна, систематична, на власний ризик діяльність по виробництву продукції, виконанню робіт, наданню послуг з метою отримання прибутку, яка здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти підприємницької діяльності у порядку, встановленому законодавством. Персонал організації – найскладніший об'єкт управління. На відміну від матеріальних активів, люди здатні самостійно приймати рішення і оцінювати вимоги які до них пред'являються. Крім того, персонал – це колектив, кожен член якого має свої інтереси і дуже чутливий до управлінських впливів, причому реакцію на них нерідко складно передбачити [1,с.66]. Сучасні концепції управління персоналом засновані на визнанні зростаючої значущості особистості співробітника, на вивченні його мотивацій, умінні правильно формувати їх і коригувати відповідно до стратегічних завдань, що стоять перед компанією.

Незважаючи на те, що з точки зору керівництва основною метою бізнесу є отримання прибутку, сучасна теорія і практика управління персоналом чималу увагу приділяє необхідності задоволення не тільки матеріальних, а й соціальних потреб співробітників. Стратегії управління персоналом – це головний напрямок формування професійного, конкурентоспроможного, відповідального і згуртованого кадрового складу організації. Мається на увазі, що такий колектив допомагає досягати довгострокових цілей і слідувати загальній концепції (стратегії) розвитку підприємства [3, с.31].

Є дві основні характеристики стратегії управління персоналом. Перша – це довгостроковість. Стратегію, що передбачає розробку і зміну психологічних установок, мотивації, всієї структури персоналу, і, навіть самої системи управління кадрами, не можна реалізувати за короткий термін. Друга характеристика – це тісний зв'язок із загальною стратегією (концепцією розвитку) компанії, облік факторів зовнішнього і внутрішнього середовища. Зміна останніх обов'язково тягне модифікацію або навіть зміну стратегії підприємства і вимагає відповідних коригувань чисельності і структури кадрового складу, його кваліфікації, навичок, стилю і методів роботи [5, с.63].

Існує чотири типи стратегії організації, з якими тісно пов'язана і сучасна стратегія управління персоналом:

1. Підприємницька стратегія. Вона характерна для компаній, що займаються новим видом діяльності, в центрі уваги яких задоволення всіх вимог замовника без ретельного опрацювання наслідків. Стратегія управління персоналом в цьому випадку відрізняється наступними рисами:

- відбір співробітників, які готові ризикувати і володіють такими якостями, як ініціативність, контактність, націленість на довготривалу роботу;
- винагорода на конкурентній основі, що задовольняє очікування співробітника;
- оцінка за реальними результатами;
- неформальний розвиток особистості, орієнтація на наставника;
- планування кадрових перестановок з урахуванням інтересів співробітників.

2. Стратегія динамічного зростання. У цьому випадку ступінь ризику значно менша, закладається фундамент для майбутнього компанії, всі рішення приймаються на основі зіставлення цілей і засобів, необхідних для їх досягнення. Риси кадрової управлінської стратегії такі:

- відбір і розстановка кадрів спрямовані на пошук гнучких і лояльних компанії співробітників, готових ризикувати в разі необхідності;
- неупереджена і справедлива винагорода;
- оцінка за чітко обумовленими критеріями;
- акцент на розвитку особистості в сфері основної діяльності;
- планування перестановок з урахуванням реальних можливостей компанії і різних форм службового просування.

3. Стратегія прибутковості. Центром її уваги є збереження існуючого рівня прибутку підприємства. Цьому ж підпорядкована стратегія управління персоналом:

• відбір і розстановка кадрів максимально жорсткі;

• винагорода, заснована на заслугах, старшинстві і внутрішньофірмових уявленнях про справедливість;

• оцінка вузька, орієнтована на конкретний результат;

• розвиток особистості-концентрація на розвитку в області поставлених завдань;

• планування перестановок жорстке, відповідно до уявлень керівництва про доцільність.

4. Стратегія ліквідації. Продаж активів компанії з метою усунення збитків. У майбутньому можливе скорочення штату, оскільки очікується подальше падіння прибутку. Стратегія управління персоналом в цьому випадку наступна:

• набір службовців малоймовірний;

• оплата заснована на заслугах, практично не підвищується, без додаткового стимулювання;

• оцінка сувора, формальна, відповідно до управлінських критеріїв;

• розвиток і навчання — тільки в разі службової необхідності;

• просування - тільки для тих, хто має необхідні навички.

5. Стратегія кругообігу. Основна мета – порятунок компанії. З метою виживання нерідко вживаються заходи щодо скорочення штатів. Управління персоналом має наступні характеристики:

• відбір персоналу – тільки різнобічно розвинені і кваліфіковані співробітники;

• оплата по системі стимулів і перевірки заслуг;

• оцінка по результату роботи;

• навчання-ретельний відбір претендентів на підвищення кваліфікації;

• просування може мати різні форми [2, с.66-80].

Методи управління – це способи впливу на персонал з метою досягнення певних управлінських цілей, необхідних для функціонування компанії в цілому.

Наука і практика менеджменту виробили три групи методів управління персоналом організації:

1. *Економічні методи*. До них відносяться всі методи матеріальної стимуляції співробітників. Основний економічний метод – це заробітна плата, а також участь в прибутку, система заохочень за якість праці і його ефективність, система покарань у вигляді відрахувань і штрафів. У цю ж групу входять деякі елементи соціального забезпечення співробітників – оплата харчування, проїзду, надання медичного страхування. Застосування економічних методів базується на їх окупності. Інвестування коштів у матеріальне стимулювання повинно мати віддачу у вигляді прибутку за рахунок підвищення якості роботи.

2. *Адміністративні, або організаційно-розпорядчі методи*. В їх основі лежить застосування влади і нормативне забезпечення трудової діяльності співробітників. Зазвичай реалізуються у вигляді наказів, розпоряджень, вказівок і орієнтовані на такі мотиви людської поведінки, як почуття обов'язку, усвідомлення необхідності дотримання трудової дисципліни, прагнення працювати в певній організації. Адміністративні методи мають прямий характер впливу-будь-який наказ або розпорядження керівництва повинні бути обов'язково виконані.

3. *Соціально-психологічні методи* впливу на інтереси особистості або колективу засновані на законах психології та соціології. Один з найбільш важливих результатів застосування психологічних методів мінімізація особистісних конфліктів. Крім того, з їх допомогою можна управляти кар'єрою кожного працівника, формувати корпоративну культуру на основі образу ідеального співробітника. Соціологічні методи допомагають визначити місце кожного в колективі, виявити неформальних лідерів, вирішити виробничі конфлікти [4, с.42].

Стратегії системи управління персоналом поділяють на 5 типів:

• *Підприємницька стратегія.* Підходить для організацій, основна діяльність яких спрямована на просування нового продукту і задоволення бажань Замовника. Характерні ознаки стратегії: відбір ризикових та ініціативних кандидатів, довгостроковий найм, система мотивації, неформальне спілкування, наставництво.

• *Динамічна стратегія.* Має на увазі собою формування "фундаменту" компанії і поступове прийняття управлінських рішень. Характерні ознаки стратегії: відбір лояльних співробітників, неупереджена система мотивації, упор на особистісний розвиток.

• *Стратегія доходу.* Має на увазі собою збереження актуальних доходів компанії. Характерні ознаки стратегії: жорсткий відбір персоналу, упор на результат, чітка система мотивації.

• *Стратегія ліквідації.* Має на увазі собою витрата активів для мінімізації витрат. Стратегія характерна скороченням персоналу для збереження прибутку. Характерні ознаки стратегії: малоймовірний набір штату, оцінка системи мотивації.

• *Кругообігова стратегія.* Основна місія стратегії полягає в порятунку організації. Характерні ознаки стратегії: відбір тільки кваліфікованого персоналу, оплата лише за результат, ретельний відбір кандидатів [7, с.53].

Висновок. Таким чином, було визначено місце системи управління персоналом в системі управління підприємством, наведені стратегії, риси стратегій та методи системи управління персоналом на підприємстві, а також визначена роль кадрового забезпечення в системі управління персоналом. На жаль, на багатьох підприємствах України побудова якісної системи управління персоналом за багатьма причинами залишається досить складною проблемою, що в кінцевому варіанті призводить до банкрутства цих підприємств, тому питання побудови ефективної системи управління персоналом залишається відкритим й потребує подальшої розробки й удосконалення.

Список використаних джерел:

1. Гриньова В. М., Буцька І. О. Сучасні підходи до системи управління персоналом підприємства. *Економіка розвитку*. Вип. 2 (22). Харків: ХДЕУ, 2002. С. 65-68.
2. Гриньова В. М., Зайцева О. Ю. Соціально-економічні аспекти управління персоналом на підприємстві. *Економіка розвитку.* Вип. 3 (31). Харків: ХНЕУ, 2004. С. 66-80.
3. Дороніна М. С. Управління економічними та соціальними процесами підприємства. Харків: ХДЕУ, 2002. 431 с.
4. Кацай М. Розробляємо систему управління персоналом. *Управління персоналом*. 2004. № 21. С. 40-43.
5. Кібанов А. Я. Управління персоналом організації. Вид. доп. і перероб. Москва: ІнфраМ, 2002. 638 с.
6. Продіус І. П. Владимирова Т. А., Запорожан Д. В. Управління персоналом. Одеса, 2001. 251 с.
7. Сербіновський Б. Ю., Самигін С. І. Управління персоналом: навчальний посібник для вузів / За редакцією Б. Ю. Сербіновського, С. І. Самигіна. Москва: Пріор, 2009. С. 50-55.

ЛІДЕРСЬКІ КОМПЕТЕНЦІЇ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ

Файфор С., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Менеджмент»
Наук. кер. – Хитрова О. А.

У статті розкрито сутність та значення використання ефективних інструментів розвитку лідерських навичок персоналу в системі управління бізнесом, На основі досліджень, класифіковано лідерські компетенції за компонентами які визначають його імідж у взаємодії з персоналом та керівництвом, проведено ранжування навиків успішного лідера, наведено процес розвитку лідерської компетентності який можна розділити на два окремих етапи: набуття лідерської компетентності; підтримка/збереження лідерських навичок, що вимагає від керівника постійного усвідомлення та розуміння відповідних технічних, професійних та ділових досягнень.

The article reveals the essence and importance of using effective tools for developing leadership skills in the business management system. Based on research, classified leadership competencies by components that determine its image in interaction with staff and management, ranked can be divided into two separate stages: the acquisition of leadership competence; support / preservation of leadership skills, which requires the manager to constantly understand and understand the relevant technical, professional and business achievements.

Актуальність даної теми полягає в тому, що в умовах посилення тенденцій до глобалізації, підкріпленої розвитком тотальної комп'ютеризації та використанням Інтернету та інформаційних технологій, чинники праці та інтелекту як невід'ємні фактори та умови функціонування та розвитку підприємств, їх здатність адаптуватися до швидкої зміни в бізнес середовище набуває все більшої ролі, актуальності та важливості та протидіє тиску конкуренції. Водночас змінюється акцент на кваліфікації персоналу, якщо раніше акцент робився на продуктивності та кількісних показниках роботи, то зараз – на вміння впливати на робочу силу, організовувати бізнес-процеси, об'єднувати та мотивувати людей навколо цінностей компанії, визначати довгострокові стратегії розвитку бізнесу та формувати лояльність клієнтів. Такі можливості в сучасному управлінні трактуються як лідерство, а лідерство визначається рушійним фактором модернізації систем управління персоналом.

Метою статті є наукове обґрунтування теоретико-методичних засад та засобів впровадження лідерства в управління персоналом підприємства з врахуванням їх компетенцій.

Об'єктом дослідження є процес використання лідерського впливу персоналу на підлеглих в управлінні підприємством.

Предметом дослідження є інструментарій підготовки та розвитку лідерських навичок у системі управління бізнесом.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблемам лідерства в системі управління персоналом приділено багато уваги у дослідженнях вітчизняних і зарубіжних науковців: Д. Богині, Л. Борщ, Г. Дж. Болта, О. Грішнової, Н. Єсінової, Г. Завіновської, А. Колота, Р. Крапгама, Е. Лібанової, А. Лаурента, М. Мартиненка, В. Міляєвої, С. Нестулі, О. Нестулі, Л. Скібіцької, Г. Старовойтової, Р. Хілла, Л. Шимановської-Діанич, Г. Шредера Г. П'ятницької, В. Ткаченко та ін.

Виклад основного матеріалу дослідження. Лідерство залишається найбільш поширеною і складною проблемою в системі управління бізнесом. Розвиток економіки знань, посилення творчого потенціалу персоналу загострило проблеми дослідження та впровадження сучасних технологій, методів, механізмів та інструментів управління персоналом. Традиційний адміністративний вплив сьогодні найменш ефективний, як свідчать науковці та практики розвинених країн. Щоб адаптуватися до вимог 21 ст., необхідно не тільки мати високу професійну кваліфікацію та володіти сучасними методами роботи. Велика кількість зарубіжних публікацій доводить, що в сучасних умовах економічного розвитку найефективнішим інструментом управління персоналом є розвиток лідерських якостей [1, с. 82]. На думку Бабенка О. М. [2, с. 144], необхідно вивчати досвід та адаптувати існуючі підходи, щоб оволодіти технологіями лідерства, які забезпечать розвиток лідерських якостей керівного персоналу підприємства.

Класично всі визначення управлінської компетентності можна поділити на чотири групи: перша – автори розглядають управлінську компетентність як сукупність людських характеристик, другу – автори вважають, що мова йде про знання та навички, третя – здатність виконувати свої обов'язки та відповідальність, четвертий - комплекс умінь [4]. Розглядаючи навички як характеристики діяльності, логічним видається розділити їх відповідно до специфіки діяльності на: професійні (спеціальні), соціальні, комунікативні, особистісні та індивідуальні (табл. 1).

Таблиця 1

Класифікація умінь за компонентами

Складові	***Визначення***	***Характерні риси***
Професійна	Інтегральна особистісна якість керівника, що визначає здатність долати проблеми та вирішувати управлінські проблеми, що виявляється в управлінській діяльності, яка ґрунтується на використанні професійних знань у різних галузях та на наявності відповідного досвіду.	1. Створити цілісну систему теоретичних знань і професійних навичок. 2. Формування професійної компетентності, що забезпечує успішну адаптацію на робочому місці. 3. Будувати стосунки з підлеглими так, щоб керівництво впливало на результати їхньої роботи. 4. Творче мислення, здатність передбачати наслідки власних рішень. 5. Критична оцінка своїх можливостей і досягнень. 6. Володіння інноваційними технологіями у професійній та управлінській сферах.
Соціальна	Інтегральна особистісна якість лідера, що визначає здатність адаптуватися до соціальних запитів, встановлення та розвиток соціальних контактів, здатність пристосовуватися до норм і правил суспільства та підприємства.	1. Набуття професійних знань і навичок взаємодії як керівника, так і підлеглого на різних ієрархічних рівнях організаційної структури управління трудовим колективом. 2. Взаємодія бізнес-груп. 3. Формування та підтримання нормального морально-психологічного клімату в групі.
Комунікативна	Професійно значуща складова управлінської діяльності, яка справляє вплив на персонал і сприяє формуванню позитивного іміджу керівника.	1. Здобути знання про норми та правила спілкування, як вербально, так і невербально. 2. Створення системи комунікативних навичок як уміння спілкуватися з людьми, враховуючи їх статеві, вікові та соціокультурні особливості. 3. Уміння використовувати наявну ситуацію для досягнення своїх цілей спілкування. 4. Уміння переконувати співрозмовника тощо), накопичення комунікативного досвіду.
Персональна	Професійне використання методик самовираження та особистісного розвитку, здатність боротися з професійними деформаціями особистості.	1. Постійна професійна мотивація. 2. Наявність позитивної Я-концепції, власної місії. 3. Задоволеність процесом роботи. 4. Свідомо творчий підхід до управління.
Індивідуальна	Наявність прагнення до самореалізації та професійного зростання, особистісного розвитку, відсутність професійного старіння.	1. Самосприйняття як професіонала. 2. Побудуйте власну стратегію кар’єрного та професійного зростання. 3. Саморозвиток професійної майстерності. 4. Володіти прийомами особистісного саморозвитку та самовираження здібностей.

Описані в таблиці 1 навички менеджера визначають його імідж у взаємодії з персоналом та керівництвом. У випадку, якщо керівник сам свідомо обирає розвиток власної компетентності за всіма складовими, це формує позитивний імідж, який сприяє досягненню цілей [3].

Лідерські дії вимагають розсудливості в застосуванні лідерських навичок. Процес розвитку лідерської компетентності можна розділити на два окремих етапи: набуття лідерської компетентності;

підтримка/збереження лідерських навичок, що вимагає від керівника постійного усвідомлення та розуміння відповідних технічних, професійних та ділових досягнень (рис. 1).

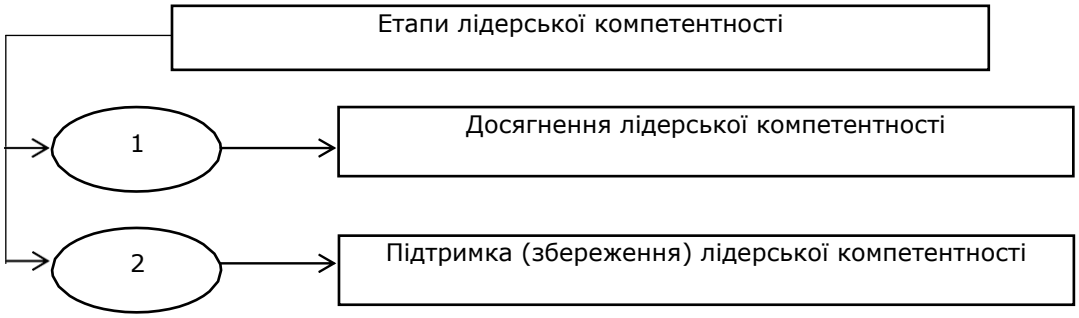

Рис. 1. Етапи зростання лідерських навичок

Аналіз існуючих підходів до лідерства дає змогу відзначити, що в сучасних теоріях лідерства основним компонентом лідерської компетенції серед знань, умінь і навичок вважається вміння підбирати команду та вміння «налагоджувати ефективну командну роботу» [5]. Загалом компетентнісний підхід до розвитку лідерського потенціалу реалізується в кожній країні по-своєму з урахуванням менталітету, економічної та політичної ситуації та інших факторів, що впливають на формування та розвиток лідерства [6]. Успіх керівника визначається наявністю необхідних навичок і рис характеру керівника. Дослідники, які вивчали діяльність генеральних директорів у Великобританії, виділили перелік характеристик, які впливають на успіх бізнесу [7] (табл. 2).

Таблиця 2

Ранжування навиків успішного лідера за важливістю

Якості	***Бали***
1. Вміння працювати в команді	78
2. Відповідальність за виконання завдань	75
3. Бажання досягти результату	75
4. Попередній досвід керівництва	74
5. Мати досвід роботи в різних сферах	68
6. Наявність комунікативних навичок	66
7. Готовність йти на ризик	63
8. Здатність генерувати ідеї	62
9. Наявність таланту	60
10. Здатність змінювати стиль керівництва залежно від ситуації	58

Він включає навички та досвід, які розвивають ці навички. Це тому, що природні дані – це лише частина загальної картини. Умови для формування і стимулювання лідерських якостей у людей повинні створюватися з дитинства. Для цього доцільно розробляти програми послідовного розвитку в них позитивних лідерських навичок [5].

Таким чином, основними характеристиками сучасного лідера є: вміння визначати цілі, які з ентузіазмом сприймають співробітники, але просто формулювати завдання, які стоять перед компанією. Це талант балансувати на межі між невизначеністю та конкретним; здатність реагувати на ідеї та реалізовувати їх за підтримки підлеглих та ресурсів, необхідних для їх реалізації; демонстрація принципу «кожна поразка – це досвід навчання» та мотивує генерувати ідеї; створювати команди з високим рівнем довіри один до одного; вміти аналізувати та розуміти зовнішнє середовище. Основою підготовки сучасного лідера є потенціал, який необхідно постійно вдосконалювати.

Список використаних джерел:

1. Бабенко О.М. Формування елементів стратегії розвитку лідерства на підприємствах ресторанного господарства. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі.* Серія «Економічні науки». Полтава. 2014. №4. С. 81-86.

2. Бабенко О.М. Лідерство в управлінні закладами ресторанного господарства. *Управління персоналом: теоретичні аспекти та стратегії розвитку:* монографія. Полтава: ПУЕТ, 2014. 156 с.

3. Решетько Н.И. и Соколов М.А. Анализ лидерских компетенций и роли менеджеров в обеспечении конкурентоспособности бизнес-процессов компании. *Интернет-журнал «Науковедение»*. Т. 8 (1). URL: http://naukovedenie.ru/PDF/42EVN116.pdf (дата звернення: 17.06.2016).

4. Сундуков А.В. Анализ эффективных лидерских практик в современных компаниях. *Вестник ТГУ*. Вып. 12 (140). С. 34-41.

5. Титаренко, Т.М. Лідер і лідерство. Сучасна психологія особистості: навч. посіб. 2-ге вид. Київ: Каравела, 2013. 374 с.

6. Топалов, С.А. та Зубова, Г.В. Підвищення ефективності використання трудових ресурсів підприємства. *Економічний вісник ЗДІА.* Запоріжжя. 2014. Вип. 7. С. 110-120.
7. Уиддет, С. и Холлифорд, С. Руководство по компетенциям: учеб. пособ. М.: HIPPO, 2003. 228 с.

РОЛЬ ДЕРЖАВИ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Фіцич Б., 3 курс (ОС «бакалавр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»
Наук. кер. – Вудвуд В. В.

У статті розглянуто сутність економічної безпеки підприємства та визначено роль і вплив держави на економічні процеси, як в країні в цілому та на підприємстві зокрема. Вивчено головні важелі регулювання та елементи за допомогою яких держава забезпечує економічну безпеку підприємств. Охарактеризовано основні загрози економічної безпеки підприємства та запропоновано заходи для її зміцнення.

The article considers the essence of economic security of the enterprise and defines the role and influence of the state on economic processes, both in the country as a whole and at the enterprise in particular. The main levers of regulation and elements by means of which the state provides economic security of the enterprises are studied. The main threats to the economic security of the enterprise are described and measures to strengthen it are proposed.

Актуальність теми. Нині питання забезпечення умов фінансово-економічного благополуччя підприємств виходять на перший план. Адже на розвиток підприємств впливають такі чинники, як нестабільна політична та соціально-економічна ситуація у країні, міжнаціональні, регіональні, територіальні конфлікти, недосконаліть законодавства, криміналізація суспільства, шахрайство, корупція та інші. Крім того, підприємства працюють в умовах різних зовнішніх та внутрішніх ризиків, а конкурентне економічне середовище приховує численні загрози. Ця обставина вимагає від суб'єктів управління підприємством побудови комплексної системи, спрямованої на підвищення рівня економічної безпеки. Сучасна кризова ситуація та процеси модернізації країни зумовлюють ведення цілеспрямованої діяльності у сфері забезпечення економічної безпеки підприємств.

Економічна безпека є комплексом дієвих офіційних державних органів, які забезпечують стійкість до зовнішніх та внутрішніх загроз підприємства. Втручання держави в економічні процеси повинна забезпечити зацікавленість підприємств, власників, інвесторів, споживачів у створенні умов для ефективної діяльності цих підприємств з урахуванням сумлінної конкуренції, для запобігання негативним соціальним та економічним наслідкам. Саме тому будучи підприємцем важливо розуміти роль держави в забезпеченості економічної безпеки підприємства.

Метою дослідження є систематизація сутності дефініції економічної безпеки та уточнення ролі і завдань держави в її забезпечені, шляхом визначення методів та заходів регулювання економіки країни.

Об'єктом дослідження є сукупність елементів економічної безпеки підприємства та роль впливу держави на їх формування.

Аналіх останіх досліджень та публікацій. Проблемам економічної безпеки в своїх роботах багато уваги приділяли такі вчені-економісти, як Н. Капустін, М. Бєндіков, В. Шликов та інші.

Основний матеріал дослідження. Важливість законодавчого визначення економічної безпеки підприємства відображає ступінь збігу інтересів держави, населення та бізнесу на економіку країни. Саме діяльність підприємства приносить доходи всім вищезгаданим сторонам і саме на підприємстві як джерелі здійснюється первинний розподіл доходів.

Н. Капустін [8, с.43-45] визначає економічну безпеку підприємства як сукупність чинників, які забезпечують незалежність, стійкість, здатність до прогресу в умовах дестабілізуючих факторів. М.Бєндіков [1, с.7-13] розуміє економічну безпеку підприємства, як захищеність його науково-технічного, технологічного, виробничого та кадрового потенціалу від прямих або непрямих загроз. В. Шликов розглядає економічну безпеку підприємства, як " … стан захищеності життєво важливих інтересів підприємства від реальних і потенційних джерел небезпеки чи економічних загроз" [4]. На думку І.А.Бланка, економічна безпека підприємства – це становище найбільш ефективного використання ресурсів для запобігання загроз і забезпечення стабільного функціонування підприємства на теперішній час і в майбутньому [2, с. 219].

Вважаємо, що економічна безпека підприємства є комплексом економічних заходів, які забезпечують стабільність функціонування підприємства, його стійкість та економічну рівновагу, його захищеність від виникнення внутрішніх та зовнішніх ризиків у діяльності підприємства.

Забезпечення економічної безпеки підприємства передбачає державне регулювання економіки на основі системи заходів законодавчо-виконавчого та контролюючого характеру, що здійснюються правочинними державними установами та громадськими організаціями. Втручання держави в економічні процеси повинна забезпечити зацікавленість підприємств, власників, інвесторів, споживачів у створенні умов для ефективної діяльності цих підприємств з урахуванням сумлінної конкуренції, для запобігання негативним соціальним та економічним наслідкам [5, с.98-100].

Вплив держави на економічні процеси передбачає державне регулювання у поєднанні з саморегулюванням, орієнтуючись на те, що ринок виконує такі функції, як зазначає С. В. Мочерний [12, с.72]:

- обмін продуктами праці відокремлених товаровиробників;
- стимулювання ними якості продукції, зниження витрат виробництва;
- спонукання до економії та збільшення доходів.

Планові інструменти у всіх країнах відіграють істотну роль у визначенні стратегічних цілей розвитку, у виділенні пріоритетних проблем, у забезпеченні економічної безпеки підприємств, у створенні зацікавленості в реалізації загальнонаціональних економічних завдань.

Держава застосовує планові регулятори, стабілізатори, соціальні компенсації. Мочерний С. В. зауважив що, для регулювання стану економіки та соціальної сфери важливою є також контрольна функція, наприклад використання різних державних стандартів [12, с.72]. Так, податки дозволяють державі регулювати певні види підприємницької діяльності, а через державні витрати стимулюється діяльність підприємства.

З погляду держави підприємство вирішує низку важливих завдань, до найважливіших можна віднести:

- забезпечення доходів держави;
- забезпечення зайнятості населення;
- перерахування коштів для утримання соціальної сфери.

Тому держава підтримує створення, діяльність та економічну безпеку підприємств, на законодавчому, правоохоронному та судовому рівнях. Крім того, виконавча влада на всіх рівнях, починаючи з федерального та закінчуючи місцевим, намагається створити умови для успішної діяльності підприємства, формуючи та здійснюючи економічну, кредитно-грошову, науково-технічну політику.

Проте для збереження соціальної стабільності, екології та економічної безпеки держава здійснює [6, с.108]:

- регулювання відносин власності та підприємництва;
- здійснює загальнодержавне планування;
- проводить антимонопольну політику;
- здійснює державне регулювання ринків.

Тобто, держава щодо забезпечення економічної безпеки підприємства вирішує два основні завдання – захист власності та її ефективне використання.

З погляду захисту власності, розглядаючи підприємство як майновий комплекс, держава прагне забезпечити цілісність власності, вважаючи це завданням першочергової важливості. З цією метою в Цивільному кодексі, стаття 191, дано таке визначення: «Підприємство є єдиним майновим комплексом, що використовується для здійснення підприємницької діяльності. Підприємство загалом як майновий комплекс визнається нерухомістю. Підприємство загалом чи його частина може бути об'єктом купівлі-продажу, застави, оренди та інших угод, пов'язаних із встановленням, зміною та припиненням речових прав. До складу підприємства як єдиного майнового комплексу входять усі види майна, призначені для його діяльності, включаючи земельні ділянки, будівлі, споруди, устаткування, інвентар, сировину, продукцію, права вимоги, борги, а також право на торговельну марку або інше позначення та інші права, якщо інше не встановлено договором або законом [16]».

Враховуючи, що підприємство розглядається як власність, у законі України «Про національну безпеку України» [7] закріплюються права на власність з погляду безпеки:

1. Безпека – стан захищеності життєво важливих інтересів особистості, суспільства та держави від внутрішніх та зовнішніх загроз;

2. Загроза безпеки – сукупність умов та факторів, які створюють небезпеку життєво важливим інтересам особистості, суспільства та держави.

Крім того, державою регламентується порядок обліку власності навіть на міжнародному рівні, включаючи форми бухгалтерської звітності та інструкції щодо їх ведення.

Внутрішні користувачі (менеджери) на базі бухгалтерської звітності здійснюють оцінку показників фінансового стану підприємства, що встановлюють тенденції його розвитку, готують інформацію фінансової звітності, що забезпечує всіх зацікавлених користувачів. Як зазначали у своїй праці Корягін М.

В. та Куцик П. О, інформація бухгалтерської звітності є вихідною базою для прийняття рішень з поточної, інвестиційної та фінансової діяльності підприємства [10].

Податкові органи користуються даними бухгалтерської звітності для реалізації свого права, передбаченого кодексом України з процедур банкрутства [9], на звернення до Господарського суду із заявою про визнання боржника банкрутом у зв'язку з невиконанням грошових зобов'язань перед бюджетами всіх рівнів. Критерієм для визначення незадовільної структури балансу неплатоспроможних підприємств є їх фінансова стійкість та ліквідність статей балансу.

Таким чином, держава законодавчо здійснює захист безпеки цілісності підприємства як власності і тим самим права власника.

З погляду ефективного використання власності держава здійснює регулювання економіки та керує соціальною сферою. Найважливішою метою регулювання є створення умов для ефективної діяльності, розвитку та формування економічної безпеки фукнціонування підприємства.

В умовах економічної безпеки головним змістом державного регулювання визначається його цільовим призначенням, покликаним враховувати і задовольняти інтереси населення і власників, та їх взаємодією між собою та елементами системи державного регулювання.

Регулювання зводиться до запровадження контролю з боку уряду економічної діяльності. Регулювання може включати:

- контроль за цінами регулювання інфляції;
- регулювання валютних операцій;
- регулювання потоків валют;
- політику щодо конкуренції для регулювання окремих ринків.

Спеціальному регулюванню можуть піддаватися окремі галузі або види діяльності, наприклад ціновий контроль на комунальних підприємств, що перебувають у приватній власності.

Одним із найважливішим елементів державного регулювання з метою забезпечення економічної безпеки є контроль за цінами. Контроль за цінами на результати всіх видів діяльності є необхідний, так як вони служать вихідною позицією для масштабів цін і формування всього ланцюжка доданої вартості всіх продуктів та послуг, торкаючись інтересів не тільки населення, а й доходів підприємств та їх власників. Збільшення цін одних, сприяючи зростанню їх доходів, супроводжується зменшенням доходів інших і може призвести до згортання діяльності підприємств цілих галузей. Тому прибутковість (збитковість) підприємств перебуває в сильній залежності від політики держави, що проводиться.

В уряді у зв'язку з активним втручанням в економіку виникають проблеми не тільки регулювання, а й також дерегулювання. Державна виконавча влада вживає заходів для контролю за надприбутком та іншими негативними явищами в економіці, які є загрозами економічної безпеки. Для цього уряд займається дерегулюванням [13, с.17].

Указом Президента України визначено, що дерегулювання робиться тому, що [14]:

- контроль перестає бути необхідним;
- контроль має надто обмежувальний характер, заважаючи компаніям скористатися існуючими діловими можливостями.

Для забезпечення соціальної стабільності та збільшення доходів усіх груп населення виключно важлива роль державного регулювання у вирівнюванні рівнів соціально економічного розвитку регіонів, формуванні регіональних ринків, включаючи територіальний розвиток, визначення регіональних та міжрегіональних пропорцій [13, с.14].

Державне регулювання економіки спирається на об'єктивні економічні закони суспільного розвитку, до яких насамперед належать закон попиту та пропозиції, закон вартості та ін. Третяк Г. С. та Бліщук К. М розглядає мету державного регулювання в забезпечені правової бази функціонування підприємства, встановлені законних та ефективних взаємин між підприємством та його власниками, партнерами (постачальниками, інвесторами), споживачами продукції [13, с.18].

Держава сприяє розвитку конкуренції між підприємствами для створення ринку споживача, проводячи відповідну соціальну політику, з одного боку, а з іншого – вживає заходів для захисту інтересів власників підприємств, прагнучи задовольнити їх інтереси.

Тим самим держава формує економічну основу для забезпечення своєї економічної безпеки, для безперервного нарощування інвестицій і для підвищення доходів власників та задоволення потреб населення за рахунок оновлення продукції та впровадження нових технологій у виробництво.

Зміст планового регулювання ринку загалом зводиться до законодавчого встановлення його основних вартісних параметрів на певний період часу, що виконують функції нормативів. На думку С.В.Котельбана, до них відносяться ціни та тарифи, ставки податкових платежів, ставки банківського відсотка, централізовані інвестиції та дотації [11, с.115-118].

Перелічені нормативи складають основний набір інструментів планового регулювання економіки. Саме система таких взаємодіючих у сукупності інструментів визначає основні параметри економічних умов, які повинні узгоджуватися з інтересами власників та інвесторів. Завдяки ним держава може створювати сприятливі умови для захисту економічної безпеки підприємств їх ефективність діяльності, цим регулюючи їх обсяги випуску, домагаючись такої виручки підприємств, яка найбільшою мірою задовольняла б інтереси власників, населення і державу.

Головними важелями регулювання є вартісні пропорції, за допомогою яких можна забезпечити стійке отримання та зростання доходів власників, з одного боку, та населення – з іншого. До економічних важелів, за допомогою яких можна впливати на економічні інтереси власників і населення, належать: ціни, податки та пільги по ним, виділення фінансових ресурсів, кредитні ставки, рентні платежі, ставки оплати праці, пенсії [3].

Отже, найвпливовішою загрозою економічної безпеки підприємства виступає несприятлива економічна політика держави. Держава може суперечити виробничій, комерційній або фінансовій стратегії підприємства завдяки плановим інструментам регулювання економіки.

Ще одною серйозною загрозою для підприємства із боку держави представляють економічні санкції. Вони призводять до економічної недовіри та дестабілізують економічну безпеку підприємства.

Також загрозу для економічної безпеки підприємства становлять інші дії суб'єктів господарювання, а саме нечесну конкуренцію. Саме тому держава забезпечує законами тільки чесну конкуренцію, стабілізуючи ринкову економіку, захищающи економічну безпеку як країни так і підприємства.

Іншим ризиком є кризові явища в світовій економіці, так як вони надходять із країни в країну.

Як бачимо, більшість з економічних загроз та ризиків нівелюються і напряму залежать від держави. Погоджуємось з думкою Фролова Л. В та Бугенко К. А., яка полягає в тому що, з метою зменшення загроз економічній безпеці підприємству потрібно запроваджувати заходи щодо удосконалення основних напрямків своєї діяльності. Економічна безпека забезпечується доцільністю нормативних, матеріальних та організаційних запорук. Для подальшого ефективного функціонування підприємства необхідне зміцнення економічної безпеки підприємства та потрібні розробленні заходи запобігання загрозам та реагування вже на виниклі [15].

Для зміцнення економічної безпеки підприємства, пропонуємо такі заходи:

- забезпечення державою умов стабільного фукнціонування піпдриємств у реформуванні економіки;
- ставити метою підприємства його економічну безпеку;
- більш повне задіяння ринкових механізмів та особливо підвищеня інвестиційної діяльності України;
- забезпечення умов для зростання економіки шляхом стабілізації виробництва та надання необхідної допомоги бізнес-сектору;
- помякшення умов кредитування підприємств;
- подолання політичної кризи.

Висновок. При всій різноманітності економічних систем у всіх країнах держава тією чи іншою мірою регулює економіку, а роль держави в регулюванні процесів соціально-економічного розвитку тільки зростає в міру поглиблення міжнародного поділу праці. Причому кожна держава будує свою модель економіки з урахуванням сформованих відмінностей – природно-економічних, національних, історичних, рівня економічного розвитку тощо. Отже, держава має дуже велику роль у забезпеченні економічної безпеки, оскільки напряму впливає на неї, маючи змогу як допомогти уникнути фінансову кризу, так і створити цю ж фінансову кризу при неправильному управлінні.

Список використаних джерел:

1. Бендиков М. А. Экономическая безопасность промышленного предприятия (организационно-методический аспект). *Консультант директора*. 2000. №2. 30 с.
2. Бланк І.А. Управління фінансовою безпекою підприємства. Ельга, Ніка-Центр, 2009. 784 с.
3. Борисов А.Б. Большой экономический словарь: Слов. Москва: ВЦ Книжный мир, 2006. 543 с.
4. Геєць В.М., Кизим М.О., Клебанова Т.С., Черняк О.І. Моделювання економічної безпеки: держава, регіон, підприємство: Монографія. Харків: ВД " ІНЖЕК", 2006. 240 с.
5. Грибіненко О. М., Шагоян С. М. Сутність та шляхи забезпечення економічної безпеки підприємства. *Наук. вісн. Херсонського держ. ун-ту: Зб. наук. пр. ХДУ*. Вип. 22. Херсон, 2017. 100 с.
6. Дідик А. М., Кузьмін О. Є., Ортинський В. Л., Козаченко Г. В., Погорелов Ю. С., Ілляшенко О. В., Рудніченко Е. М., Овчаренко Є. І., Гавловська Н. І., Івченко Є. А., Лемішовський В. І., Вахлакова В. В. Економічна безпека підприємства: Підруч. Київ: ВГ «Бухгалтери України», 2019. 623 с.
7. Закон України «Про національну безпеку України» від 21 червня 2018 р. № 2469-VIII. База даних «Законодавство України». Відомості Верховної Ради України; URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2469-19
8. Капустин Н. П. Экономическая безопасность отрасли и фирмы. *Бізнес Інформ*. 2018. № 11–12. 49 с.
9. Кодекс України з процедур банкрутства від 18.10.2018 № 2597-VIII. *Відомості Верховної Ради України*. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2597-19

10. Корягін М. В., Куцик П. О. Проблеми та перспективи розвитку бухгалтерської звітності: монографія. Укоопспілка, Львів. комерц. акад. Київ : Інтерсервіс, 2016. 275 с.
11. Котельбан С. В. Сутність, методи та інструменти державного регулювання інноваційної діяльності. *Економіка та держава.* Вип. №4. 2017. 118 с. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/4_2017/26.pdf
12. Мочерний С. В. Основи економічних знань: Підруч. Київ: ВЦ «Академія», 2000. 304 с.
13. Третяк Г. С., Бліщук К. М. Державне регулювання економіки та економічна політика: навч. посіб. для студ. ВНЗ. Львів, 2011. – 125 с.
14. Указ Президента України від 8 червня 2004 року «Про деякі заходи з дерегулювання підприємницької діяльності». Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/817/98
15. Фролова Л. В, Бугенко К. А. Зміцнення економічної безпеки на підприємстві. *Ефективна економіка.* 2017. №11. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6034
16. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV. *Відомості Верховної Ради України*. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15

СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА АТ «ЧЕРНІВЦІОБЛЕНЕРГО» В УМОВАХ ТУРБУЛЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА

Чухрій В., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Менеджмент», спеціалізація «Менеджмент організацій торгівлі»
Наук. кер. – Долга Г. В.

У даній статті розглянуто поняття стратегічних пріоритетів розвитку підприємства в умовах турбулентного середовища та охарактеризовано напрямки стратегічного розвитку. Визначено підстави для остаточного вибору пріоритетів розвитку підприємства. Розроблено практичні рекомендації щодо підвищення ефективності діяльності підприємства.

This article considers the concept of strategic priorities of enterprise development in a turbulent environment and describes the directions of strategic development. The bases for the final choice of priorities of development of the enterprise are defined. Practical recommendations for improving the efficiency of the enterprise have been developed.

Актуальність теми. Об'єктивна необхідність державного регулювання складної галузі енергетики в умовах ринку викликана особливостями, притаманними цій галузі, її місцем і роллю у гарантуванні економічної безпеки держави. Як показує вітчизняний та зарубіжний досвід, негативні наслідки нестабільності внутрішнього та зовнішнього середовища істотно впливають на параметри її розвитку. Важливість теоретичного осмислення і методологічного забезпечення вдосконалення регуляторної політики розвитку складної галузі енергетики за глобальних змін зовнішнього середовища пояснюється, у першу чергу, потребою у швидкій адаптації даної галузі до нових обставин та у формуванні передумов для стабільного розвитку цього сектора економіки України у довгостроковій перспективі. Тому пошук нових теоретичних і практичних підходів до визначення стратегічних пріоритетів та політики у сфері складної енергетичної галузі є актуальним завданням. Актуальність теми дослідження характеризується необхідністю пошуку нових стратегічних напрямів розвитку вітчизняних підприємств та шляхів їх досягнення в сучасних умовах мінливості зовнішнього середовища.

Метою статті є теоретичне обгрунтування вибору стратегічних пріоритетів розвитку підприємства в сучасних ринкових умовах і розробка на цій основі методичних та практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності діяльності підприємства.

Об'єктом статті є процес вибору стратегічних пріоритетів розвитку підприємства в умовах турбулентного зовнішнього середовища. **Предметом** статті є сукупніть теоретичних, методичних підходів та організаційних засад до визначення та досягнення стратегічних пріоритетів розвитку підприємства.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретичні і методологічні формування стратегічних пріоритетів підприємства в умовах мінливого середовища знайшли відображення в наукових працях Г.Л. Азоєва, І.Ансоффа, О.В.Ареф'євої, О.С.Віханського, А.Е.Воронкової, І.М. Герчикової, В.Л. Горєлової, А.П. Градова, В. Л.Диканя, М.М. Єрмошенка, П.С. Зав'ялова, Ю.Б. Іванова, Ф. Котлера, М. Мескона, А.І. Наумова, О.П. Пєшкової, В.С. Пономаренка, М. Портера, О.І. Пушкаря, Ю.Б. Рубіна, І.В. Стародубровської, Р.М. Тихонова, Р.А. Фатхутдінова, О.Б. Чернеги, А.Ю. Юданова й інших вітчизняних і зарубіжних економістів.

Викладення основного матеріалу дослідження. Розробка стратегії розвитку підприємства – обов'язкова умова успішного розвитку підприємства. Важковловиме, на перший погляд, і скептично оцінюється деякими керівниками поняття дозволяє організувати роботу підприємства, як в поточний період часу, так і в довгостроковій перспективі, найбільш ефективно і доцільно використовувати ресурси

підприємства, скоординувати роботу всіх служб і підрозділів, визначивши пріоритети його розвитку. Визначення пріоритетів розвитку підприємства – важливе і складне завдання, що стоїть перед його керівництвом. Пріоритети стратегічного розвитку повинні відповідати критеріям доцільності, ефективності та перспективності. Можливі безліч напрямків стратегічного розвитку, робота з якими ведеться в різних поєднаннях з урахуванням їх безпосередньої та перспективної важливості. Всі їх можна об'єднати в наступному переліку [1, с.300]:

– розвиток технологій – кінцевою метою є виробництво продукту з заданими параметрами найбільш економічним і доцільним способом. Реалізується шляхом розробки і / або придбання нових або вдосконалених технологій;

– розвиток продукту – кінцевою метою є формування конкурентоспроможної товарної маси, що успішно реалізується на ринку і приносить підприємству бажаний дохід. Реалізується шляхом вдосконалення продуктів, що випускаються, освоєння нових видів продукції, диверсифікації або звуження продуктового портфеля і видів діяльності;

– розвиток ресурсної бази – кінцевою метою є забезпечення підприємства необхідними ресурсами необхідної якості в необхідні терміни і в необхідному обсязі. Реалізується шляхом модернізації, оновлення та розширення виробничої бази, формування конкурентоспроможного персоналу, оптимізації фінансування;

– розвиток управління – кінцевою метою є створення і підтримання ефективної системи управління підприємством, його підрозділами та видами діяльності. Реалізується шляхом розробки і впровадження сучасних технологій управління підприємством.

Для різних підприємств, що знаходяться на різних етапах розвитку і функціонують в різних умовах зовнішнього середовища, ті чи інші напрямки є більш значущими, а інші – менш важливими. Значимість окремих складових розвитку підприємства визначається станом його зовнішнього і внутрішнього середовища. Таким чином, підставою для остаточного вибору пріоритетів розвитку підприємства є великий обсяг аналітичної роботи, що включає [2, с.84]:

1) аналіз стану підприємства на поточний момент, включаючи розрахунок і аналіз показників забезпеченості, інтенсивності та ефективності використання ресурсів підприємства та результативності функціонування підприємства в цілому, вивчення їх динаміки і порівняння з планом; оцінку сформованої системи управління підприємством в цілому, його виробничої, фінансової та маркетингової діяльністю;

2) аналіз стану підприємства і його продукції на ринку, включаючи оцінку конкурентоспроможності товарів, що випускаються, визначення займаної частки ринку і позиції підприємства на ринку, вивчення динаміки досліджуваних показників і порівняння їх з планом;

3) визначення «сильних» і «слабких» сторін підприємства;

4) прогноз розвитку ринку як результат аналізу тенденцій, що склалися, а також існуючих небезпек, ризиків і можливостей;

5) визначення перспективних сфер і видів діяльності, сегментів ринку;

6) аналіз інвестиційних та інноваційних можливостей підприємства з метою визначення здатності підприємства до самостійної розробки і впровадження нововведень за ключовими напрямами діяльності;

7) формування стратегічних цілей і пріоритетів розвитку підприємства як продовження позитивних тенденцій його розвитку і використання його сильних сторін або як подолання негативних або навіть кризових тенденцій в розвитку підприємства, подолання і зміцнення його слабких сторін.

Залежно від того, до якого типу (галузевого, регіонального або комбінованого) належить підприємство, набір стратегічно пріоритетних цілей, що відносяться до ділового рівню ієрархії стратегій, може варіюватися. Різні підприємства, залежно від своїх інтересів і можливостей, можуть вибирати такі пріоритети розвитку [3, с.79]:

1. В сфері прийняття рішень з виробництва і збуту товару: диференціація продукції; стратегія підвищення якості продукції; створення і просування товарних знаків; ефективна цінова стратегія; вироблення відмінного іміджу; підвищення престижу товарних знаків.

2. Пріоритети в сфері прийняття ринкової географії: вихід на світовий ринок, зміцнення позицій на ньому; вихід на національний ринок; зміцнення позицій на національному ринку; зміцнення позицій на регіональному ринку; зміцнення позицій на кількох регіональних ринках.

3. Пріоритети, що стосуються формування внутрішнього потенціалу і організації управління: створення власної торгової мережі; інтеграція з постачальниками; модернізація або реконструкція виробництва; створення нової або вдосконаленої організаційної структури; диверсифікація діяльності [61].

Розвиток світової економіки протягом останніх двадцяти років свідчить про те, що тривалість кожної фази економічного циклу суттєво скоротилася, вони змінюють одна одну швидко і не прогнозовано. Таке явище дістало назву ринкової турбулентності. Термін «ринкова турбулентність» був запроваджений в економічний обіг Ф. Котлером та Дж.А. Касліоне. Це явище вони пояснюють з позицій принципів

турбулентності у природі, де турбулентність характеризується агресивною, неспокійною поведінкою [4, с.266]. Тобто, визначальними характеристиками турбулентності у природі є агресивність, непередбачуваність та хаотичність.

Турбулентність у бізнесі також визначається як не передбачувані та швидкі зміни у внутрішньому і зовнішньому середовищах організації, які впливають на її діяльність. І ця непередбачуваність посилюється у міру розвитку глобалізаційних процесів. Виходячи з цього, турбулентність в економіці можна визначити як швидкі, непрогнозовані, контрастні зміни, на які важко впливати засобами державного регулювання. Посилена турбулентність економіки на сьогоднішній день є неусувною, до неї можна лише пристосуватися, але для цього необхідно детально дослідити фактори, які виступають у якості каталіза торів турбулентних процесів. До таких факторів можна віднести:

- технічний прогрес, інформаційна революція, інновації;
- тривале економічне зростання та гіперконкуренція;
- розвиток фінансових ринків, виникнення нових фінансових інструментів, залучення фінансових ринків у процеси глобалізації [5, с.65].

Таблиця 1

Система варіативних заходів АТ «Чернівціобленерго»

Портфель функціональних стратегій	*Перелік завдань*
Маркетингова стратегія	
Виробнича субстратегія	1. Удосконалення процесу надання послуг за **рахунок змін у використанні сучасних інформаційних ресурсів, насамперед,** співпраці з електронним ринком на корпоративному рівні, дрібнооптової та роздрібної торгівлі.
	2. Застосування технологій, що знижують собівартість послуг **за рахунок економії на постійних** та інших витратах, управління виробничими потужностями підприємства (наприклад, використання плаваючих графіків роботи при частковому завантаженні, можливість взаємозаміни персоналу всередині служб тощо). Створення систем контролю та стимулювання економії матеріальних та трудових ресурсів. 3. Запровадження систем моніторингу стану ринку, що займається аналогічним видом діяльності. 4. Розробка та використання спеціальних нецінових методів залучення споживачів (наприклад, впровадження заохочувальних програм для «повторних клієнтів»).
Асортиментна субстратегія	1. Розширення асортименту додаткових платних послуг з метою максимального задоволення попиту споживачів та створення конкурентних переваг (наприклад, послуги автовишки). 2. Запровадження систем постійного моніторингу та контролю якості обслуговування, створення незалежних інспекцій якості, організація зворотного зв'язку за результатами обслуговування.
Субстратегія ціноутворення	1. Розробка та використання цінових методів залучення споживачів шляхом запровадження диференційованої системи цін для різних цільових ринків і категорій споживачів з урахуванням, що 80% продажу припадає на нижній ціновий сегмент, а також програм залучення клієнтів шляхом гнучкого ціноутворення цін з урахуванням сезонного та територіального факторів. 2. Запровадження та організація моніторингу цінової кон'юнктури конкурентів.
Субстратегія розповсюдження і просування	1. Управління процедурами просування послуг на ринок: вибір оптимальних каналів розповсюдження послуг з продажу, встановлення та обслуговування (рекламні заходи в ЗМІ, які охоплюють цільову аудиторію споживачів, використання подарункових сертифікатів, застосування дисконтних карток, розробка програм стимулювання збуту, виставкова діяльність). 2. У підприємства відсутній власний сайт, що сковує потенційних клієнтів в отриманні необхідної інформації про послуги і товари. 3.Регулярне проведення маркетингових досліджень.
Фінансова стратегія	
Субстратегія формування капіталу	1. Визначення обсягів можливого кредитування, необхідного для поступального розвитку, та обсягів їх залучення ззовні. 2. Порівняльний аналіз умов та механізмів залучення кредитних ресурсів. 3. Управління використанням власних грошових засобів; інвестиції в будівлю й устаткування (ремонт, оновлення тощо). 4. Постійний моніторинг власних фінансових ресурсів (стан активів, їх ліквідність, можливість отримання кредитів). 5. Заходи щодо скорочення дебіторської заборгованості і забезпечення нормального фінансового стану.

Соціальна стратегія	
Субстратегія розвитку персоналу	1. Створення ефективної системи мотивації діяльності персоналу, підвищення їхньої зацікавленості у роботі на підприємстві (матеріальне стимулювання, підвищення кваліфікації, участь персоналу в управлінні). 2. Розширення (горизонтальне збільшення кола виконуваних робіт і задач персоналу за допомогою комбінації декількох взаємозалежних робіт одного і того ж самого рівня), збагачення праці (вертикальне розширення за допомогою збільшення обов'язків і можливостей для подальшого розвитку, з одночасним спрямуванням працівників на більшу автономію при плануванні та виконанні своїх функцій).

Як видно з визначених у табл. 1 завдань, всі вони є «наскрізними», оскільки кожне з них передбачає вирішення взаємоузгоджених завдань різних рівнів та функціональних сфер [6, с.17]. Їх вирішення повинно здійснюватися в межах комплексу програм відповідного спрямування. Узгодивши внутрішні заходи з перетворення зі стратегією розвитку, керівництво АТ «Чернівціобленерго» одержує можливість забезпечити послідовну адаптацію і гармонічний розвиток окремих функціональних структур. Оскільки АТ «Чернівціобленерго» – широкопрофільне підприємство, то стратегія повинна бути спрямована на встановлення й зміцнення довгострокової конкурентоспроможної позиції підприємства на ринку.

Висновки. Отже, окреслені заходи щодо розвитку АТ «Чернівціобленерго» є взаємодоповнюючими та взаємопосилюючими. Підприємство повинно виявити свої пріоритети з цих складових та формувати програми розвитку, які забезпечать трансформацію підприємства у визначеному напрямі із визначеною метою. Конкурентна перевага АТ «Чернівціобленерго» може бути досягнута пропозицією споживачам даного сегменту продуктів (послуг), відмінних від конкурентів, і більш повно задовольняючих вимоги покупців цієї цільової групи. Тому, при стратегічному плануванні з врахуванням обраного шляху досягнення конкурентної переваги, необхідно для досліджуваного підприємства обирати комбіновану стратегію.

Список використаних джерел:

1. Кобєлєв В. М., Захарченко Ю. В. Теоретичні та методологічні основи формування стратегії розвитку підприємства // Вісник економіки транспорту і промисловості. 2013. № 42. С. 297-303.

2. Козловський В. О., Дончак Л. Г. Внутрішній економічний механізм виробничих підприємств : монографія. Тернопіль: Крок, 2013. 204 с.

3. Дончак Л. Г. Формування внутрішнього економічного механізму підприємства // Агроінком. 2012. № 10-12. С. 77-81.

4. Лихопад С. М., Майданська Н. М.Місце стратегічного управління в діяльності підприємств // Науковий вісник Національного лісотехнічного університету: зб. наук.-техн. пр. Вип. 15.5. Львів: НЛТУ України, 2005. С. 265-267.

5. Мізюк Б. М. Основи стратегічного управління. Львів: Магнолія, 2006-2009. 544 с.

6. Большунова А. І., Лукнов В. О. Теоретичні аспекти процесного підходу до управління підприємством // Праці першої науково-практичної інтернет-конференції «Управління розвитком соціально-економічних систем: теорія і практика». Донецьк: ДонНУ, 2010. С. 16-18.

ХАРАКТЕРИСТИКА СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

Антонюк Д., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»
Наук. кер. – Томнюк Т. Л.

У статті охарактеризовано умови та механізм оподаткування підприємств за загальною та спрощеною системами. Визначено значення оподаткування як інструмента регулювання діяльності суб'єктів господарювання.

The article is describes the conditions and mechanism of taxation of enterprises under the general and simplified systems. The importance of taxation as a tool for regulating the activities of economic entities is determined.

Актуальність теми полягає в тому, що в умовах нестабільної економіки з недосконало функціонуючим ринком довгострокових кредитів і обмеженими можливостями капітальних вкладень суттєво зростає важливість податкової оптимізації, як найбільш дієвого засобу впливу на активізацію діяльності підприємств та розвиток економіки країни.

Метою статті є дослідження механізму оподаткування підприємств в Україні як інструмента регулювання діяльності суб'єктів господарювання.

Об'єктом дослідження є теоретичні та практичні аспекти механізму оподаткування підприємств.

Предметом дослідження є загальна та спрощена системи оподаткування підприємства.

Дослідження стану та тенденцій оподаткування підприємств відображені у працях В.П. Вишневського, Т.І. Єфименко, Ю.Б. Іванова, А.І. Крисоватого, М.І. Крупки, І.О. Луніної, В.М. Мельника, В.М. Опаріна, А.М. Соколовської, Л.Л. Тарангул, В.М. Федосова та ін. Проте питання удосконалення оподаткування підприємств у напрямку активізації їх діяльності і надалі потребує розгляду.

Згідно із Податковим кодексом України підприємства можуть використовувати загальну систему обліку та оподаткування, або ж застосовувати спрощену систему оподаткування, сплачуючи при цьому єдиний податок, та вести спрощений облік та звітність [1]. Податок на прибуток підприємств на сьогодні є одним з найвагоміших із групи податків, які сплачують підприємства на загальній системі оподаткування, ефективність механізму його нарахування та відповідно й результативність фіскальної політики держави має суттєвий вплив на фінансово економічну діяльність суб'єкту господарювання. Податок на прибуток підприємства фактично є податком на фінансовий результат, що формується в обліку за підсумками всіх господарських операцій суб'єкту виконаних ним у звітній період. Основним призначенням його є регулювання господарської діяльності, стимулювання розвитку інвестицій та нарощення капіталу підприємства. Згідно зі ст. 134 нової редакції Податкового Кодексу України, об`єктом оподаткування податку на прибуток є прибуток із джерелом походження з України та за її межами, який визначається шляхом коригування (збільшення або зменшення) фінансового результату до оподаткування (прибуток або збиток), визначеного у фінансовій звітності підприємства відповідно до НП(С)БО або МСФЗ, на різниці. Тобто ст. 134 узаконила новий підхід до формування об`єкта оподаткування, котрий тепер складається з двох частин: фінансового результату до оподаткування та різниць. Відображення суми витрат з податку на прибуток на рахунках бухгалтерського обліку – це один із завершальних етапів облікових процедур з обліку податку на прибуток. Йому передує складний комплекс робіт щодо визначення фінансового результату до оподаткування прибутку (збитку). Тобто прибуток підприємства в дійсності складається з доходів підприємства за вирахуванням витрат. І перш ніж бухгалтер перейде до визначення суми та облікового відображення податку на прибуток, необхідно достовірно визначити які доходи та витрати виникали у відповідному звітному періоді.

В нашій країні ми спостерігали поступове зменшення ставки податку на прибуток, в теперішній час поточна ставка податку на прибуток становить 18%. Цей показник є меншим, ніж у більшості країн Європи, що дає нам можливість залучати іноземні інвестиції. Зменшення ставки податку - загальноєвропейська тенденція [2], але також звернемо увагу, що при незмінності інших умов подальше зниження може не дати очікуваного економічного ефекту. Як приклад, згадаємо податкові пільги, які, призводячи до значних втрат бюджету, не стали каталізатором економічного розвитку країни, для цього потрібно провести значно глибші реформи.

Проаналізуємо економічні та теоретичні засади функціонування податку на додану вартість (ПДВ). Додана вартість – це створений дохід на кожному етапі просування товарів, робіт та послуг. У свою чергу, поняття ПДВ – це саме те, що випливає з його назви, тобто це податок на додану вартість на кожному етапі виробництва та реалізації товарів і послуг. Для будь-якої фірми, яка сплачує ПДВ, «додана вартість» для конкретного товару – це сума, за якою ціна продажу товару перевищує вартість всіх товарів, придбаних для виготовлення цього товару. З огляду на те, що ПДВ сплачується на кожному етапі виробництва і часто не деталізується на кінцевому рахунку споживачам, деякі намагаються

охарактеризувати ПДВ, як податок на бізнес. Але більшість зарубіжних аналітиків сходяться на думці, що ПДВ, по суті, є податком на продаж, який сплачується споживачами і який збирається поетапно [2].

У ПДВ до сьогодні є як прихильники, так і противники. В Україні не один рік точилися дискусії щодо доцільності функціонування ПДВ, його ролі у бюджетотворенні з одного боку та тіньових схемах з іншого боку. Неодноразово пропонувалося скасувати ПДВ та запровадити податок з продажу або податок з реалізації (аналог Японія та США). Противники ПДВ наголошують, що податок негативно впливає як на виробників, так і на споживачів, гальмує розвиток споживчого ринку, є надзвичайно привабливим для шахраїв, а в умовах трансформаційної економіки породжує й додаткові негативні наслідки – зумовлює корупційні схеми та призводить до фіскальної нестабільності [2].

Багатьма українськими дослідниками ПДВ сприймається, як «антисоціальний податок». Його недоліки полягають, передусім, у регресивності – більший податковий тягар падає на доходи малозабезпечених громадян, порівняно з багатими бідні сплачують більшу частку зі свого доходу. Саме тому можна говорити про необхідність диференціації ставок ПДВ та внесення податкових соціальних пільг щодо сплати податку малозабезпеченими верствами населення [2].

У свою чергу, прибічники функціонування ПДВ обґрунтовують, що ПДВ є найбільш досконалою формою універсальних акцизів, краще якої людство ще не винайшло і навряд чи винайде. Ми дотримуємося позиції, що ПДВ є одним з найбільш ефективних податків на споживання. Цей податок сприяє інвестиційному процесу, крім того він стимулює експорт. Останнє забезпечується не лише завдяки застосуванню принципу призначення та нульової ставки податку на експорт, а й кредитного методу нарахування ПДВ, що передбачає відшкодування, сплаченого у вартості придбаних товарів, використаних у виробництві продукції, яка призначена на експорт. Інші ставки ПДВ – 20% (стандартна), 7% (щодо медикаментів, визначених переліком КМУ) та 14% (щодо окремих видів сільгосппродукції) [1].

Оподаткування доданої вартості забезпечується через застосування кредитного методу визначення обсягів зобов'язань з ПДВ, відповідно до якого платник податку має право зменшувати суму податкових зобов'язань, що виникли у зв'язку з продажем ним товарів, на величину податку, сплаченого в ціні придбаних матеріальних ресурсів та основних фондів, що використовуються в діяльності суб'єкта.

Плата за землю — це податок (обов'язковий платіж), що справляється з юридичних і фізичних осіб за використання земельних ділянок. Плата за землю входить до складу податку на майно. Платниками податку є: власники земельних ділянок, земельних часток (паїв); землекористувачі.

Базою оподаткування є: нормативна грошова оцінка земельних ділянок з урахуванням коефіцієнта індексації, визначеного відповідно до порядку, встановленого цим розділом; площа земельних ділянок, нормативну грошову оцінку яких не проведено. Ставка встановлюється у розмірі не більше 12%.

Акцизний податок - непрямий податок на споживання окремих видів товарів (продукції), визначених Податковим кодексом як підакцизні, що включається до ціни таких товарів (продукції).

До підакцизних товарів в Україні належать: спирт етиловий та інші спиртові дистиляти, алкогольні напої, пиво; тютюнові вироби, тютюн та промислові замінники тютюну; нафтопродукти, скраплений газ, речовини, що використовуються як компоненти моторних палив, паливо моторне альтернативне; автомобілі легкові, кузови до них, причепи та напівпричепи, мотоцикли, транспортні засоби, призначені для перевезення 10 осіб і більше, транспортні засоби для перевезення вантажів; електрична енергія.

Поряд з фіскальною функцією акциз, як і будь-який інший податок, має і регулююче значення. Регулююча функція акцизу проявляється у декількох напрямках, серед яких можна виділити:

— вплив на обсяги виробництва і споживання підакцизних товарів;

— вплив на структуру виробництва, стимулювання зростання його ефективності, підвищення якості виробленої продукції, покращення споживчих характеристик продукту;

— регулювання рентабельності виробництва підакцизних товарів [3].

Спрощена система оподаткування, обліку та звітності – особливий механізм справляння податків і зборів, що встановлює заміну сплати окремих податків і зборів, на сплату єдиного податку з одночасним веденням спрощеного обліку та звітності [4]. При цьому суб'єкти господарювання, які застосовують спрощену систему оподаткування, обліку та звітності, поділяються на чотири групи платників єдиного податку, що впливає на ставку останнього та визначає суб'єкта платником чи неплатником ПДВ.

Платники єдиного податку – підприємства – звільняються від обов'язку нарахування, сплати та подання податкової звітності з таких податків і зборів:

1) податку на прибуток підприємств;

2) податку на додану вартість з операцій з постачання товарів, робіт та послуг, місце постачання яких розташоване на митній території України, крім податку на додану вартість, що сплачується фізичними особами та юридичними особами, які обрали ставку єдиного податку, яка передбачає сплату ПДВ;

3) податку на майно (в частині земельного податку), крім земельного податку за земельні ділянки, що не використовуються платниками єдиного податку першої-третьої груп для провадження господарської

діяльності та платниками єдиного податку четвертої групи для ведення сільськогосподарського товаровиробництва;

4) рентної плати за спеціальне використання води платниками єдиного податку четвертої групи.

Умови оподаткування підприємств єдиним податком подано у табл. 1.

Таблиця 1

Умови та механізм нарахування єдиного податку юридичними особами

Групи платників єдиного податку	***Статус с.п.д.***	***Кількість найманих працівників***	***Дохід за календарний рік, що передував переходу на ЄП***	***Види діяльності***	***Ставки***
III	Юридичні особи - суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми	необмежена	не перевищує 1167 МЗП (7 002 000 грн)	всі види діяльності з урахуванням обмежень	а) 3% від доходу у разі сплати ПДВ; б) 5% від доходу у разі включення ПДВ до складу єдиного податку
IV	Сільськогосподарські товаровиробники, у яких частка сільськогосподарського товаровиробництва за попередній податковий (звітний) рік дорівнює або перевищує 75 відсотків.	*розмір ставок залежить від категорії (типу) земель, їх розташування та встановлюється у відсотках до бази оподаткування:* 1) для ріллі, сіножатей і пасовищ (крім ріллі, сіножатей і пасовищ, розташованих у гірських зонах та на поліських територіях, а також сільськогосподарських угідь, що перебувають в умовах закритого ґрунту) розмір ставок податку з одного гектара буде встановлена на рівні 0,95; 2) для ріллі, сіножатей і пасовищ, розташованих у гірських зонах та на поліських територіях, — 0,57; 3) для багаторічних насаджень (крім багаторічних насаджень, розташованих у гірських зонах та на поліських територіях) — 0,57; 4) для багаторічних насаджень, розташованих у гірських зонах та на поліських територіях, — 0,19; 5) для земель водного фонду ставка залишиться на рівні 2,43; 6) для сільськогосподарських угідь, що перебувають в умовах закритого ґрунту — 6,33.			

Загалом в механізмі нарахування єдиним податком передбачено застосування чотирьох груп, проте для підприємств передбачено лише 3 і 4 групи. Порядок нарахування та сплати єдиного податку передбачає наявність квартального періоду (III група) та річного періоду (IV група).

Висновок. Запровадження спрощеного оподаткування в Україні повинно сприяти розв'язанню наступних проблем для бізнесу:

- підтримці малого бізнесу та підвищенню його ролі у розвитку національної економіки;
- підвищенню рівня зайнятості населення шляхом створення нових робочих місць у малому бізнесі і зменшенню, таким чином, державних витрат на утримання безробітних; умови функціонування ринкових економічних відносин шляхом підтримки тих суб'єктів господарської діяльності, конкурентні позиції яких на ринках внаслідок об'єктивних обставин є слабшими порівняно з великими підприємствами;
- активізації інноваційної діяльності, сприянню впровадженню нових технічних та комерційних ідей;
- пом'якшенню соціального розшарування суспільства шляхом формування середнього класу, що, у свою чергу, знижує соціальну напруженість у державі.

Список використаних джерел:

1. Податковий кодекс України: Закон України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. URL: http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1011.47.11&nobreak=1 (дата звернення: 01.11.2021).
2. Антіпов О.М. Податкове планування як засіб оптимізації сплати ПДВ та податку на прибуток. URL: http://filelibsnu.at.ua/naukovi/Naukovi_visti/PDF_10_2013/3.pdf (дата звернення: 01.11.2020)
3. Семенченко Н. В., Рощина Н. В., Борданова Л. С. Акцизний податок: сучасні тенденції та проблематика. *Агросвіт*. 2020. № 10. С. 16–23. URL: http://www.agrosvit.info/?op=1&z=3193&i=2 (дата звернення: 01.11.2020)
4. Онісіфорова В. Ю., Сідельнікова В. К. Спрощена система оподаткування: сучасний стан, переваги, недоліки та перспективи. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. 2019. № 2. С. 158-166. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/piprp_2019_2_16 (дата звернення: 01.11.2021)

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ФІНАНСУВАННЯ СИСТЕМИ ОХОРОНИ ЗДОРОВ`Я В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Будз М., 2 курс (ОС «бакалавр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування», спеціалізація «Державні фінанси»
Наук. кер. - Рошило В. І.

Стаття присвячена вивченню проблематики фінансового забезпечення системи охорони здоров'я України в умовах її реформування. Проведений моніторинг видаткової частини бюджету Чернівецької

області дав змогу розкрити проблематику фінансового забезпечення сфери охорони здоров'я в умовах пандемії та адміністративно-територіальної реформи. Обґрунтовано необхідність удосконалення фінансового забезпечення вітчизняної медицини та запропоновані напрями її удосконалення.

The article is sanctified to the study of range of problems of the financial providing of the system of health protection Ukraine in the conditions of her reformation. The conducted monitoring of expense part of budget of the Chernivtsi area gave an opportunity to expose the range of problems of the financial providing of sphere of health protection in the conditions of pandemic and administrative-territorial reform. The necessity of improvement of the financial providing of home medicine is reasonable and directions of her improvement offer.

Актуальність теми**.** В Україні охорона здоров'я визнана одним із пріоритетних напрямів діяльності держави, який має надзвичайно важливе соціальне, економічне та суспільне значення. Якість медичних послуг, стан здоров'я населення залежать від рівня забезпеченості закладів охорони здоров'я фінансовими ресурсами та ефективності їх використання.

У 2016 році розпочалась комплексна реформа системи охорони здоров'я в Україні, важливою частиною якої є якісна зміна системи громадського здоров'я, в тому числі з точки зору підходів до фінансування. Мета трансформаційних змін системи охорони здоров'я України - ефективне функціонування моделі державного гарантування пакета медичної допомоги та рівний доступ до якісних медичних послуг кожного жителя територіальної громади. Належне фінансування сфери охорони здоров'я обумовлює створення ефективної взаємодії між органами державної влади та органами місцевого самоврядування, яка сприятиме позитивному розвитку охорони здоров'я на рівні муніципалітетів.

Обов'язковою умовою надання високоякісних медичних послуг є фінансове забезпечення – один з фундаментальних чинників, що суттєво впливає на розвиток охорони здоров'я й соціально-економічну результативність медицини. Незважаючи на те, що сьогодні в Україні проблематика фінансування охорони здоров'я є актуальною темою політичних та наукових дискусій, рівень реальних досягнень у цій сфері насправді залишається доволі низьким. Серед основних причин виникнення такої ситуації варто відзначити неефективну й незбалансовану систему закладів охорони здоров'я, яка не відповідає структурі реального попиту на медичну допомогу, проте вимагає зайвих витрат на утримання медичних закладів. Через нераціональне використання коштів надто повільними темпами відбувається оновлення медичного обладнання, гальмується розвиток науки й фундаментальних досліджень у медицині, практично неможливим стало впровадження медичних інновацій. Задля подолання кризового стану вітчизняної системи охорони здоров'я й створення фінансових можливостей для подальшого розвитку медичної галузі в Україні втілюється в життя медична реформа, проте її реалізація відбувається не надто швидкими темпами [3, с.3].

Метою статті є студіювання проблемних питань фінансового забезпечення системи охорони здоров'я в умовах реформування галузі та розробка пропозицій щодо покращення фінансового механізму медичних закладів.

Об'єктом дослідження є система фінансування медичної галузі на місцевому рівні.

Предметом дослідження **-** відносини, що виникають у процесі управління бюджетними коштами на місцевому рівні з метою забезпечення збереження здоров'я населення громади.

Розвиток системи охорони здоров'я та її інтеграція до європейського простору зумовлюють нові наукові дослідження. Сучасний фінансовий механізм охорони здоров'я досліджували такі вітчизняні науковці Г. Ігнатьєва, Є. Дяченко, О.Краснова, М. Мальований, С. Онишко, В. Опарін, К. Павлюк, О. Романенко, Т. Стецюк та інші.

Віддаючи належне вагомому науковий внеску науковців, побудова ефективної системи охорони здоров'я, здатної забезпечувати населення якісною й доступною медичною допомогою, є одним із ключових завдань соціальної політики держави та важливим показником, що характеризує рівень соціально-економічного розвитку країни, що обумовлює подальший науковий пошук.

В Україні охорона здоров'я є пріоритетним напрямом діяльності держави. Якісне надання медичних послуг населенню залежать від фінансового забезпечення закладів охорони здоров'я. В Україні проведена реформа системи охорони здоров'я, що дало змогу в короткі терміни мотивувати медичних працівників до надання якісної медичної допомоги населенню на всіх рівнях. У рамках спеціалізованої та стаціонарної медичної допомоги основним принципом вважається «гроші йдуть за пацієнтом». Установи охорони здоров'я є тепер фінансово мотивованими на використання доказових (ефективних) методів лікування, щоб можна було позбутися недієвих (недоцільних) процедур. Створення автономності установ охорони здоров'я сприяє тому, що збільшується фінансова та господарська незалежність медичних установ, управління закладами стає більш гнучким, формуються стимули покращення надання якісних медичних

послуг населенню, а також одночасно підвищується економічна ефективність використання лікарняних активів.

Система охорони здоров'я в Україні перебуває у кризовому стані, що значною мірою обумовлене недостатнім фінансуванням. На громади та об'єднані територіальні громади також покладається тягар в утримані закладів системи громадського здоров'я. Так, згідно із статтею 32 Закону України "Про місцеве самоврядування" до повноважень місцевого самоврядування належить управління закладами охорони здоров'я, організація їх матеріально-технічного та фінансового забезпечення, організація медичного обслуговування та харчування в комунальних оздоровчих закладах, забезпечення в межах наданих повноважень доступності і безоплатності медичного обслуговування на відповідній території, а також розвиток всіх видів медичного обслуговування, зокрема розвиток мережі закладів охорони здоров'я, та сприяння підготовці і підвищенню кваліфікації спеціалістів.

Органи місцевого самоврядування стикаються з рядом перешкод для ефективного здійснення зазначених повноважень. Виділення значних коштів з місцевих бюджетів на фінансування медицини вимушено спрямовується на співоплату поточних видатків для надання базових медичних послуг, а не на розвиток комунальних закладів системи громадського здоров'я та їх персоналу.

Запровадження нової моделі фінансування системи охорони здоров'я передбачає збереження повноважень органів місцевого самоврядування у цьому секторі і створення можливостей для їх повноцінного виконання. Передусім це буде досягнуто шляхом прозорого відмежування фінансової відповідальності державного рівня влади. Кабінетом Міністрів України буде визначено чіткий, обмежений перелік послуг державного гарантованого пакета медичної допомоги, надання яких буде повністю забезпечуватися за рахунок коштів державного бюджету. Місцева влада не повинна буде вишукувати кошти для надання таких послуг.

Фінансування державних та комунальних закладів охорони здоров'я –бюджетних установ проводиться згідно з бюджетним законодавством. В основу побудови нової системи охорони здоров'я України покладено комплексний підхід до забезпечення громадського здоров'я, зокрема через запровадження державно-громадської системи управління; чіткого визначення соціальної програми державних гарантій у сфері охорони здоров'я [4, с.109].

З місцевих бюджетів Чернівецької області проводяться видатки на охорону здоров'я. Видатки на утримання закладів охорони здоров'я з місцевих бюджетів області у 2020 році профінансовані у сумі 829504,7 тис. грн., при плані – 859034,7 тис. грн., або на 96,6 відсотка, з них по загальному фонду – 664035,3 тис. грн., при уточненому плані на рік – 687061,3 тис. грн. (96,6 відсотка), спеціальному – 165469,4 тис. грн., при плані – 171973,4 тис. грн. (96,2 відсотка). Оцінка динаміки видатків загального фонду на утримання закладів охорони здоров'я свідчить про негативну динаміку зменшення на 985940,8 тис. грн., або 59,8% порівняно з 2018 роком та на 936709,6 тис. грн., або 58,5% порівняно з аналогічним періодом 2019 року.

В структурі питома вага зазначених видатків зменшилась на 7,4% та 7,3% порівняно з 2018-2019 роками та склала 9,4% в 2020 році. За рахунок коштів спеціального фонду проведено видатків на охорону здоров'я в сумі 165469,4 тис. грн., що на 2109,7 тис. грн., або 1,3% менше ніж у 2018 році та на 69014,2 тис. грн., або на 29,4% ніж в 2019 році. Оцінка структури засвідчила, що питома вага видатків на охорону здоров'я зменшились на 0,2% порівняно з 2018 роком та на 1,8% порівняно з 2019 роком і становила 10,1% в 2020 році.

Чернівецька область входить до трійки областей, які отримали в 2020 році найменші обсяги коштів державного бюджету на боротьбу з COVID-19, зокрема до бюджету Чернівецької області надійшло 386,5 млн. грн., в той час як до бюджету Запорізької області було спрямовано 4 553,5 млн. грн.. Обсяги витрат коштів місцевих бюджетів, спрямованих на боротьбу з COVID-19 у розрахунку на 1 виявлений випадок інфікування (тис. грн. на 1 виявлений випадок) по Чернівецькій області склав 5,9 тис. грн., а у розрахунку на 1 мешканця - 262 грн. (Середній по Україні - 259 грн.). В 2020 році місцевими бюджетами області на боротьбу з гострою респіраторною хворобою COVID-19 спрямовано 146,5 млн. грн. власних коштів. Станом на 01.01.2021 профінансовано 113,3 млн. грн. або 77,3 % загальної суми запланованих коштів. Найбільшу частину коштів спрямовано з бюджету міста Чернівці – 78,0 млн. грн. або 68,8 % всіх коштів, бюджетів районів – 14,8 млн. грн. або 13,1 %, обласного бюджету – 14,6 млн. грн. або 12,9 % та бюджетів об'єднаних територіальних громад – 5,9 млн. грн. або 5,2 %. В структурі видатків місцевих бюджетів Чернівецької області в 2020 році частка видатків на медичне обладнання склала 28,9%, виробів медичного призначення – 21,7%, доплат медичному персоналу, задіяному в боротьбі з COVID-19 18,4%, лікарських засобів – 13,5%, дезинфікуючих засобів – 7,5% та інші видатки (паливно-мастильні матеріали, тощо) – 56,5% [1].

Проведений моніторинг засвідчив, що удосконалення планування бюджету, запровадження ефективніших методів управління державними фінансами, забезпечення надійності, гнучкості і

своєчасності видатків на охорону здоров'я є одним із факторів розширення бюджетного простору медичної галузі, що у свою чергу вимагає ґрунтовного плануванням та належного виконання бюджетів охорони здоров'я зі сторони Міністерства охорони здоров'я. Разом з тим варто зауважити, що навіть при умові збільшення обсягів фінансування медичної галузі, вкладання коштів у неефективну систему не дасть очікуваних результатів. Важливо підвищувати ефективність медичної діяльності, досягати вищого рівня якості медичних послуг при збереженні того ж рівня ресурсів і фінансових витрат. Іншими словами слід навчитися купляти більший об'єм якісніших послуг, витрачаючи ті ж кошти, що й раніше. Саме тому будь-яке реформування фінансового забезпечення вітчизняної медицини не принесе жодного ефекту, якщо паралельно не відбуватиметься реформування та оптимізація системи охорони здоров'я.

Удосконалення планування бюджету, запровадження ефективніших методів управління державними фінансами, забезпечення надійності, гнучкості і своєчасності видатків на охорону здоров'я є одним із факторів розширення бюджетного простору медичної галузі, що у свою чергу вимагає ґрунтовного плануванням та належного виконання бюджетів охорони здоров'я зі сторони Міністерства охорони здоров'я [3, с.4].

Охорона здоров'я потребує радикальних змін, котрі повинні починатися перш за все з належного фінансування галузі та пошуку нових фінансових джерел.

З метою покращення фінансового забезпечення галузі охорони здоров'я необхідно:

- продовжити реформу фінансового забезпечення галузі охорони здоров'я;
- забезпечити прозору систему фінансового забезпечення надання медичних послуг населенню;
- запроваджувати нові фінансові механізми на рівні спеціалізованої медичної допомоги;
- створити умови для фінансового захисту населення від надмірних витрат на медичне обслуговування;
- оновлювати матеріально-технічну базу медичних закладів.

Заходи, які спрямовані на покращення фінансового забезпечення охорони здоров'я, позитивно вплинуть на відновлення та збереження здоров'я населення.

Список використаних джерел:

1.Звітність про виконання місцевих бюджетів Чернівецької області за 2018-2020 роки. URL: https://bukoda.gov.ua/page/group/1619.

2.План перспективного розвитку охорони здоров'я Чернівецької області URL: https: //www.medcv.gov.ua/archives/21973.

3. Сабецька Т. Проблеми та перспективи фінансового забезпечення сфери охорони здоров'я України. *Економіка та суспільство.* 2021. Вип. (27). https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-27-54

4. Ковалевич Д.А. Проблеми та перспективи фінансового забезпечення розвитку охорони здоров'я. *Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор».* 2019. Вип. 2 (51) С.109-113. URL:http://nbuv.gov.ua/UJRN/bnav .

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ДЕРИВАТИВІВ В УКРАЇНІ

Будз М., 2 курс (ОС «бакалавр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування», спеціалізація «Державні фінанси»
Наук. кер. – Табенська Ю. В.

У статті здійснено аналіз функціонування ринку деривативів в Україні. Досліджено і проаналізовано обсяги торгів деривативами. Визначено проблеми та перспективи розвитку валютного ринку на сучасному етапі. Виявлено позитивні та негативні тенденції розвитку цього ринку. Окреслено основні проблемні аспекти, що перешкоджають ефективній діяльності вітчизняного ринку деривативів. На основі проведеного аналізу стану та динаміки ринку похідних цінних паперів в Україні запропоновано основні напрями його розвитку.

The article analyzes the functioning of the derivatives market in Ukraine. The volumes of derivatives trading have been studied and analyzed. The problems and prospects of the foreign exchange market development at the present stage are determined. Positive and negative tendencies of development of this market are revealed. The main problematic aspects that hinder the effective operation of the domestic derivatives market are outlined. Based on the analysis of the state and dynamics of the derivatives market in Ukraine, the main directions of its development are proposed.

Актуальність теми дослідження. Розвиток світового фінансового ринку привів до появи великої кількості фінансових інструментів та цінних паперів, що відіграють досить важливу роль на сучасному ринку, серед яких значне місце займають похідні цінні папери. Активна діяльність суб'єктів економічних відносин на фондовому ринку і бажання зменшити власні ризики зумовила появу ринку похідних цінних

паперів (деривативів). Світовий досвід свідчить, що ринок деривативів виконує роль індикатора стану і перспектив змін як національних, так і світової економік. Інструменти ринку похідних цінних паперів через операції хеджування виконують важливу функцію мінімізації фінансових ризиків і активно використовуються в цих цілях на світових ринках похідних фінансових інструментів. За правильного використання похідних фінансових інструментів вони допомагають учасникам фінансового ринку покращити управління фінансовими, грошовими та товарними ризиками, а також сприяють розвитку фінансових інновацій. В Україні ринок деривативів розвивається дуже повільно, саме тому актуальним є дослідження тенденцій його функціонування на сучасному етапі. Тому розвиток українського ринку похідних цінних паперів є пріоритетним напрямом фінансової політики держави.

Мета статті полягає здійсненні аналізу сучасного стану вітчизняного ринку похідних цінних паперів та у дослідженні основних тенденцій функціонування ринку деривативів, розробка теоретичних положень та практичних рекомендацій щодо розвитку ринку похідних цінних паперів в Україні.

Об'єктом дослідження є ринок деривативів в Україні.

Предметом дослідження є тенденції функціонування ринку деривативів в Україні.

Фундаментальні теоретичні, методологічні, методичні та прикладні аспекти дослідження ринку похідних цінних паперів представлені у працях багатьох видатних вітчизняних і зарубіжних вчених, таких як О. Береславська, І. Бланк, В. Гоффе, О. Кузьмін, В. Міщенко, О. Мозговий, С. Науменкова, Л. Примостка, О. Сохацька. Однак у наявних ґрунтовних наукових дослідженнях недостатньо уваги приділено питанням розвитку ринку похідних цінних паперів в Україні.

Сучасний ринок похідних цінних паперів розвивається як самостійний сегмент фінансового ринку. У сучасній науковій літературі не існує загальноприйнятого тлумачення економічного змісту поняття «ринок похідних цінних паперів». У таблиці 1 наведено декілька понять від різних авторів.

Таблиця 1

Сутність поняття «ринок похідних цінних паперів»

Автор	*Поняття*	*Джерело*
С. Еш	ринок похідних інструментів як сукупність економічних відносин щодо перерозподілу ризиків, які виникають у процесі обміну фінансовими активами чи товарами	[8, с. 528]
І.О. Макаренко	ринок похідних цінних паперів – це система фінансово-економічних відносин між його учасниками, що виникають для розподілу (перерозподілу) ризиків, пов'язаних із фінансовими і товарними активами, та в результаті яких відбувається встановлення динамічної рівноваги між інвестиційними горизонтами цих учасників	[9, с. 264]
Л. Примостка, І.В. Краснова	ринок похідних цінних паперів визначається як сукупність економічних відносин щодо перерозподілу (трансферту) ризиків, які виникають у процесі обміну фінансовими інструментами чи товарами	[1, с. 49]
В.В. Гоффе	ринок деривативів – економічний механізм реалізації відносин учасників ринку з приводу купівлі-продажу похідних фінансових інструментів, за допомогою якого відбувається трансферт ризиків окремо від базових активів, зменшення трансакційних витрат та забезпечуються інвестиційні можливості здійснення операцій із високим рівнем левериджу	[6, с. 21]

Узагальнюючи наведені визначення, на мою думку, поняття «ринок похідних цінних паперів» або ж «ринок деривативів» – це сукупність економічних відносин пов'язаних з обігом деривативів між суб'єктами біржових і позабіржових ринків у процесі укладення строкових угод для ефективного хеджування ризиків.

В Україні формування сучасного ринку деривативів розпочалося в ті часи, коли в розвинутих країнах він уже досяг високого рівня й активно впливає на економічні та соціальні процеси. Деякі дослідники вважають, що зазначений ринок в Україні в процесі своєї еволюції пройшов три етапи і знаходиться на четвертому. Так, І.М. Бурденко початковий етап – етап формування – пов'язує з першою половиною 90-х років XX ст.; наступний, регулятивний – 1995–2000 рр.; третій, методологічний – з 2001 по 2009 р.; останній етап розвитку – з 2010 р. і донині [5, с. 188].

Я.А. Шмуратко вважає, що розвиток ринку похідних цінних паперів нерозривно пов'язаний зі становленням і функціонуванням бірж в Україні, та відокремлює три періоди розвитку вітчизняного ринку деривативів:

– 1994–1998 рр. – період упровадження операцій із похідними фінансовими інструментами на фондових біржах країни;

– 2003–2009 рр. – період поновлення операцій із деривативами, вдосконалення механізмів функціонування ринку;

– 2010 р. – дотепер – якісно новий період розвитку вітчизняного ринку похідних фінансових інструментів [15, с. 140–141].

Однак автором у періодизації еволюції ринку деривативів не враховано період з 1999 по 2002 р. Тому слід вважати, що ринок деривативів знаходиться на другому етапі розвитку. Перший етап (1994–2009 рр.) – це етап фактичного зародження, формування ринку деривативів. Усі ці процеси в Україні відбувалися в складних умовах: довготривала економічна криза; відсутність розвинутого вторинного ринку, передусім біржового; незначний обсяг торгів деривативами; несвоєчасне формування та недосконалість законодавчої бази [12, с. 85]. Фактично ринок похідних цінних паперів почав свій розвиток у 2010 р., коли розпочалися торги ф'ючерсними контрактами на індекс UX на Українській біржі. Починаючи із цього року спостерігається зростання обсягів укладених контрактів із похідними фінансовими інструментами. Отже, другий етап розвитку ринку деривативів розпочався у 2010 р. та триває до наших днів.

Згідно із Законом України «Про ринки капіталу та організовані товарні ринки» [3], похідні цінні папери – це цінні папери, механізм випуску та обігу яких пов'язаний із правом на придбання чи продаж протягом строку, встановленого договором, цінних паперів, інших фінансових та/або товарних ресурсів. Згідно з Постановою Кабінету Міністрів України «Про затвердження Положення про вимоги до стандартної (типової) форми деривативів» [1], до деривативів належать ф'ючерсні та форвардні контракти, опціони. Ф'ючерсні контракти – двостороння угода за стандартною (типовою) формою, яка засвідчує зобов'язання особи придбати (продати) базовий актив у визначений час та на визначених умовах у майбутньому, з фіксацією цін такого продажу під час укладання форвардного контракту. Ф'ючерсні контракти укладаються на біржових умовах, тому мають високу ліквідність. Форвардні контракти – двостороння угода за стандартною (типовою) формою, яка засвідчує зобов'язання особи придбати (продати) базовий актив у визначений час та на визначених умовах у майбутньому, з фіксацією цін такого продажу під час укладання форвардного контракту. Зумовлена ціна форвардного контракту укладається поза біржою, тому його ліквідність значно нижча, ніж у ф'ючерсних контрактів.

Опціони – стандартний документ, що засвідчує право придбати (продати) базовий актив на визначених умовах у майбутньому, з фіксацією ціни на час укладання такого контракту або на час такого придбання за рішенням сторін контракту. Опціон може укладатися як на біржовому, так і на позабіржовому ринках.

У міжнародній практиці ринок похідних фінансових інструментів розподіляється на два основні сегменти: угоди, що здійснюються на біржах; позабіржові деривативи. Класифікацію похідних фінансових інструментів подано на рис. 1.

Рис. 1. Класифікація похідних фінансових інструментів [18]

Деривативи можуть використовуватися для різних цілей. Теорія фінансів виокремлює три основні причини, через які економічні агенти вдаються до операцій із деривативами [5, с. 46]:

1) хеджування, за якого валютні деривативи використовуються для страхування валютних ризиків – можливих збитків та додаткових втрат під час проведення зовнішньоторговельних валютних чи інших операцій у зв'язку зі зміною курсу іноземної валюти;

2) деривативи можуть використовуватися як інструменти спекуляції. За нормальних умов спекуляція є стабілізуючим фактором, адже спекулянти зазвичай згладжують ціни, купуючи товари за низькими цінами та продаючи їх за високими (отримуючи свій прибуток). Спекулятивні операції підвищують

ліквідність ринків, а отже, і їхню ефективність. Спекулянти, як правило, займають позицію, протилежну позиції компаній із хеджування, що дає змогу перекладати ризик від останніх на перших;

3) за допомогою деривативів здійснюються також арбітражні операції, тобто операції купівлі-продажу валюти з метою отримання прибутку. Арбітражні операції завжди є стабілізаційними, оскільки сприяють короткостроковому вирівнюванню валютних курсів на різних валютних ринках.

В Україні ринок деривативів є досить молодим сегментом ринку цінних паперів, адже операції з ними було розпочато в 1995 році. Представлений ринок деривативів ф'ючерсними контрактами, опціонами, опціонними сертифікатами та державними деривативами. У 2020 році Комісією не зареєстровано випуски опціонних сертифікатів, обсяг зареєстрованих випусків опціонних сертифікатів.

Відповідно до аналітичних даних, представлених на діаграмі 2, показує, що пік обсягу торгів припадав на 2017 р. і становив 5,62 млрд. грн. Для подальших років характерна тенденція до зниження обсягу торгів. Так, у 2018 р. обсяг торгів становив 2,71 млрд грн, що менше на 2,91 млрд. попереднього року. У 2019 році був найменший показник протягом останніх 4 аналізуючих років, та був на рівні 0,22 млрд грн. У 2020 році було значне зростання на 2,83 млрд грн до 3,05 млрд грн. Тобто як ми повинні зрозуміти ринок деривативів в Україні є досить нестабільним.

За підсумком 2020 року обсяг торгів деривативами становив 3,05 млрд грн. У загальній структурі обсягів торгів на ринку цінних паперів частка обсягу торгів деривативами склала 0,3% сукупного обсягу торгів на ринку капіталу.

Використання похідних цінних паперів відбувається на біржовому та позабіржовому ринках. Більша частка торгів відбувається та біржовому ринку, тому що перевагами його є висока ліквідність, торги відбуваються відкрито в біржових залах, ціни прозорі та доступні, учасники незнайомі один з одним, контракти є стандартизованими та доступними. Сьогодні в Україні функціонує одинадцять фондових бірж: ПАТ «Українська біржа», ПАТ «Східно-європейська фондова біржа», ПАТ «Фондова біржа «Перспектива», ПАТ «Українська міжбанківська валютна біржа», ПАТ «Українська міжнародна фондова біржа», ПАТ «Київська міжнародна фондова біржа», ПАТ «Фондова біржа ПФТС», ПАТ «Придніпровська фондова біржа», ПАТ «Фондова біржа «ІННЕКС», ПАТ «Українська фондова біржа». Однак всього на 3 фондові біржі у нашій країні припадає 99,9% від усього обсягу угод з цінними паперами. Найкращий результат показала фондова біржа ПФТС. У 2020 році чистий прибуток майданчика склав 1,1 млн грн, проти 5,6 млн грн збитків у 2019 році. З позитивним результатом закінчила минулий рік і дніпровська біржа «Перспектива». У 2020 році її чистий прибуток зріс до 82 тис. грн, з 9 тис. грн роком раніше.

Єдиним організатором торгів цінними паперами, який закінчив минулий рік зі збитками, стала «Українська біржа». Попри чистий збиток в 1,3 млн грн., біржа все ж поліпшила свої фінансові результати, адже у 2019 році збиток становив 7,7 млн грн.

За даними Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку, загальний обсяг торгів на чотирьох фондових біржах у 2020 році становив 335,4 млрд грн.

Починаючи з 2016 року спостерігалася тенденція до зростання частки обсягу торгів на біржовому ринку. В умовах макроекономічної нестабільності, мінливої кон'юнктури ринку цінних паперів, коли ринок деривативів є слабо розвинутим, тому дана тенденція коливається надалі. Обсяг торгів деривативами на біржовому ринку у 2020 році становив 2,96 млрд грн, тобто 97,20% обсягу договорів з деривативами. Перевага біржового ринку полягає у тому, що біржа виступає гарантом розрахунків, забезпечує виконання укладених на ній угод та організацію проведення своєчасних розрахунків, що дає змогу знизити ризик невиконання зобов'язань сторонами за угодою. На відміну від загальносвітового тренду на українському ринку деривативів не розвинений позабіржовий сегмент, на нього припадає менше 1 млрд грн, лише у 2017 році – 0,59 млрд грн. Таким чином, за весь період дослідження обсяг торгів на біржовому ринку значно більший, ніж на позабіржовому.

Отже, проведений комплексний аналіз стану ринку деривативів в Україні свідчить про незадовільний стан його функціонування. Його розвиток стримується низкою проблем, найбільш серйозними з яких є:

1. Недосконалість та відсутність спеціального нормативно-правового підґрунтя щодо регулювання випуску та обігу похідних фінансових інструментів. На сучасному етапі діють закони і підзаконні нормативні акти, що регулюють лише окремі сторони цього ринку, які характеризуються непослідовністю і неузгодженістю. Питання формування нормативної бази ринку похідних фінансових інструментів обговорюються в Україні кілька років, але розроблені законопроекти так і не були прийняті (проект закону «Про похідні цінні папери»).

2. Політична та фінансово-економічна нестабільність в Україні і низький рівень диверсифікації національного фондового ринку.

3. Переважання на ринку деривативів спекулянтів, оскільки практика хеджування ризиків із використанням фінансових деривативів поки не властива більшості учасників ринку.

4. Низька ліквідність та висока ризиковість виконання операцій з деривативами.

5. Фактична не сформованість відповідного інфраструктурного забезпечення функціонування ринку та його непристосованість до управління ризиками.

6. Низький рівень розвитку ринків базових фінансових інструментів.

7. Висока залежність від активності індивідуальних гравців і недостатня участь у ринку інституційних інвесторів.

8. Слаборозвинений опціонний сегмент, висока концентрація активності в невеликій кількості найліквідніших контрактів.

Подальший розвиток цивілізованого ринку деривативів, на нашу думку, повинен відбуватися за такими напрямами:

1) досягнення стабільних темпів економічного зростання, створення на цій основі умов для розвитку ринку деривативів і забезпечення зворотного впливу цього ринку на економічні процеси;

2) розроблення, прийняття і реалізація законодавчих актів, що відповідають сучасним умовам розвитку ринку деривативів України й адаптовані до європейських та світових стандартів. Певні кроки для створення цивілізованого ринку деривативів в Україні вже здійснюються. Так, Верховною Радою України був прийнятий закон «Про ринки капіталу та організовані товарні ринки», у якому закладений міжнародний досвід використання деривативів;

3) розвиток відповідної до умов України інфраструктури ринку, що сприяє підвищенню ліквідності похідних фінансових інструментів;

4) створення умов для активної участі на ринку деривативів як індивідуальних, так і інституціональних інвесторів, які за рахунок своїх заощаджень можуть збільшувати потенціал інвестування в економіку;

5) розширення спектру інструментів ринку деривативів, зокрема процентні та кредитні деривативи, що, своєю чергою, дасть змогу залучити нових інвесторів, як внутрішніх, так зовнішніх;

6) запровадження нових механізмів захисту учасників ринку шляхом застосування інституту ліквідаційного неттінгу, який сприяє зменшенню ризиків та вивільненню капіталу;

7) створити освітні центри, які навчали би громадян України використовувати похідні цінні папери, адже вони виконують функцію хеджування, що допомагає знизити ризики і отримати прибуток;

8) запозичити міжнародний досвіт щодо операцій із похідними цінними паперами та його регулювання.

Висновки з проведеного дослідження. Внаслідок посилення інтеграційних процесів у світовій економіці та глобалізації світового економічного простору, видозмінюється структура світового фінансового ринку, з’являються та виокремлюються нові сегменти ринку, серед яких провідну роль відіграє ринок похідних фінансових інструментів. Похідні фінансові інструменти, або деривативи, – це інструменти, механізм випуску й обігу яких пов'язаний з купівлею-продажем певних фінансових чи матеріальних активів. Український ринок похідних цінних паперів є досить молодим і в значній мірі відрізняється від аналогічних ринків країн, які мають розвинену фінансову систему, і кількісно, і якісно.

Таким чином, на основі аналізу стану та динаміки функціонування ринку деривативів можна констатувати, що він не відповідає потребам розвитку національної економіки, не виконує своєї головної функції – хеджування ризиків учасників ринку. Нагальні проблеми, що існують на ринку деривативів в Україні, заважають його розвитку – це незначні обсяги торгів деривативами, обмежена кількість похідних цінних паперів, недосконаліть та відсутність спеціального нормативно-правового підґрунтя щодо регулювання випуску та обігу деривативів. Разом із тим перехід ринку деривативів на якісно новий рівень залежить від вирішення проблемних питань та стимулювання подальшого його розвитку. Підвищення ефективності функціонування ринку деривативів в Україні дасть змогу запровадити міцну основу для довгострокового зростання економіки України та забезпечення стабільності її фінансової системи.

Список використаних джерел:

1. Положення про вимоги до стандартної (типової) форми деривативів: Постанова Кабінету Міністрів України від 19.04.1999 р. № 632-99-п. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/632-99-%D0%BF#Text

2. Про похідні (деривативи): проект Закону України від 11.05.2010 № 6376. URL: https://ips.ligazakon.net/document/JF4X400A?an=3

3. Про ринки капіталу та організовані товарні ринки: Закон України від 23.02.2006 р. № 3480-IV. Дата оновлення: 05.08.2021. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3480-15#Text

4. Офіційний сайт Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку. URL: https://www.nssmc.gov.ua/

5. Абасова К. Валютні деривативи в Україні: стан та перспективи // Вісник Національного банку України. 2014. № 9 (223). С. 45–48.

6. Бурденко І.М. Передумови створення та використання інноваційних фінансових інструментів на ринку похідних фінансових інструментів України // Маркетинг і менеджмент інновацій. 2012. № 3. С. 181–190.

7. Гоффе В.В. Ринок деривативів: зарубіжний досвід та перспективи розвитку в Україні: автореф. дис. канд. екон. Наук. Київ. 2005. 21 с

8. Дві з трьох фондових бірж закінчили 2020 рік з прибутками // Економічна правда. 2021. URL: https://www.epravda.com.ua/news/2021/03/30/672458/

9. Еш С.М. Фінансовий ринок: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2009. 528 с.

10. Макаренко І.О. Стійкий розвиток ринку похідних фінансових інструментів України: дис. канд. екон. наук. Суми. 2011. 264 с.

11. Примостка Л.О., Краснова І.В. Біржовий ринок деривативів в Україні: історія, сучасність, перспективи розвитку. Фінанси України. 2014. № 7. С. 49–65.

12. Хвостенко В.С. Ринок похідних цінних паперів в Україні // Гроші, фінанси і кредит. Вип. 17. Харків. 2017. С. 220-224. URL: http://bses.in.ua/journals/2017/17_2017/44.pdf

13. Шевченко О.М., Ніколенко С.С. Формування ринку цінних паперів в умовах ринкової трансформації: монографія. Полтава: РВВ ПУСКУ, 2008. 159 с.

14. Шевченко О.М., Шевченко О.О. *Сучасні тенденції функціонування ринку деривативів в Україні* // Економічна теорія та історія економічної думки. Вип. 16. Полтава. 2018. С. 9-15. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/16_2018_ukr/4.pdf

15. Шевчук С.В., Котик Б.Ю. *Сучасний стан та перспективи розвитку ринку похідних цінних паперів в Україні* // Економіка і суспільство. Вип. 13. 2017. С. 1273-1278 . URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/13_ukr/212.pdf

16. Шмуратко Я.А. Перспективи розвитку вітчизняного ринку похідних фінансових інструментів // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2016. № 18. С. 140–144.

17. Ярощук О. В. Шляхи вдосконалення ринку похідних фінансових інструментів в Україні // Концептуальні засади розвитку фінансів в умовах сталого розвитку. Житомир, 2019. С.222. URL: https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/01/282.pdf

18. Equity derivatives. URL: http://www.ksvali.com/images

ДЕРЖАВНА КАЗНАЧЕЙСЬКА СЛУЖБА УКРАЇНИ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ДЕРЖАВНИМИ ФІНАНСАМИ

Гулько М., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ

Спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування», спеціалізація «Державні фінанси»

Наук. кер. – Чорновол А. О.

Стаття присвячена розкриттю теоретичних аспектів управління державними фінансами у сфері казначейського обслуговування бюджетних коштів. Розкрито напрями удосконалення управління державними фінансами, механізм реалізації державної політики та впровадження новітніх технологій в організацію казначейського обслуговування бюджетних коштів.

The article is devoted to the disclosure of theoretical aspects of public finance management in the field of treasury servicing of budget funds. The directions of improvement of public finance management, the mechanism of realization of the state policy and introduction of the newest technologies in the organization of treasury service of budgetary funds are opened.

Актуальність даної теми полягає в тому, що органи Державної казначейської служби України є активними учасниками процесу управління державними фінансами через використання механізмів та процедур виконання державного і місцевих бюджетів.

Питання підвищення дієвості й ефективності й функціонування казначейської системи в частині обслуговування розпорядників бюджетних коштів, виконання державного та місцевих бюджетів, реалізації принципів повноти, ефективності, результативності та цільового спрямування бюджетних коштів, покращення якості послуг, наданих органами Казначейства останніми роками значно актуалізувалися.

Процеси децентралізації в Україні, що відбуваються на тлі євро інтеграційних процесів, адаптації до міжнародних вимог та стандартів в управлінні фінансами, активного упровадження інноваційно-інформаційних індустрій, необхідності розроблення державних стандартів діяльності органів влади, визначають потенціал модернізації діяльності державних інституцій у сфері казначейського обслуговування бюджетних коштів.

Метою статті є обґрунтування необхідності теоретичних положень, розробка методичних підходів і практичних рекомендацій з удосконалення механізмів управління державними фінансами у системі казначейського обслуговування бюджетних коштів в Україні.

Об'єктом дослідження є система управління державними фінансами у сфері казначейського обслуговування бюджетних коштів.

Предметом дослідження є механізм реалізації управління державними фінансами у сфері казначейського обслуговування бюджетних коштів в Україні.

В умовах реформування суспільства необхідно проводити виважену, коректну та науково обґрунтовану державну політику, яка повинна забезпечити економічне зростання країни. Сприятливе макроекономічне середовище не може існувати без збалансованої системи державних фінансів та ефективного управління ними, що необхідно для належного соціального захисту населення, збільшення інвестицій та активізації підприємницької діяльності.

Вагомий внесок у теоретичне обґрунтування розвитку механізму реалізації державної політики у сфері управління державними фінансами та функціонування казначейської системи виконання державного бюджету зробили сучасні вчені: С. Булгакова [1], Н. Сушко [2], В. Федосов [3], В. Швець [4], С. Юрій [5] і ін.

Особливості побудови казначейських систем та механізмів управління державними фінансами у системі обслуговування бюджетних коштів у зарубіжних країнах висвітлено у працях*:* Г.Андрук, М. Карліна, Т. Кізима, Д. Коваленко, Л. Миргородської, В. Мороза, Л. Примаченко. Варто відмінити важливу роль зазначених вчених у формуванні теорії та методології управління державними фінансами казначейського обслуговування бюджетних коштів, а також напрямів щодо організації діяльності публічної влади у даній сфері. Але умови сьогодення вимагають застосування новітніх технологій реалізації державної політики у сфері казначейського обслуговування бюджетних коштів, забезпечення високої якості послуг щодо державних гарантій.

Органи виконавчої влади на всіх рівнях відіграють провідну роль під час реалізації державної політики та безпосередньої в системі управління державними фінансами. Роль державних органів влади полягає в отриманні необхідних ресурсів, розробці відповідних планів та програм, організації діяльності учасників в реалізації державної політики [3]. Донедавна науковці оперувалися лише правовими, монетарними та людськими ресурсами. Але останнім часом розглядають ресурси учасників політики, ресурси більшості примусу, ресурси часу і довіри, організаційні та інформаційні ресурси. Знання та володіння інформацією у процесі суспільного розвитку відчутно впливають на процеси, результати та наслідки політики. Саме тому рішення щодо забезпечення дієвості механізмів реалізації політики мають розглядатися з урахуванням розподілу цих ресурсів та управління ними.

З метою забезпечення єдиної збалансованої державної фінансової політики Міністерство фінансів України координує та спрямовує діяльність Державної казначейської служби України, визначає пріоритетні напрями його роботи, шляхи виконання покладених завдань та затверджених планів роботи. Розвиток Державної казначейської служби України супроводжується науковою дискусією щодо визначення місії зазначеного органу та розкриття поняття «державна політика у сфері казначейського обслуговування бюджетних коштів».

За визначенням Н. Сушко, місія Державної казначейської служби України в системі державних фінансів полягає в реалізації державної політики у сферах казначейського обслуговування бюджетних коштів і бухгалтерського обліку виконання бюджетів [2]. Працівники Державної казначейської служби України вважають, що Казначейство виконує почесну й відповідальну роль, а саме забезпечує зміцнення фінансово-бюджетної дисципліни.

Аналізуючи наукові підходи та практичні складові прояву бюджетного процесу, можемо визначити, що місія державної казначейської служби України полягає у прозорості фінансової системи, ефективному управління публічними фінансами для підвищення добробуту населення України.

Одним із ключових понять науки державного управління фінансами є державна політика, яка тісно пов’язана з стратегічними цілями держави. Під державною політикою розуміють систему дій регуляторного характеру, в якій відбувається розроблення та узгодження з основними політичними суб’єктами системи цілей державного управління. Цілі та пріоритети державної політки пов’язані з необхідністю вирішення проблем суспільного розвитку. Для ефективної реалізації державної політики важливості набувають інтереси окремих груп, які повинні бути враховані державними інститутами. Метою державної політики у сфері казначейського обслуговування бюджетних коштів є забезпечення належного, ефективного, економного, цільового та законного використання коштів розпорядниками бюджетних коштів, яких обслуговує Державна казначейська служба України.

Суб’єктами системи Казначейства є держава в особі відповідних органів, суб’єкти господарювання, які сплачують податки та інші обов’язкові платежі, розпорядними державних коштів, які отримують грошові кошті з відповідного бюджету для виконання належних функцій. До об’єктів системи казначейства відносяться грошові ресурси, що надходять до централізованих фондів; грошові ресурси, що переказуються розпорядникам бюджетних ресурсів; ліміти або залишки на бюджетних рахунках.

З метою забезпечення ефективної реалізації державної політики у сфері казначейського обслуговування бюджетних коштів, ресурсне забезпечення органів державної казначейської служби необхідно підтримувати в актуальному стані, особливо в умовах розвитку інформаційного суспільства.

Органи Державної казначейської служби України є не тільки фінансовою установою,але й інформаційною структурою, яка вимагає достовірної та вчасної інформації для прийняття управлінських рішень, проведення виваженої державної політики у сфері управління державними фінансами та успішного функціонування органів державної казначейської служби України.

У 2020 році в органах державної казначейської служби України розпочався процес оптимізації. В органах державної казначейської служби України була створена робоча група з питань оптимізації

діяльності органів казначейства, яка включала в себе керівників Центрального апарату служби та начальників головних управлінь в областях та м. Києві. Робочою групою було запропоновано можливі організаційні структури та моделі оптимізації діяльності органів державної казначейської служби України. Як результатом діяльності робочої групи було ухвалено рішення щодо додаткового опрацювання і розроблення пропозицій з таких питань:

- визначення оптимальної організаційної структури органів державної казначейської служби (дворівнева, трирівнева), обґрунтування переваг та недоліків запровадження кожної із структур;
- внесення змін до нормативно-правових актів, які регламентують діяльність органів державної казначейської служби України, інших клієнтів, у разі запровадження дворівневої організаційної структури територіальних органів державної казначейської служби України;
- внесення змін до нормативно-правових актів, які регламентують отримання готівки розпорядниками та одержувачами бюджетних коштів, зокрема щодо оформлення чекової книжки;
- правомірність утворення на районному рівні без балансових територіальних органів державної казначейської служби без статусу юридичної особи з власною гербовою печаткою та кодом ЄДРПОУ.

Перевагами дворівневої структури органів державної казначейської служби України є оптимізація кількості відокремлених структурних підрозділів та штатної чисельності працівників; збільшення посадових окладів працівників Державної казначейської служби України по територіях на рівні Головного управління, тобто рівномірний розподіл фонду оплати праці та стимуляційних виплат; ефективність використання фінансових ресурсів на утримання управлінь казначейства в областях та м. Києві. Але поряд із перевагами є евні ризики та недоліки, а саме:

- відсутність сучасного програмного забезпечення для ведення централізованої роботи з персоналом, ведення бухгалтерського та управлінського обліку, нарахування заробітної плати;
- збільшення відповідальності, навантаження на працівників кадрової служби Головного управління Державної казначейської служби України;
- зниження оперативності вирішення окремих кадрових питань;
- необхідність внесення змін до багатьох нормативно-правових актів стосовно можливості створення в структурі головних управлінь відокремлених структурних підрозділів із чітким визначенням їхніх юрисдикції, статусу, повноважень, механізмів обслуговування розпорядників бюджетних коштів;
- у разі зміни статусу підрозділів, призначення працівників районного рівня в нову юридичну особу на умовах конкурсу;
- тривалий процес ліквідації юридичних осіб районного рівня;
- зменшення рівня захисту інформації;
- додаткове навантаження на працівників органів Державної казначейської служби у зв'язку з необхідністю переукладання договорів на розрахунково-касове обслуговування та дистанційне обслуговування з використанням ПТК «Клієнт казначейства – Казначейство», а також переоформлення особових справ розпорядників бюджетних коштів в органах державної казначейської служби України;
- збільшення кількості процедур закупівель на утримання апарату;
- неякісне визначення потреби в коштах у зв'язку з відсутністю обґрунтувань витрат з управлінь;
- відсутність оперативної передачі первинних документів;
- відсутність проведення якісної інвентаризації матеріальних цінностей;
- збільшення навантаження та відповідальності працівників при недостатньому фінансування фонду заробітної плати, як можливий наслідок – відтік професійних кадрів [4].

Реорганізація територіальних органів Державної казначейської служби України здійснюється шляхом приєднання до окремих територіальних органів казначейства, тобто здійснюється укрупнення органів Державної казначейської служби України шляхом приєднання. Внаслідок цього відбувається скорочення керівного складу міських управлінь, управлінь районів у містах, районних управлінь в області. Такі зміни супроводжуються змінами функціональних обов'язків персоналу, формують відповідні вимоги до фахівців, які реалізують державну політику у сфері казначейського обслуговування бюджетних коштів. Отже ключовим питанням забезпечення реалізації державної політики у сфері казначейського обслуговування бюджетних коштів є їх кадрове забезпечення. А запорукою її ефективної реалізації є професійний відбір з урахуванням вимог до професійних та особистісних якостей персоналу Державної казначейської служби України.

Важливої складовою кадрового забезпечення Державної казначейської служби України є формування мотиваційного механізму. Оскільки досягнення кінцевої мети залежить від злагодженої роботи працівників, тому однією з провідних функцій управління є мотивація. Вкрай важливо здійснювати удосконалення механізму мотивації державних службовців шляхом реформування системи оплати праці. Найбільш вагомим стимулом, який підвищує якість, ефективність та результативність виконання роботи державними службовцями є гідна оплата праці. Досить важливу роль у професійній діяльності державних

службовців відіграє нематеріальна (моральна) мотивація працівників органів Державної казначейської служби України. Основними складовими нематеріальної мотивації працівників органів Державної казначейської служби України є розвиток творчого потенціалу та ініціативи; взаємоповаги та партнерських взаємин кожного колективу; підвищення професіоналізму, а також зацікавленості в досягненні високих кінцевих результатів діяльності.

Отже, заходами для покращення ресурсного забезпечення органів Державної казначейської служби України мають бути:

- збільшення вартісного значення рангу державного службовця як складника оплати праці;
- встановлення розміру премії залежно від конкретних результатів роботи державного службовця;
- внесення змін до чинного законодавства щодо встановлення належного рівня посадових окладів державних службовців для забезпечення гідної заробітної плати,що буде на одному рівні із заробітною платою у сфері бізнесу;
- введення норми довічної зайнятості державних службовців;
- забезпечення гарантованого кар'єрного зростання, яке залежатиме від стажу державної служби та підтверджуватиметься підвищенням кваліфікації шляхом професійного навчання;
- закріплення в законодавстві норми щодо створення кадрового резерву;
- професійне навчання з відривом від виробництва на коростроковий термін;
- забезпечення державних службовців житлом за рахунок коштів держави або оплата за придбане житло на умовах безстрокової позики;
- часткова оплата харчування в закладах харчування;
- компенсація транспортних витрат та витрат на використання особистого транспорту у зв'язку з виконанням службових обов'язків;
- здешевлення вартості утримання дітей у дошкільних закладах, надання пільгових путівок;
- проведення заходів, спрямованих на згуртування колективу – спільне святкування свят, проведення заходів для дітей співробітників;
- відзначення кожного працівника за досягнення оголошенням подяки, нагородженням грамотою, цінними подарунками тощо.

Список використаних джерел:

1. Булгакова С. О., Колодій О. Т. Історія казначейської справи : навч. посіб. / Київ. торг.-екон. ун-т. Київ : КНТЕУ, 2002. 137 с.
2. Сушко Н. І. Функції Державної казначейської служби України: методологічний та організаційний аспекти. *Молодий вчений*. 2017. № 9 (49).С. 563–566.
3. Федосов В. М., Юрій С. І. Бюджетна система : підручник. Київ : ЦУЛ ; Тернопіль : Екон. думка, 2012. 871 с.
4. Швець В. Я., Іванова М. І., Саннікова С. Ф. Особливості мотивації персоналу в контексті оплати праці. *Причорноморські економічні студії* : наук. журн. / Причорномор. НДІ економіки та інновацій. Одеса, 2017. Вип. 13, ч. 1. С. 219–223.
5. Юрій С. І., Стоян В. І., Мац М. Й. Казначейська система : підручник. Тернопіль : ТАНГ, 2002. 394 с.

ОСОБЛИВОСТІ ПЛАНУВАННЯ ВИДАТКІВ НА ФІНАНСУВАННЯ УСТАНОВ КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ

Давиденко Ю., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування», спеціалізація «Державні фінанси»
Наук. кер. – Вудвуд В. В.

Розглядаються проблемні питання фінансування культури в Україні та особливості фінансового забезпечення її функціонування. Досліджено порядок фінансового планування та механізм фінансового забезпечення діяльності установ культури. Проаналізовано видатки на культуру та мистецтво у структурі державного та місцевих бюджетів.

Problematic issues of financing culture in Ukraine and features of financial support of its functioning are considered. The order of financial planning and the mechanism of financial support of cultural institutions are investigated. Expenditures on culture and art in the structure of state and local budgets are analyzed.

Актуальність. Сфера культури відіграє особливу роль у розвитку українського суспільства, забезпечуючи створення, збереження, поширення і засвоєння загальнолюдських і національних духовно-культурних цінностей. Культурний розвиток держави є важливим чинником її конкурентоспроможності на міжнародній арені. Кожна країна, у тому числі й Україна, цікава для світової спільноти саме своїми регіональними культурними традиціями та звичаями.

Існуючий механізм фінансування культури обумовив розподіл видатків у місцевих бюджетах таким чином, що культура фінансується в переважній більшості за залишковим принципом. У структурі видатків місцевих бюджетів спостерігається стійка тенденція до зниження частки, спрямованої на сферу культури. Це призвело до погіршення фінансового стану закладів культури і мистецтва, скорочення концертно-гастрольної діяльності театрів, розвалу мереж кінопрокату та книготоргівлі, закриття сільських клубів і бібліотек, руйнування пам'яток історії та культури тощо.

Наразі найгострішими проблемами фінансування системи забезпечення населення культурними послугами, які потребують якнайшвидшого конструктивного вирішення, є неефективність та непрозорість використання бюджетних коштів у сфері культури; низький рівень залучення позабюджетних коштів у сферу культури; неконкурентний рівень оплати працівників сфери культури; низька частка капітальних видатків в загальній сумі видатків на культуру; невідповідний рівень якості надання культурних послуг, територіальна та цінова недоступність для певних груп споживачів.

Метою статті є вивчення проблеми фінансування культури в Україні, особливості планування видатків та механізм фінансування установ культури.

Об'єктом дослідження є процес планування і фінансування закладів культури.

Предметом дослідження є теоретичні засади процесу планування та фінансування закладів культури, практичні аспекти здійснення фінансово-господарської діяльності установи.

Проблеми фінансового забезпечення сфери культури вивчали О. Гриценко, О. Різник, Т. Метельова, Т. Настич, С. Садовенко, В. Солодовник. В останні роки з'явилися дисертаційні дослідження (В. Бакальчук, О. Батіщева, С. Дрожжина, О. Задихайло, І. Ігнатченко, В. Карлова, С. Кіндзерський, С. Копацька, В. Малімон, Н. Фесенко та інші), в яких розкриваються різні аспекти культурної політики. Однак ці роботи не надають цілісного уявлення про проблематику фінансування культури в Україні та наслідки її недофінансування, що і потребує подальшого дослідження.

Виклад основного матеріалу. Культура – це галузь, сфера діяльності людей, де утверджуються норми моралі та гуманістичні ідеї, моральні засади в суспільному житті, виховуються глибокі і тверді переконання людей, їх віра в людську гідність, високе призначення, де удосконалюються погляди на істину, формуються відносини між людьми в умовах оновлення суспільного життя.

На відміну від багатьох західноєвропейських держав, у яких культура приносить значний прибуток та збагачує державний бюджет, культурна індустрія в Україні перебуває на стадії свого становлення і потребує вагомої підтримки з боку держави. Ситуацію загострюють значні макроекономічні дисбаланси, військовий конфлікт на Сході України, анексія АРК, пандемія COVID-19, які витісняють культуру з пріоритетних галузей фінансування.

Усі труднощі економічної кризи передусім відображаються на фінансовому забезпечені культурної сфери регіонів. Сьогодні, коли Україна стала на шлях ринкової економіки, система бюджетного фінансування регіональної культури майже зруйнована, а нова, яка б була прозорою і відповідала сучасним вимогам, – не створена. У цьому сенсі діяльність української держави щодо фінансової та матеріально-технічної підтримки української культури завжди була явно недостатньою. Українська національна культура значно втратила свої позиції навіть порівняно із радянським періодом. На початку 90-х рр. Україна отримала у спадок від колишнього СРСР досить розвинуту і розгалужену на той час мережу закладів, організацій, підприємств культури та мистецтва. Однак у наступні роки відбувалося необґрунтоване згортання мережі соціокультурних об'єктів [2, с. 64].

На даний момент відсутня цілісна концепція розвитку національної та регіональної культури, недосконалість нормативно-правової бази культурного розвитку регіонів, недостатнє фінансування цієї сфери з боку держави, неефективність форм та методів витрачання бюджетних ресурсів та відсутність дієвих механізмів залучення позабюджетних коштів для культури регіонів.

Такої ж думки дотримувалась В. В. Карлова [5], яка зазначала, що на сьогодні в державі фінансування видатків на культуру здійснюється за «залишковим принципом», що вказує на недостатнє фінансування та неефективне використання бюджетних ресурсів [5, с. 8]. О. А. Задихайло також стверджує, що в умовах сьогодення культурна галузь держави відчула на собі певні проблеми, пов'язані в основному з недостатнім її фінансуванням і неефективним використанням бюджетних ресурсів [3, с. 3].

Згідно ЗУ «Про культуру» фінансування культури здійснюється на нормативній основі за рахунок державного і місцевих бюджетів, а також коштів підприємств, організацій, громадських об'єднань та інших джерел. Джерелами фінансування закладів культури є: кошти державного та місцевих бюджетів; кошти, що надходять від господарської діяльності, платних послуг; кошти, одержані за роботи (послуги), виконані закладом культури на замовлення підприємств, установ, організацій та фізичних осіб; доходи від реалізації продукції майстерень, підприємств, цехів і господарств, від надання в оренду приміщень, споруд, обладнання; гранти, благодійні внески, добровільні пожертвування, грошові внески, матеріальні цінності, одержані від фізичних і юридичних осіб, у тому числі іноземних; кошти, отримані державними і

комунальними закладами культури як відсотки на залишок власних надходжень, отриманих як плата за послуги, що надаються ними згідно з основною діяльністю, благодійні внески та гранти і розміщених на поточних рахунках, відкритих у банках державного сектору; інші не заборонені законодавством джерела [4].

Культурні установи міст отримують пряме фінансування з міського бюджету. Переважно це кошти на забезпечення діяльності цих установ, які підпорядковуються місцевим органам влади. Кошти спрямовуються на заробітну плату та господарську діяльність. Органи місцевої влади можуть також оперувати коштами програм національного рівня. Такі програми мають нерегулярне фінансування. Цілі таких програм визначені відповідно до національних стратегій, в тому числі загальнодержавної Стратегії розвитку культури.

Установи культури, які і будь-які бюджетні організації, повинні грамотно формувати, розміщувати і використовувати фінансові ресурси держави для отримання прибутку та забезпечення фінансової стабільності. Для цього бюджетним установам потрібно вміло управляти активами і джерелами їх формування і цьому має сприяти ефективна організація планування. Саме в процесі планування економічно обґрунтовується потреба установи культури у бюджетних коштах. Фінансове планування діяльності установи культури здійснюється в шість етапів [10] (табл. 1).

Таблиця 1

Порядок фінансового планування діяльності установи культури

I етап	Аналіз фінансової ситуації та діагностика проблем
II етап	Розроблення загальної фінансової стратегії
III етап	Прогнозування поточних фінансових завдань
IV етап	Складання фінансових документів і бюджетних запитів
V етап	Коригування, узгодження та конкретизація фінансових документів
VI етап	Аналіз виконання та контроль фінансових планів

Під час складання відповідних фінансових планів відбувається порівняння початкових витрат для здійснення діяльності з реальними можливостями, а внаслідок проведення узгодження та коригування, досягається фінансова збалансованість коштів установи.

Установи культури є одними з учасників бюджетного процесу країни, в ході якого відбувається складання, розгляд, затвердження, виконання і контроль за виконанням бюджетів різних рівнів. Щоб правильно й своєчасно організувати роботу, усі бюджетні установи повинні сформувати індивідуальний кошторис, план асигнувань, штатний розпис та інші документи і погодити їх з розпорядником вищого рівня. Порядок планування, розгляду та затвердження кошторису установи регулюють такі документи, як Бюджетний кодекс, Порядок обслуговування державного бюджету за видатками та Порядок складання, розгляду, затвердження та основні вимоги до виконання кошторисів бюджетних установ [6].

Для забезпечення ефективної організації роботи, пов'язаної зі складанням проектів кошторисів, головні розпорядники встановлюють для розпорядників нижчого рівня граничні обсяги видатків та надання кредитів з бюджету, терміни подання проектів кошторисів і дають загальні вказівки щодо їх складання. Після перевірки показників проектів кошторисів розпорядників нижчого рівня щодо законності та правильності проведених розрахунків, доцільності запланованих видатків, правильності їх розподілу відповідно до економічної класифікації видатків та інших показників відповідно до законодавства головні розпорядники складають проекти зведених кошторисів. Після затвердження державного та місцевих бюджетів проекти зведених кошторисів приводяться у відповідність до показників цих бюджетів. У двотижневий термін з дня прийняття закону про державний бюджет, рішення відповідної ради про місцевий бюджет місцеві фінансові органи доводять до головних розпорядників коштів лімітні довідки про бюджетні асигнування.

Розпорядники бюджетних коштів мають право проводити діяльність виключно в межах асигнувань, затверджених кошторисами, планами асигнувань і планами використання бюджетних коштів за наявності витягу органу казначейства, який підтверджує відповідність цих документів даним казначейського обліку. Водночас установи мають право брати зобов’язання та витрачати бюджетні кошти на цілі й у межах, установлених затвердженими кошторисами і планами асигнувань.

Органи Державної казначейської служби України здійснюють контроль за відповідністю асигнувань, визначених у кошторисах і планах асигнувань, сумам, зазначеним у розписах відповідних бюджетів. Для забезпечення можливості проведення контролю органи казначейства проводять реєстрацію та ведуть облік зазначених документів та їх зведених показників. Бюджетним установам та організаціям відповідно до поданих заявок в органах Державної казначейської служби України відкриваються реєстраційні та спеціальні реєстраційні рахунки для проведення видатків. Рахунки відкриваються за відповідними кодами бюджетної класифікації видатків.

Розпорядники коштів відповідно до витягів із річних та помісячних розписів подають до органів казначейства річні кошторисні призначення та помісячні плани асигнувань. Відповідно до доведених розписів здійснюється виділення асигнувань загального та спеціального фондів бюджетів (у частині власних надходжень), згідно з затвердженими кошторисами проводяться касові видатки. Після відображення на реєстраційних та спеціальних реєстраційних рахунках розпорядників коштів планових показників останні можуть здійснювати реєстрацію бюджетних зобов'язань. Після отримання асигнувань на підставі поданих розпорядниками коштів платіжних та підтверджуючих документів здійснюються видатки по оплаті рахунків за виконані роботи, надані послуги, отримані цінності. Вищезазначені операції відображаються у бухгалтерському обліку як проведені касові видатки.

На основі даних Державної казначейської служби України та Міністерства фінансів України можемо проаналізувати фактичне виконання Зведеного бюджету України по загальному та спеціальному фонду на культуру та мистецтво та розглянути частку державного та місцевих бюджетів за 2018-2020р. [8-9] (табл. 2) (рис. 1).

Таблиця 2

Видатки зведеного бюджету на культуру і мистецтво в 2018-2020 рр.

млрд. грн.

		План	*Факт*	*Виконання,%*
2018 р.	Загальний фонд	16 732,51	16 106,53	96
	Спеціальний фонд	2 156,34	1 870,32	86
	Разом	18 888,85	17 976,85	95
2019 р.	Загальний фонд	18 592,49	17 543,66	94
	Спеціальний фонд	2 357,34	2 096,71	88
	Разом	20 949,83	19 640,37	93
2020 р.	Загальний фонд	19 013,72	17 979,51	94
	Спеціальний фонд	1 613,91	1 360,44	84
	Разом	20 627,63	19 339,95	93

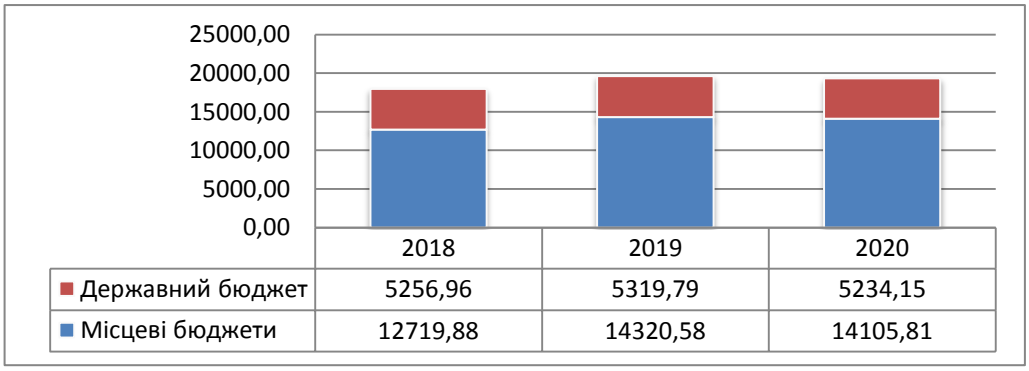

Рис. 1. Видатки зведеного бюджету на культуру і мистецтво в розрізі державного і місцевого бюджетів у 2018-2020 рр.

Згідно таблиці у 2019 році в порівнянні з 2018 роком фінансування культури і мистецтва збільшились на 8,9% по загальному фонду і на 12% по спеціальному фонду. Проте у 2020 році такої тенденції ми не спостерігаємо. Загальний фонд збільшився всього на 2%, а спеціальний зменшився на 36%. Такі низькі показники у 2020 році спричинені нестабільною економічною ситуацією в країні та загостренням хвороби COVID-19.

Після збільшення у 2019 році фінансування видатків на культуру і мистецтво державного бюджету на 1,2% та місцевих бюджетів на 12% все в тому ж 2020 році ці видатки різко зменшились.

Таким чином, попри відносне зростання бюджетного фінансування культури,його обсяги залишаються недостатніми, особливо в частині видатків розвитку, породжуючи відсталість матеріально-технічної бази закладів культури, відплив професійних кадрів. У результаті такої фінансової політики багато закладів культури не забезпечують належну якість та обслуги своїх послуг, а отже – не можуть повністю задовольняти потреби громадян та суспільства в цілому.

Через такий фінансовий стан зростає загроза втратити нашу культурну спадщину. Для вирішення складних соціокультурних проблем необхідне переосмислення сучасної державної регіональної політики у сфері культури, її пріоритетних напрямів, завдань і механізмів реалізації. Виникає проблема не тільки у збільшенні фінансуванні культури з державного бюджету, а й удосконалення засобів і механізмів фінансування культури загалом [1].

Найбільш ефективними формами фінансування сфери культури регіонів України є програмно-цільове фінансування та державно-приватне партнерство, які дають можливість більш раціонально використовувати фінансові ресурси, залучати їх від приватних партнерів та досягти поставлених цілей програми чи проекту культурного розвитку регіонів України. Одним з найактуальніших напрямків дослідження проблеми фінансового забезпечення розвитку культури є розробка інструментів вирівнювання культурного розвитку регіонів України на прикладі програмно-цільового фінансування [7].

Отже, діяльність закладів культури та мистецтва спрямована на формування та розвиток особистості людини, що робить її необхідною умовою для розвитку суспільства. В Україні існує система переважно бюджетного фінансування сфери культури, що робить її уразливою через постійний дефіцит бюджетних коштів у періоди економічних труднощів, політичних криз і особливо під час фактичних військових дій на сході країни. В умовах обмеженості фінансових ресурсів в Україні надзвичайно актуальним питанням залишається оптимізація складу та структури видатків бюджету України та посилення контролю за видатками бюджету на фінансування культури і мистецтва.

Водночас позабюджетний механізм фінансування є малорозвиненим, що зумовлюється не розробленістю відповідної нормативно-правової бази, яка б стимулювала благодійну діяльність і сприяла залученню інвестицій у сферу культури. Подолання негативних явищ у цій сфері в Україні вимагає, крім іншого, кардинальних змін в існуючій моделі її фінансового забезпечення, перш за все, шляхом налагодження партнерської співпраці держави з комерційними і громадськими установами і організаціями для втілення ефективної політики держави у сфері культури.

Список використаних джерел:

1. Богуцький Ю.П., Андрущенко В.П., Безвершук Ж.О., Новохатько Л.М. Українська культура в європейському контексті : навч. посібник / за ред. Ю.П. Богуцького. Київ : Знання, 2007. 679 с.
2. Дубок І.П. Джерела фінансування сфери культури в Україні та напрями їх розширення. *Вісник НАДУ*. 2015. № 2. С. 63-70.
3. Задихайло О.А. Організація управління культурою в Україні (адміністративно-правовий аспект): автореф. дис. … канд. юрид. наук: 12.00.07. Харків, 2006. 19 с.
4. Про культуру : Закон України від 14 грудня 2010 р. №2778-VI**.** URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text (дата звернення: 08.12.2021).
5. Карлова В.В. Державна політика у сфері культури: сутність та особливості реалізації в сучасних умовах: автореф. дис. … канд. наук з держ. управління: 25.00.01. Київ, 2003. 20 с.
6. Малімон В.І. Культурна політика держави як чинник реформування суспільства: автореф. дис. … канд. наук з держ. управління: 25.00.02. Івано-Франківськ, 2011. 20 с.
7. Притуп О.Ф. Фінансове забезпечення реалізації державної політики України у сфері культури на регіональному рівні. *Збірник наукових праць «Державне управління та місцеве самоврядування».* 2015. № 4. С. 133-142.
8. Сайт Державної казначейської служби України. URL: https://www.treasury.gov.ua/ua/file-storage/vikonannya-derzhavnogo-byudzhetu (дата звернення: 07.12.2021).
9. Сайт Міністерства фінансів України. URL: https://index.minfin.com.ua/ua/finance/budget/cons/expense/ (дата звернення: 02.05.2021).
10. Таукешева Т.Д. Фінансове планування діяльності бюджетних установ: навч. посібник. Харків : ХНУМГ імені О.М.Бекетова, 2017. 405 с.

ФІНАНСУВАННЯ ОБОРОНИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ

Дембіцький В., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування», спеціалізація «Державні фінанси»
Наук. кер. – Гут Л. В.

Стаття присвячена розкриттю особливостей фінансування оборони України в умовах гібридної війни. Розкрито поняття оборони та проаналізовано основні статті видатків, за допомогою яких потреби оборони фінансуються із державного бюджету України.

The article is devoted to the disclosure of the peculiarities of financing the defense of Ukraine in the conditions of a hybrid war. The concept of defense is revealed and the main items of expenditure through which the needs of defense are financed from the state budget of Ukraine are analyzed.

Актуальність даної теми полягає в тому, що сьогодні видатки на оборону є важливим елементом підтримки життєдіяльності війська в період гібридної війни. Для ефективного функціонування оборони необхідно економно та правильно використовувати бюджетні кошти. Найголовнішою проблемою виступає рівень фінансування Збройних сил України, який наближений до європейського досвіду фінансового забезпечення, проте він здатен не в повному обсязі задовольнити потреби військових формувань. Зараз рівень фінансування є важливим питанням, яке поставлено перед керівництвом, оскільки від нього залежить боєздатність та боєготовність війська.

Метою статті є дослідження особливостей та сучасного стану фінансування оборони в умовах військового конфлікту. Для досягнення мети необхідно виконати такі завдання дослідження:

- проаналізувати стан фінансового забезпечення національної оборони за останніх 3 років;
- дослідити чи активно здійснюється розподіл видатків між сферами оборони;
- з'ясувати актуальні проблеми та недоліки, які виникають в процесі використання отриманих фінансових ресурсів;
- запропонувати шляхи вирішення наявних проблем.

Об'єктом дослідження є сукупність видатків з державного бюджету, яка виділяється на фінансування оборони.

Предметом дослідження є механізм фінансування національної оборони.

Значний внесок у дослідженні особливостей фінансування оборони внесли вітчизняні вчені-економісти: Горбулін В. В., Головченко Д.О., Р.С. Сорока, Кириленко О., Мунтян В. І., Тютюнник В. П., Карп Є.В., Романовська Ю.А., Бегма В.М. Авторами вирішений великий спектр питань щодо фінансового забезпечення оборони України в період загострення військового конфлікту на Сході України, вказано наявні проблеми, які стають на заваді для створення професійного війська. Не дивлячись на велику кількість робіт в області бюджетного фінансування оборони України в період гібридної війни вченими виявлено наявні проблеми, які стають на заваді для створення професійного війська. Вчені, що досліджували проблеми фінансування оборони Украни: О.В. Левчук, Д.С. Роговенко, Д.А.Роговенко, Т. В. Солопенко, Г.Я. Слюсарчук, В.В. Сокуренко, У.З. Ватаманюк-Зелінська, В.В. Беднарчук, А.О. Млінцова, В.В. Пахольчук.

Виклад основного матеріалу. Кожна країна веде цілеспрямовану політику, яка покликана забезпечити територіальну цілісність, безпеку кордонів та жителів, які мешкають на території цієї держави. В Україні фінансування військових видатків проводиться за рахунок коштів, які виділяються з державного бюджету. Згідно Бюджетним кодексом України Ст. 87 «Видатки, що здійснюються з державного бюджету України розподіляються на національну оборону (крім заходів та робіт, які пов'язані з мобілізаційною підготовкою) та правоохоронну діяльність, забезпечення безпеки держави та цивільний захист населення» [4, с.53].

Функціональна структура видатків на оборону включає: проведення та розробку військової техніки та зброї; військова оборона; надання військової допомоги іншим країнам; проведення навчань військовослужбовців та надання їм військової освіти.

У сучасних умовах розвитку оборони України найважливішими завданнями, які стоять перед Міністерством фінансів України є фінансове забезпечення оборони, яке є важливим елементом у функціонуванні військових формувань та успішному виконанні поставлених завдань. Сьогодні видатки на оборону набувають пасивного характеру, тому що вони є достатнім тягарем для державного бюджету України та суспільства. У зв'язку із загостренням конфлікту з Російською Федерацією фінансування оборони відбувається в посиленому режимі. Незважаючи на те, що ці видатки мають пасивний характер, тобто вони не спроможні розвивати економіку їх потрібно максимально ефективно розподіляти, щоб забезпечити високо розвинутий сектор оборони.

Щорічно із державного бюджету виділяються кошти, які спрямовують на фінансування потреб національної оборони, які здійснюються згідно програмно-цільового методу, який передбачає управління бюджетними коштами та надання оцінки ефективності використання. Даний метод забезпечує досягнення мети при використанні бюджетних коштів.

Таблиця 1

Функціональна структура видатків на оборону

Код	*Найменування*
0200	Оборона
0210	Військова оборона
0220	Цивільна оборона
0230	Військова допомога зарубіжним країнам
0240	Військова освіта
0250	Фундаментальні прикладні дослідження та розробки у сфері оборони
0260	Інша діяльність у сфері оборони

Із даних табл. 1 можна побачити, що фінансування оборонної структури здійснюється Кабінетом Міністрів України, за рахунок коштів, які виділяються у встановленому законодавством порядку та спрямовані на виконання завдань, які покладаються на військові формування. За рахунок бюджетних коштів також відбувається фінансування Міністерства оборони України, центральних органів виконавчої влади, які здійснюють керівництво військовими формуваннями відповідно до чинного законодавства та

призначені для виконання функцій з управління військами та об'єднаннями, військовими частинами, навчальними закладами, військовими комісаріатами [4, с.55].

Класифікація видатків на оборону здійснюється у формуванні та присвоєнні чотиризначних кодів певній класифікаційній програмі. Цифри чотиризначного коду містять в собі:

- найменування напряму діяльності;
- головного розпорядника;
- відповідального виконавця [2, с.268].

Забезпечення Збройних сил України фінансовими ресурсами - одне із найважливіших завдань, яке покладається на державний бюджет, щоб забезпечити розвиток збройних сил України та військових формувань, постійно підтримувати бойову готовність війська в належному стані. Організація фінансового забезпечення в Збройних силах України покладається на вимоги Президента України, уряду, Міністра оборони України. Головними завданнями фінансового забезпечення є врахування умов міжнародних відносин, характер сучасної війни та потреби війська. В залежності від умов, що склалися, та потреб війська визначається рівень витрат на оборону країни [3, с.23].

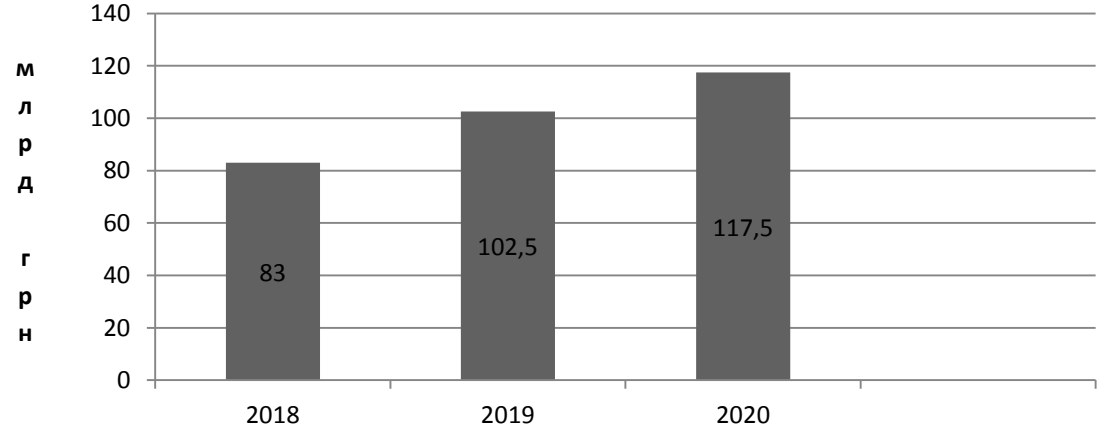

Рис. 1. Динаміка видатків на оборону з державного бюджету України за 2018-2020 рр. [4, с. 268]

На основі рис. 1 можна констатувати, що обсяг видатків з державного бюджету України на оборону залишається протягом трьох років достатньо великим. Порівнюючи видатки на оборону із 2018 роком, в 2019 році вони зросли на 23.4% (19,5 млрд. грн.), а в 2020 році відбулося зростання на 14,6% (15 млрд гривень). Факторами, які вплинули на зростання оборонних видатків можна вважати: загострення військових дій на Сході України та посиленням захисту державної цілісності. Також можна зазначити й те, що в 2018 та 2019 році було здійснено великий обсяг закупівель озброєння та військової техніки, покращено систему грошового забезпечення військовослужбовців, які служать за контрактом.

Отже, можна зробити висновок, що із кожним наступним роком частка фінансування оборони України із державного бюджету постійно зростає, проте коштів, які виділяються із державного бюджету України категорично не вистачає для того, щоб в повному обсязі задовольнити потреби війська у закупівлі нових зразків озброєння та військової техніки, збільшенні розміру грошового забезпечення військовослужбовців, реалізації всіх програм, які розроблені Міністерством оборони України.

Висновок. Україна перебуває в складній економічній та політичній ситуації в період гібридної війни та зростання загроз з боку Російської Федерації питання оборони потребує особливої уваги з боку керівництва та управління обороною держави. Оборонна реформа, яка розроблена Міністерством оборони України забезпечує військо необхідним рівнем боєготовності та здатності реагувати на загрози з боку ворога.

Проблемою оборонної реформи є:

- модернізація системи планування та управління війська;
- створення всіх умов для заохочення бажаючих служити у Збройних силах України;
- велика кількість непридатного озброєння та військової техніки, яка є морально застарілою та не відповідає стандартам НАТО;
- забезпечення новими зразками озброєння та військової техніки;
- забезпечення розвитку військової інфраструктури згідно стандартів НАТО;
- раціональне та оптимальне використання оборонних фінансових ресурсів для забезпечення всіх потреб Збройних сил України;

• фінансування оборони згідно залишкового принципу, тобто кошти, які залишаються у державному бюджеті розподіляються на задоволення потреб війська;

• збільшення кількості військової техніки, яка дозволить знищити ворога;

• розробка нового озброєння, яке за своїми технічними характеристиками є ефективнішим за те, що експлуатується;

• створення ефективного сектору безпеки та оборони, який зможе забезпечити безпеку суспільства та територіальну цілісність держави.

Бюджет оборони 2018 року можна назвати «бюджетом розвитку», адже за цей період було багато чого змінено, а саме:

• виділено багато коштів на адміністрацію Державної служби спеціального зв'язку та захисту інформації;

• збільшено видатки на розвиток Національної гвардії;

• закуплено нові зразки озброєння та військової техніки;

• збільшено зарплату особовому складу.

Завдяки співробітництву з нашими міжнародними партнерами та їхньою фінансовою підтримкою основними напрямами реформування військової сфери є:

• впровадження методики управління згідно стандартів НАТО;

• співпраця із США та розвиток військово-політичного діалогу;

• співробітництво з Канадою, розвиток та удосконалення системи управління та контролю;

• оновлення кадрового складу Міністерства оборони України;

• навчання військових за стандартами НАТО;

• поглиблення співробітництва з військово-морськими силами;

• співробітництво закладів підготовки військовослужбовців із міжнародними закладами військової підготовки;

• входження військ у НАТО.

На основі проведеного аналізу фінансового стану забезпечення оборони можна сказати, що обсяг видатків із державного бюджету постійно зростає з кожним роком, у зв'язку з постійним веденням бойових дій на Сході України кошти, що виділяються не дають змоги в повному обсязі забезпечити потреби військових формувань. Проблемами у фінансуванні витрат на оборону є: розвиток та модернізація підприємств оборонно-промислового комплексу, розмір грошового забезпечення військовослужбовців, які несуть військову службу в зоні АТО/ООС, ризикують своїм життям та здоров'ям за безпеку й оборону України, житлове забезпечення учасників АТО/ООС, закупівлі нових зразків зброї та військової техніки, вартість яких є високою у порівнянні із зразками військової техніки, яка виробляється на вітчизняних підприємствах оборонно-промислового комплексу.

На мою думку, основними напрямами реформування Збройних сил України є удосконалення системи стратегічного планування та відповідність її потребам оборони, підвищення бойової готовності війська, зміна нормативно-правової бази та відповідність стандартам НАТО, проведення заходів щодо зміцнення авторитету військової служби, проведення навчань із військово-патріотичної підготовки, зменшення кількість міністерств та їх об'єднання в одне єдине ціле задля економії коштів, переоснащення національного оборонного промислового комплексу до рівня високо розвинутих оборонних промислових комплексів США та Канади, проводити ефективні реформи щодо забезпечення особового складу житлом, гідним рівнем грошового забезпечення, умовами роботи, сприяти заохоченню всіх бажаючих служити у Збройних силах і створення конкурентних умов на ринку праці.

Список використаних джерел:

1. Алєксєєв І.В., Ярошевич Н.Б., Кондрат І. Ю.. Сучасна бюджетна система України: Навч. посібн. Львів: 2019. 400 с.

2. Бегма В. М., Свергунов О. О. Концептуальні засади стратегій інвестиційно-інноваційного розвитку оборонно-промислових комплексів держав. Досвід для України: аналіт. доп. Київ: НІСД, 2019. 64 с.

3. Гуменюк Р. П. Актуальні питання планування та формування оборонного бюджету в сучасних умовах, *Фінанси, облік, банки*, 2018. № 1. 8 с.

4. Сорока Р.С. Аналіз бюджетного фінансування національної оборони. *Науковий вісник Львівського державного ун-ту внутрішніх справ.* 2017. № 1. С. 267–276.

5. Особливості функціональної структури видатків на оборону. URL: http://info-library.com.ua (дата звернення 07.06.21).

РОЗРОБКА ПОЛІТИКИ ЗАПОБІГАННЯ БАНКРУТСТВУ ПІДПРИЄМСТВА

Задорожний П., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування», спеціалізація «Державні фінанси»
Наук. кер. – Чорновол А. О.

Стаття присвячена розкриттю теоретико-методологічні засади функціонування ринку банківських послуг. Розкрито теоретичні аспекти формування банківських послуг, фактори, що впливають на розвиток банківських послуг, а також шляхи підвищення ефективності функціонування та розвитку ринку банківських послуг.

The article is devoted to the disclosure of theoretical and methodological principles of the market of banking services. Theoretical aspects of the formation of banking services, factors influencing the development of banking services, as well as ways to improve the efficiency and development of the banking services market are revealed.

Актуальність даної теми полягає в тому, що ринкова трансформація економічної системи в Україні, з моменту набуття нею незалежності, супроводжувалася перманентними кризовими процесами, обумовленими як деструктивним впливом зовнішніх та внутрішніх факторів на її функціонування, так і циклічністю розвитку самої ринкової економіки, що характеризується періодичним виникненням економічних криз. Хоча економічні кризи є різними за природою виникнення, формами прояву та наслідками, проте їх об'єднує, з поміж іншого, зростання кількості неплатоспроможних і, як наслідок, збанкрутілих підприємств. Банкрутство підприємств, в свою чергу, зумовлює зменшення обсягів виробництва товарів та послуг, що призводить до падіння ВВП та збільшення імпорту; скорочення кількості робочих місць та зростання рівня безробіття; зменшення обсягів податкових надходжень до бюджету. Тому, створення ефективного механізму запобігання банкрутству підприємств в системі державного антикризового регулювання сприятиме підвищенню ефективності національної економіки в умовах постіндустріального економічного розвитку.

Метою статті є поглиблення теоретико-методичних засад і надання практичних рекомендацій щодо запобігання банкрутству підприємств в системі антикризового регулювання економіки України.

Об'єктом дослідження є сукупність економічних відносин, що виникають в процесі антикризового регулювання економіки України.

Предметом дослідження є теоретико-методичні та прикладні засади запобігання банкрутству підприємств в системі антикризового регулювання економіки України.

Разом з тим у роботах науковців основна увага приділяється теоретичним і практичним аспектам антикризового макроекономічного регулювання, тоді як комплексного дослідження потребує проблематика запобігання банкрутству підприємств як складової державного антикризового регулювання, а саме: проведення оцінки результативності запобігання банкрутству підприємств в Україні; подальшого визначення напрямів запобігання банкрутству підприємств в системі державного антикризового регулювання економіки; удосконалення нормативно-правового інструментарію та обґрунтування моделі державного регулювання банкрутства підприємств в Україні відповідно до умов постіндустріального економічного розвитку та кризового стану економіки; удосконалення організаційно-економічного механізму запобігання банкрутству підприємств в Україні, як складової системи державного антикризового регулювання вітчизняної економіки. Недостатній рівень розробленості зазначених питань, а також актуальність даної проблематики зумовили вибір теми випускної кваліфікаційної роботи, її мету, завдання та логіку проведення дослідження.

Проблематика державного антикризового регулювання розглядалася у працях таких вітчизняних учених, як Я. Белінської, В. Гейця, Я. Жаліла, О. Задої, О. Маковоз, А. Мельник, А. Олешко, М. Савченко, В. Хаустової, а також зарубіжних – К. Балдіна, Е. Бейлі, С. Дьянкова, Д. Дж. Елліотта, К. МакЛиш, Н. Мицкіх, О. Харта, Е. Чжан, А. Шлейфера. Окремі питання банкрутства підприємств в своїх працях розглядали такі вітчизняних науковці, як Н.Возіянова, О. Гук, Д. Долбнєва, І. Епіфанова, Ю. Ількова, Н. Носань та Є. Руденко. Серед зарубіжних слід відмітити праці Б. Беккера, С. Гілсона, Л. Клаппер та С. Классенс.

Банкрутство є одним із основних механізмів розвиненої ринкової економіки, причому одним з найбільш дієвих, для підтримки ефективності її функціонування. В Україні цей механізм розпочав своє функціонування після тривалого періоду адміністративно-командного управління, де банкрутство підприємств було відсутнє як явище, оскільки вважалося, що в умовах командно-адміністративної системи господарювання банкрутства підприємств не могло бути як такого. Саме тому, напевне, сформувалося виняткове негативне ставлення до нього в перші роки незалежності України.

В перші роки незалежності економічна ситуація в Україні лише закономірно погіршувалася, зростала криза неплатежів, що негативно позначалося на платоспроможності підприємств, призводило їх до збитковості і, як наслідок, банкрутства. В умовах перехідної економіки фінансове оздоровлення такої великої кількості збиткових підприємств, як показала практика, виявилося не можливим. Також не виправдала себе і приватизація, яка, як вважалося, повинна була б забезпечити реструктуризацію таких підприємств з метою їх виходу з кризового стану та запобігання можливому банкрутству [2, с. 54]. Ситуація була ускладнена ще й деякими негативними особливостями, зумовленими специфікою функціонування українських підприємств протягом кількох попередніх десятиліть, зокрема: тривалий період функціонування підприємств в умовах централізованого планування та розподілу ресурсів; порушення системи господарських зв'язків; велика питома вага в економіці великих підприємств тощо [1, с. 162-165].

Тому, в другій половині 1990-х років, а також на початку 2000-х, банкрутство в Україні сприймалося неоднозначно, оскільки, з одного боку, вже було розуміння того, що банкрутство допомагає усувати з господарського обороту неплатоспроможні підприємства подальше функціонування яких не можливе, а з іншого, – банкрутство підприємства було трагедією для його власників, працівників, партнерів по бізнесу. Крім того, банкрутство підприємств було проблемою і для держави, яка втрачала платників податків, що негативно позначалося на її фінансових можливостях та виконанні покладених на неї функцій, а також загрожувало її фінансово-економічній безпеці [3, с. 20], а банкрутство таких суб'єктів господарських відносин, як банківські установи, загрожувало стабільності фінансової сфери. До того ж, було розуміння, що запровадження в таких умовах широкої системи банкрутства могло призвести до дезорганізації всієї економічної системи.

З розвитком ринкових відносин та інтеграцією національної економіки в світове господарство змінилося і ставлення до банкрутства, як до одного з основних механізмів регулювання економіки, за допомогою якого відбувається задоволення вимог кредиторів і відновлення платоспроможності боржника, що забезпечує встановлення найбільш ефективного режиму управління виробничими ресурсами на рівні окремих суб'єктів господарювання та належне функціонування економічної системи в цілому.

В розвинених країнах банкрутство забезпечує ефективне функціонування ринкового механізму, оскільки, по-перше, виступає інструментом оздоровлення підприємств, що мають економічний потенціал до здійснення подальшої діяльності, шляхом застосування реорганізаційних процедур. Крім того, в рамках даного аспекту в деяких країнах банкрутство використовується для фінансового оздоровлення державних підприємств шляхом їх приватизації, а по-друге, є механізмом припинення діяльності нежиттєздатних та неперспективних підприємств, шляхом застосування відносно них ліквідаційних процедур. Проте в умовах, що склалися в Україні в 1990-х – початку 2000-х рр., механізм банкрутства не виконував свого економічного призначення, оскільки використовувався переважно не з метою повернення боргу, а з метою мінімізації податків, так званої «консервації» власності та зміни власників. Останнє здійснювалося шляхом шахрайських дій спрямованих на доведення до банкрутства платоспроможних підприємств (фіктивні банкрутства та банкрутства на замовлення).

У країнах з розвиненою економікою інститут банкрутства пройшов тривалий шлях розвитку, і характеризується, на відміну від банкрутства інструменту, комплексним вирішенням питання неплатоспроможності боржників:

- надання пріоритету інтересам суспільства в цілому, а не інтересам окремих кредиторів або боржників;
- збалансованість захисту інтересів кредиторів, боржника, робітників та інших зацікавлених осіб, наприклад, місцевої громади, якщо мова йде про таку категорію боржників, як містоутворюючі підприємства;
- захист, збереження і забезпечення підвищення вартості активів боржника в процедурах банкрутства;
- орієнтація на реабілітацію підприємства боржника в процедурах банкрутства з метою можливості його подальшого функціонування для збереження робочих місць і захисту інвестицій;
- використання як відносно юридичних осіб, щодо яких застосовуються процедури реорганізації і ліквідації, так і фізичних осіб – процедура реорганізації, що дозволяють звільнитися від боргів.

Дослідження економічної сутності банкрутства, як явища ринкової економіки та об'єкту антикризового державного регулювання, не можливе без встановлення дефініцій поняття «банкрутство», що, на нашу думку, неможливо здійснити без визначення понять, безпосередньо з ним пов'язаних – «неплатоспроможність» та «неспроможність».

Економічний та фінансовий словники визначають платоспроможність загалом (англ. possibility to pay, solvency) як: «здатність держави, юридичної або фізичної особи вчасно і повністю сплачувати за своїми зобов'язаннями, які випливають із торговельних, кредитних чи інших операцій грошового характеру». А платоспроможність підприємства, відповідно, як: «здатність своєчасно та повністю виконувати свої платіжні (грошового характеру) зобов'язання». На противагу поняттю

«платоспроможність» підприємства, поняття «неплатоспроможність» (англ. insolvency) визначається як нездатність господарюючого суб'єкта забезпечити платежі за своїми зобов'язаннями визначені терміни. Відповідно, неплатоспроможність відображає таку важливу характеристику фінансового стану підприємства, як його неспроможність, під якою ми розуміємо нездатність, своєчасно і в повному обсязі задовольняти поточні зобов'язання в процесі здійснення операційної, інвестиційної, інноваційної та інших видів діяльності. Загалом, погоджуючись за законодавчо визначеним формулюванням поняття «неплатоспроможність підприємства», вважаємо недоречним використання у його формулюванні слова «неспроможність», оскільки, як і у зарубіжній, так і у вітчизняній економічній та юридичній науковій літературі, а також у нормативно-правових актах, воно часто використовується як самостійне поняття, в деяких джерелах тотожне поняттю «банкрутство», в інших – відмінне від нього.

У вітчизняній науковій літературі економічного спрямування зустрічається велика кількість визначень поняття «банкрутство», що відрізняються між собою за складністю та деталізацією. Погоджуючись із запропонованими вітчизняними науковцями визначеннями банкрутства, вважаємо за необхідне диференціювати поняття «неспроможність» та «банкрутство» підприємства та наводити їх у певному ієрархічному взаємозв'язку. Отже, на нашу думку, зазначені поняття характеризують глибину кризового стану підприємства, вони не є тотожними за своїм змістом та повинні мати наступні формулювання:

- неплатоспроможність – це нездатність суб'єкта господарювання своєчасно та в повному обсязі виконувати грошові зобов'язання перед кредиторами;
- неспроможність – це тривала неплатоспроможність суб'єкта господарювання внаслідок якої загальна сума заборгованості суб'єкта господарювання перевищила вартість його активів;
- банкрутство – визнана господарським судом неспроможність суб'єкта господарювання у зв'язку з неможливістю або недоцільністю здійснення його подальшої господарської діяльності [4].

Отже, неплатоспроможність та неспроможність, відображаючи ефективність господарської діяльності підприємства виступають економічними категоріями, а банкрутство – економіко-правовою категорією, правова складова якої ґрунтується на судовій процедурі визнання підприємства неспроможним на основі критеріїв неплатоспроможності та неоплатності, а економічна складова – на основі визначення фінансових показників неефективності його діяльності. При достатньо глибокій вивченості в економічній літературі проблеми банкрутства підприємств в цілому, питання використання понять, що визначають внаслідок чого воно виникало, потребує уточнення, оскільки має місце плутанина в таких термінах як фактори, передумови та причини виникнення кризового стану та банкрутства підприємств, що потребує уточнення та систематизації.

Виходячи з наведених вище трактувань, вважаємо, що такими факторами є фактори зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування підприємства, які визначають умови його діяльності та впливають на його фінансово-економічний стан. В результаті сукупної негативної дії певних факторів, як «первинної» сили, виникають передумови кризового стану – попередні умови, джерело виникнення кризового стану підприємства. Причинами ж банкрутства є обставини, що породжуються факторами негативного впливу на діяльність підприємства, і зумовлюють подальше поглиблення кризового стану підприємства і, як наслідок, його банкрутство, тобто, причини банкрутства підприємств виникають внаслідок посилення дії негативних факторів, які починають переважати над позитивними.

Отже, можна сформулювати наступні визначення зазначених понять:

- фактори впливу на фінансово-економічний стан – це явища зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування підприємства, що впливають на його діяльність та визначають фінансово-економічний стан;
- передумови кризового стану підприємства – попередні умови, які виникають в результаті несприятливої дії окремих факторів, як «первинної» сили, або їх сукупності, що спричиняють виникнення кризового стану підприємства;
- причини банкрутства підприємства – це обставини, що виникають внаслідок посилення негативної дії окремих факторів або їх сукупності, що починають переважати над позитивними та викликають погіршення фінансово-економічного стану підприємства.

До причин банкрутства підприємств, що обумовлені негативною дією внутрішніх факторів, слід віднести наступні: помилки керівництва і фахівців структурних підрозділів в управлінні підприємством; відсутність економічної стратегії та концепції розвитку на майбутнє; високий рівень затрат на виробництво, що зумовлює високу собівартість продукції; нестача оборотних засобів для підтримання виробничої діяльності, низька їх оборотність тощо.

Дослідження сутності банкрутства як об'єкту антикризового державного регулювання вимагає визначення видів банкрутства. Систематизація видів банкрутства підприємств є важливою з позицій вивчення методичних підходів до запобігання його виникненню, що може сприяти більш ефективному

вирішенню зазначеної проблеми. Серед наведених видів банкрутства підприємств, з позицій його запобіганню в системі державного антикризового регулювання, найбільш важливими з економічної точки зору, є види банкрутства підприємств в залежності від факторів, що його зумовлюють: банкрутство бізнесу, що є наслідком неефективного управління; банкрутство власника, що є наслідком нестачі у власника інвестиційних ресурсів і не пов'язано з ефективністю управління; банкрутство виробництва, зумовлене випуском неконкурентоспроможної продукції через нестачу інвестиційних ресурсів та неефективного управління. З позицій запобігання банкрутству підприємств важливим є вид банкрутства, який пов'язаний з зовнішніми, екзогенними факторами, – банкрутство власника, якого держава може запобігти шляхом надання підприємствам більш широкого доступу до кредитних ресурсів.

Список використаних джерел:

1. Кошовець І. В. Банкрутство – об'єктивна закономірність ринкової економіки. Технічний прогрес та ефективність виробництва: *Вісник Харківського державного політехнічного університету. Збірка наукових праць*. Випуск 122 (в 4 частинах). Харків: ХДПУ, 2000. (2 ч.) С. 162-165. 243 с.
2. Минчинська І. В. До питання про застосування процедур банкрутства в процесі приватизації державних підприємств // *Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Наука і освіта'2003»*. Том 27. Економіка. Дніпропетровськ: Наука і освіта, 2003., С. 54-55. 104 с.
3. Минчинська І. В. До питання взаємозв'язку фінансової безпеки України та фінансово-економічного стану вітчизняних підприємств // Фінансова безпека в системі забезпечення національних інтересів: проблеми та перспективи: *Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції*, 18-19 квітня 2012р. Полтава: ПолтНТУ, 2012. С. 20-21. 184 с.
4. Піжук О. І., Минчинська І. В. Вплив цифровізації економіки на секторальну структуру неплатоспроможних підприємств в Україні // Дослідження підприємництва: ключові механізми організації, основні драйвери та перспективи: *Збірник матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції «Економічні перспективи підприємництва в Україні»*, (10- 11 жовтня 2019 р., м. Ірпінь) : у 2 ч. Ірпінь : Університет ДФС України, 2019. Ч.1.(Серія «Податкова та митна справа в Україні», т. 132). С. 105–108. 337 с.

НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОБЛІКУ ФІНАНСУВАННЯ МЕДИЧНИХ ЗАКЛАДІВ

Коваленко С., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Облік і оподаткування»
Наук. кер. – Євдощак В. І.

У статті досліджено стан та перспектив розвитку медичних закладів України, а також визначені основні проблеми та шляхи їх вирішення. В умовах проведення медичної реформи виникає багато неузгодженостей в законодавстві, що негативно впливає на фінансовий стан діяльності медичних установ. Також в публікації досліджені доходи та витрати суб'єктів державного сектору враховуючи специфіку господарюючих суб'єктів.

The article investigates the state and prospects of development of medical institutions of Ukraine, as well as identifies the main problems and ways of their solution. In the context of medical reform, there are many inconsistencies in the legislation, which negatively affects the financial status of medical institutions. The publication also examines the revenues and expenditures of public sector entities, taking into account the specifics of business entities.

Актуальність дослідження. В умовах проведення медичної реформи, задекларованої Міністерством охорони здоров'я України, особливої важливості набувають питання забезпечення сфери охорони здоров'я достатніми фінансовими ресурсами, оскільки саме вони безпосередньо впливають на результати, які будуть отримані у процесі реалізації та після завершення реформи.

В умовах інформаційного суспільства поняття доходів та витрат набуло великого значення та широкого дискурсу у працях науковців та дослідників, але економічний зміст та класифікація для цілей бухгалтерського обліку, аналізу і контролю повинні відповідати потребам всіх користувачів інформації. Існують досить суттєві відмінності між бухгалтерським обліком доходів бюджетних установ та обліком результатів діяльності підприємств недержавного сектору. Усі питання, що пов'язані з особливостями обліку доходів бюджетних установ та відображенням результатів виконання кошторисів, раціонального та ефективного використання коштів, є актуальними в умовах законодавчих змін.

Дослідженням теоретичних та практичних аспектів фінансового забезпечення охорони здоров'я займається доволі широке коло вітчизняних вчених. Серед них слід виокремити Є. Дяченка, О. Гаманкову, Ю. Гришана, О. Губар, С. Зайчук, О. Кнейслер, М. Мальованого, В. Опаріна, К. Павлюк, О. Романенко, Т. Стецюк, Л. Шупу, С. Юрія та ін. Значний внесок в розробку методологічних та організаційних засад економічного аналізу і аналізу фінансово-господарської діяльності медичних установ зробили такі вчені як: Артюхов І.П., Бартків О.М., Богусловський Є.І., Вороненко Ю.Ф., Євтушевський Є.А, Баканов М.І., Шеремет А.Д., Іващенко В.І.

Метою статті є дослідження надходження фінансування і використання коштів медичними установами України та проблеми їх відображення в обліку і звітності.

Виклад основного матеріалу. Основний нормативний документ, який регулює питання фінансування закладів охорони здоров'я, - це Закон України про Державний бюджет у 2021 р. [1]. Бюджетні установи ведуть бухгалтерський облік відповідно до Національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку в державному секторі, Методичних рекомендацій, інших нормативних документів, в порядку, встановленому Міністерством фінансів. Після реорганізації медичних установ у КНП, для обліку доходів використовують Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 124 «Доходи» [12]. Однак слід зазначити, що в Україні відчувається значний дефіцит спеціальних досліджень, які стосуються без посередньо економіки охорони здоров'я, зокрема організації її фінансового забезпечення, бракує конкретних методичних розробок щодо аналізу кошторисних видатків медичних установ, що підтверджує актуальність обраної теми дослідження.

Наявність значного дефіциту державного бюджету, зростання зовнішнього боргу, зростання цін на товари, низький рівень доходів громадян вказує на те, що економіка України на сучасному етапі розвитку потерпає від кризових явищ. Для вирішення проблеми необхідно трансформувати механізм функціонування системи державного управління. Одним з найважливіших елементів вдосконалення системи державного управління є посилення державного контролю за формуванням і використанням фінансових ресурсів.

Відповідно до діючої редакції Бюджетного кодексу України, бюджетні установи – органи державної влади, органи місцевого самоврядування, а також організації, створені ними у встановленому порядку, що утримуються за рахунок відповідно державного чи місцевого бюджету. Бюджетні установи є неприбутковими. Діяльність бюджетних установ тісно пов'язана з функціями, які вони виконують. Класифікацію функцій бюджетних установ визначено функціональною класифікацією видатків [4], яка передбачає фінансування органів державного управління; оборони; громадського порядку, безпеки та судової влади; охорони навколишнього середовища; житлово-комунального господарства; охорони здоров'я; освіти; духовного та фізичного розвитку; соціального захисту та соціального забезпечення.

Значна увага до питань оцінки у бюджетній сфері приділяється і на державному рівні. Зокрема, оцінка розглядається у таких НП(С)БОДС, як 121 «Основні засоби»; 122 «Нематеріальні активи»; 123 «Запаси»; 125 «Зміни облікових оцінок та виправлення помилок»; 128 «Зобов'язання»; 133 «Фінансові інвестиції», а також у ряді методичних рекомендацій та положень.

Доходи бюджетних установ різні автори трактують по-різному. Однак будь-яке визначення зводиться до того, що доходами є асигнування, отримані з державного або місцевого бюджетів. Зокрема, Левицька С.О. притримується думки, що доходи – це отримані з державного або місцевого бюджетів та генеровані бюджетними організаціями асигнування [5]. Лемішовський В.І. вважає, що діяльність установ фінансується за рахунок коштів державного або місцевих бюджетів, які надаються на безповоротній основі [6]. Свірко С.В. зазначає, що доходи бюджетних установ – грошові коштів, що отримуються від держави, для виконання кошторису доходів і видатків [7]. Пешко П. відмічає, що доходи установ – це кошти, які вона отримує на виконання власного кошторису доходів і видатків [8].

Визначення, представлені у роботах українських вчених, не відповідають представленим у міжнародній обліковій практиці. В міжнародних стандартах доходи суб'єктів державного сектору є валовим надходження економічних вигід або потенціалу корисності протягом звітного періоду, коли чисті активи/власний капітал зростають у результаті цього надходження, а не в результаті внесків власників. При цьому суми, зібрані представником органу державної влади чи іншої урядової організації, не є економічними вигодами або потенціалом корисності, що надходять до суб'єкта господарювання, і не ведуть до збільшення активів чи зменшення зобов'язань, тому їх виключають з доходу

Традиційно доходи установ бюджетної сфери в Україні поділяють на доходи загального та спеціального фондів. До перших з них належать кошти, які надходять із загального фонду бюджету для виконання бюджетними установами своїх основних функцій. Спеціальний фонд бюджетної установи включає власні надходження та інші надходження спеціального фонду. Впровадження у 2016 році НП(С)БОДС 124 «Доходи» передбачає розподіл доходів на доходи від обмінних і необмінних операцій [2].

До доходів від обмінних операцій належать: бюджетні асигнування; власні надходження; доходи від продажу (доходи від операцій з капіталом, доходи від продажу нерухомого майна); доходи від відсотків, роялті та дивідендів; інші доходи від обмінних операцій. Іншими доходами від обмінних операцій є доходи від курсових різниць, від реалізації необоротних активів (крім нерухомого майна), оборотних активів.

Доходи від необмінних операцій включають: податкові надходження; неподаткові надходження (адміністративні збори та платежі); трансферти та кошти, що отримують бюджетні установи від підприємств, організацій, фізичних осіб та від інших бюджетних установ для виконання цільових заходів; надходження до державних цільових фондів; зобов'язання, що не підлягають погашенню.

Проводячи оцінку доходів за Національними стандартами потрібно пам'ятати, що дохід від обмінних операцій відображається в обліку за вартістю активів, які була отримані або підлягають отриманню. Якщо дохід від надання послуг (виконання робіт) не може бути достовірно визначений або ймовірність його отримання є низькою, то він оцінюється у сумі понесених витрат, що підлягають відшкодуванню.

Інші доходи за обмінними операціями (доходи від курсових різниць, від реалізації необоротних активів (крім нерухомого майна), оборотних активів, зобов'язань, які не підлягають погашенню, тощо) оцінюються у сумі визнаного доходу. Отриманий у результаті необмінної операції дохід оцінюється за фактичною вартістю отриманих надходжень; у разі якщо фактичну вартість не можна встановити – за справедливою вартістю. Сума зобов'язань, обумовлена необмінною операцією, вираховується.

Міжнародні стандарти обліку у державному секторі використовують термін «витрати», а їх відображення в обліку здійснюється згідно із принципом нарахування, тобто в міру споживання ресурсів або вигід. Таким чином витрати у зарубіжній практиці – зменшення економічних вигід або потенціалу корисності протягом звітного періоду у вигляді вибуття чи споживання активів або у вигляді виникнення зобов'язань, що призводить до зменшення чистих активів/власного капіталу, за винятком зменшення пов'язаного з виплатами власникам. Особливості прослідковуємо, порівнюючи методику визначення результатів фінансово-господарської діяльності у міжнародній та вітчизняній системі обліку. Національна практика передбачає визначення в кінці року результатів виконання кошторису як різниці між доходами і видатками. Зарубіжна – чистого надлишку або дефіциту коштів.

Висновки. На нашу думку, видатки здійснюються установою для забезпечення виконання своїх функцій. Вони є одним з найважливіших показників фінансово-господарської діяльності, основою для визначення результатів виконання кошторису, його аналізу з метою виявлення резервів зниження видатків. На практиці облік видатків організують згідно із економічною класифікацією видатків. Відповідно до встановленої системи кодування ведуть їх аналітичний облік, складають звітність, здійснюють контроль і аналіз при автоматизованій системі обліку.

Список використаних джерел:

1. Про державний бюджет України 2021: Закон України станом від 1.01.2013р. прийнятий ВРУ №265-XII, із змінами і доповненнями. URL: http:www. Liga zakon.ua/fgt..00)fghh/er/23/4/
2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку в державному секторі 124 «Доходи», затвердженого наказом від 24.12.2010 р. № 1629 (із змінами та доповненнями, внесеними від 24.01.2017 року). URL: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z0089-11.
3. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку в державному секторі 135 «Витрати», затвердженого наказом від 24.12.2010 р. № 1629 (із змінами та доповненнями, внесеними від 24.01.2017 року). URL: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z0089-11.
4. Тимчасова класифікація видатків та кредитування місцевих бюджетів (з перехідною таблицею до функціональної класифікації видатків та кредитування бюджету : наказ Міністерства фінансів України від 14.01.2011 № 11. URL: http://www.ac-rada.gov.ua/control/main/uk/publish/article/16737462.
5. Левицька О.О. Фінансові результати діяльності одержувачів бюджетних коштів: економічна сутність, вітчизняна та міжнародна практика обліку // Економічний аналіз. 2008. № 2. С. 361–369.
6. Лемішовський В.І. Бюджетні установи: бухгалтерський облік та оподаткування: навчальний посібник / Мін-во освіти і науки України, Нац. ун-т «Львівська політехніка»; ред. В.І. Лемішовський. 3-е вид., доп. і перероб. Львів: Інтелект-Захід, 2008. 1120 с.
7. Свірко С.В. Бухгалтерський облік у бюджетних установах: методологія та організація : монографія. Київ: КНЕУ, 2006. 244 с.
8. Пешко П. Позабюджетне фінансування в галузі охорони здоров'я в Україні у перехідний період // Державне управління в умовах інтеграції України в Європейський Союз: матеріали науково-практичної конференції. Київ: Видавництво УАДУ, 2002. С. 197–198.
9. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку в державному секторі 124 «Доходи», затвердженого наказом від 24.12.2010 р. № 1629 (із змінами та доповненнями, внесеними від 24.01.2017 року). URL: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z0089-11.

АНТИКРИЗОВА ПОЛІТИКА КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ

Мельниченко А., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування», спеціалізація «Державні фінанси»
Наук. кер. – Чорновол А. О.

Стаття присвячена теоретичних основ реалізації механізму антикризової політики комерційного банку. Розкрито сутність становлення механізму антикризової політики комерційного банку та концептуальний підхід до антикризового управління банківськими установами.

The article is devoted to the theoretical foundations of the mechanism of anti-crisis policy of a commercial bank. The essence of the formation of the mechanism of anti-crisis policy of a commercial bank and the conceptual approach to anti-crisis management of banking institutions are revealed.

Актуальність даної теми полягає в тому, що важливою умовою стійкого економічного зростання країни є надійність і прогнозованість розвитку банківського сектора економіки. Світова фінансова криза,

яка також вплинула на Україну, свідчить про невідповідність вітчизняної грошово-кредитної політики вимогам економічного середовища. Приведення у відповідність зі світовими стандартами діяльності банківських установ дозволило виявити внутрішні та зовнішні ризиків й загрози, які негативно вплинули на функціонування всієї банківської системи та призвели до зменшення кількості українських банків. Негативні зміни, які відбулися у банківській системі України знизили загальний рівень її економічної безпеки та зумовили необхідність розробки дієвого механізму державного регулювання антикризовим управлінням економічною безпекою банківських установ України.

Найбільшими внутрішніми ризиками для економіки в цілому та окремих банків зокрема, пов'язаними з COVID-19 є: підвищення рівня безробіття через закриття кордонів та скорочення робочих місць, масове банкрутство суб'єктів малого бізнесу у зв'язку з карантинними обмеженнями, підвищення рівня інфляції, девальваційні очікування громадян, збереження низької активності банків у кредитуванні реального сектору економіки, стрімке поширення COVID-19 та неспроможність медичної системи зупинити пандемію в Україні.

Враховуючи, що причини виникнення попередніх фінансово-економічних криз та коронакризи 2020 року не тотожні, особливої актуальної набувають дослідження антикризової політики в банку в умовах COVID-19.

Метою статті є розроблення теоретико-методичних і організаційних засад та практичних рекомендацій щодо удосконалення механізмів регулювання антикризовим управлінням економічною безпекою банківських установ України.

Об'єктом дослідження є сукупність економічних відносин, що функціонують в процесі регулювання діяльності банківських установ України в умовах антикризового управління комерційним банком.

Предметом дослідження є теоретико-методичні засади щодо удосконалення механізмів державного регулювання антикризовим управлінням економічною безпекою банківських установ України.

Питанням розробки та функціонування механізмів державного регулювання національної економіки, в тому числі діяльності банківських установ, присвячено праці багатьох зарубіжних та вітчизняних науковців, таких як: Андрієнко М. В., Ващенко К.О., Воротін В.Є., Гаман П. І., Гаман Н. О., Геєць В. М., Жаліло Я. А., Мазур О. Ю., Міщенко В. І., Орлюк О. П., Олійник Н. І., Пархоменко-Куцевіл О. І., Примостка Л. О., Радченко О.В., Романенко Є. О., Сімак С. В., Стеченко Д. М., Усаченко Л. М., Чаплай І. В., Швайк Л. А., Шемшученко Г. Ю., Кейнс Дж., Хайєк Ф., Шейн С. та інші.

Серед авторів наукових праць, які досліджували проблеми, пов'язані з антикризовим управлінням, слід зазначити таких: Барановський О. І. [1], Вовк В. Я., Дзюблюк О. В.[2], Міщенко А. П. [3], Перехрест Л. М., Костогриз В. Г., Науменкової С. В., Смовженко Т. С., Шапран В. В. та інших. Основи регулювання економічною безпекою на макро та мікро рівнях, закладено такими сучасними науковцями, як: Алькема В.Г., Альберт М., Варналій З.С., Власюк О.С., Живко З.Б., Карпова К. В., Кириченко О. А. [4], Копитко М. І., Мартинюк В. П., Мігус І. П., Франчук В. І., Шемаєва Л. Г. та інші. Віддаючи належне авторам наукових доробків, результати яких сприяли процесу становлення державного управління слід зазначити, що питання створення та функціонування механізму регулювання антикризовим управління економічною безпекою банківських установ досліджено недостатньо глибоко та потребує подальшого всебічного вивчення. Вказане свідчить про актуальність обраної теми дослідження, її теоретичну та практичну значущість. Криза є закономірним об'єктивним явищем в ринковій економіці, яке може виникати упродовж всієї діяльності банку під впливом як внутрішніх, так і зовнішніх дестабілізуючих чинників. У 2020 році одним з головних чинників впливу на економічні процеси виявився фактор поширення пандемії гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2 (далі – COVID-19). У відповідь на ці виклики запроваджено надзвичайну санітарноепідеміологічну ситуацію як на рівні окремих держав, так і галузей економіки, встановлено обмеження в`їзду / виїзду та пересування всередині країн.

Банківський сектор є одним із головних у структурі національного господарства України, основним джерелом інвестування фінансових ресурсів в економіку країни. Його завданням є забезпечення внутрішньогалузевого, міжгалузевого, внутрішньо-регіонального та міжрегіонального перерозподілу тимчасово вільних коштів суб'єктів ринку. Регулювання ринку фінансових послуг, серед яких головою виступає банківська система, здійснювалося на всіх етапах його розвитку, причому, незважаючи на зміну пануючих економічних теорій, методи цього регулювання залишалися постійними.

Сучасні реалії ринку (інтернаціоналізація, трансформація глобального банківського сектору, розширення меж діяльності, активізація інвестиційної діяльності, лібералізація руху іноземного капіталу, диверсифікація лідерських позицій банківської діяльності, концентрація міжнародного банківського капіталу) ставлять перед банківськими установами вимоги щодо стійкості, конкурентоспроможності, спроможності інтегруватися в світовий простір. Інтеграція у світовий фінансовий простір вимагає вдосконалення системи законодавчого регулювання банківської діяльності [1]. Поруч із ринковим регулюванням у механізмі регулювання будь-якої національної економіки є така складова як державне

регулювання, яка, по-перше, здійснюється державою та її спеціальними органами, а, по-друге, вона реалізується суто адміністративними, або адміністративно-економічними, чи адміністративно-правовими методами. Історико-теоретичні дослідження становлення та розвитку регулювання діяльності банківських установ в Україні мають важливе значення, оскільки дають змогу побачити перспективи його подальшого розвитку, уникнути тих помилок та недоліків, які були в минулому, а головне використати в сучасній практиці керівництва кращі форми й методи роботи попереднього періоду.

У зв'язку з цим у процесі обґрунтування періодизації регулювання банківських установ слід урахувати ряд чинників: по-перше, загальні закономірності розвитку суспільства й держави, сутнісні риси історичних форм держави, її завдання і функції, а по-друге, домінування на різних етап розвитку банківських установ [2].

Основною передумовою регулювання економіки є системний підхід, оскільки будь-яка система характеризується певною субординованою структурою, яка передбачає певні форми відносин між частинами і цілим. Держава сприяє встановленню взаємозв'язку між елементами системи шляхом державного регулювання; держава завжди виконувала певні економічні функції, законодавчо встановлюючи «загальні правила гри», тобто систему нормативних актів, котрі регулюють діяльність суб'єктів ринку, у тому числі таких інститутів, як комерційні банки, біржі, акціонерні товариства тощо. Держава виконує фіскальну (стягнення податків), мотиваційну (різноманітна допомога), інноваційну (розробка нових технологій, наукові пошуки), соціальну (виплата пенсій) та інші функції. Деякі науковці у своїх працях ототожнюють поняття «державне регулювання» [3] та «державне управління» [2]. На наш погляд вони не є тотожними оскільки при державному управлінні здійснюється вплив безпосередньо на об'єкт, а при державному регулюванні - на середовище, в якому діє об'єкт.

Таким чином, основна відмінність між державним управлінням і державним регулюванням полягає у способі організації відносин між державою та іншими суб'єктами, а в основі вибору регулювання чи управління лежить повноваження суб'єкта щодо об'єкта та використання різноманітних форм впливу. Безперечно, зміст та інтенсивність функцій держави залежить від конкретно-історичного положення країни: під час ведення війни держава концентрує увагу на мобілізації всіх економічних, людських та інших ресурсів.

В умовах поглиблення міжнародної банківської конкуренції та помітного впливу на вітчизняні банки наслідків світової фінансової кризи, державне регулювання банківської діяльності вимагає нових підходів до розробки та застосування державними органами заходів та інструментів впливу на банківську діяльність з метою забезпечення стабільності банківської системи і зростання вітчизняної економіки. На даному етапі розвитку вітчизняного банківництва особливої уваги науковців і практиків потребує дослідження умов та чинників державного регулювання банківської діяльності - системи, яка виконує функції формування банківського законодавства і здійснення банківського нагляду [3].

Необхідність регулювання економіки на різних етапах розвитку суспільства набувала неоднозначного спрямування. Сучасне регулювання не передбачає тотального поглинання економічної сфери, як було при командно-адміністративній системі господарювання. Економічна політика держави тією чи іншою мірою здійснюється для підтримки соціально-економічної стабільності як на державному, так і на регіональному рівнях.

Кудряшов В. довів, що ефективність державного регулювання залежить не тільки від дієвості заходів, що застосовуються державними службами, але й від активності більшості населення. Тому, у своїх працях про суспільство і державу в нових умовах приділив чимало уваги центральним та місцевим органам влади й управління, армії, суду і церкві, довівши, що забезпечити ефективне регулювання здатні тільки ті органи, що будуть найбільш повно враховувати всі особливості попередньої еволюції.

Поєднавши з аналізом теоретичних положень та правових норм з практичним досвідом вів зазначив, що суспільство і держава існують в умовах недостатньої структурованості, визначеності і регламентованості діяльності людей та їхніх організацій у відповідності з вимогами норм моралі та положенням норм письмового права [4].

Вивчення наукових праць зарубіжних та вітчизняних науковців показало, що наразі відсутній єдиний підхід до трактування поняття «регулювання діяльності банківських установ». За результатами дослідження існуючі підходи були згруповані та дозволили запропонувати власне визначення поняття, таким чином регулювання діяльності банківських установ – заходи впливу держави на розвиток діяльності банківських установ для виконання стратегічних цілей.

На сучасному етапі розбудови вітчизняної банківської системи України вкрай актуальним є питання використання нових підходів до вдосконалення регулювання банківської діяльності.

Наступний етап характеризується процесами акціонування державних банків і реформуванням системи планування банківської діяльності, основні ознаки якої полягали: здійснення планування на основі досягнутих показників минулого року; використання прогнозування напрямів розвитку ринку

банківських продуктів, спричинене передбачуваним розвитком ринків реальних товарів; формування планів на довгострокову перспективу; формування планів з урахуванням впливу зовнішніх факторів з причини відкритості банку як системи; спрямованість плану як на поточну, так і на майбутню прибутковість. До особливих рис третього етапу розвитку банківської системи України належать: утворення нових комерційних банків за використання приватного капіталу; створення значної кількості невеликих банків, орієнтованих на отримання надприбутків на тлі гіперінфляційних процесів в економіці. Далі відбувається уповільнення інфляційних процесів, активізацією регулюючих інструментів Національним банком України. До особливих рис четвертого етапу розвитку банківської системи України належать: зниження рівня банківського менеджменту; банкрутство банків; скорочення розміру активів банків; стагнація банківської діяльності; розбіжність у концентрації банківського капіталу.

Наступний крок характеризувався наявністю внутрішньої банківської кризи та фінансової кризи, пов'язаної із знеціненням національної валюти стосовно інших валют, відтоком портфельних інвестицій нерезидентів, кризою на ринку внутрішніх державних запозичень. До особливих рис даного етапу розвитку банківської системи України належать: функціонування банків в умовах трансформаційного спаду виробництва; отримання більшістю банків збитків з причини проведення урядом конверсії короткострокових облігацій внутрішньої державної позики і заморожування частини активів; обмеження можливості отримання прибутків від здійснення валютних операцій у зв'язку із запровадженням Національним банком України режиму обов'язкового продажу експортерами 50 % своєї валютної виручки.

Передостанній етап розвитку банківської системи України характеризувався активізацією глобалізаційних процесів, запровадженням новітніх методів регулювання банківської діяльності, адаптацією банківського законодавства до стандартів і вимог Європейського Союзу. До особливих рис шостого етапу розвитку банківської системи України належать: організаційне зміцнення банківської системи; поява та активізація діяльності на ринку банківських послуг банків з іноземним капіталом; зростання коштів на рахунках фізичних та юридичних осіб; розширення ресурсної бази банківської системи; підвищення рівня монетизації економіки; розширення сфери банківських послуг; забезпечення стабільності банківського сектору.

На початку останнього етапу розвиток банківської системи України відбувався на тлі розгортання та дії світової фінансово-економічної кризи, що супроводжувалася скороченням обсягів промислового виробництва, рівня ВВП, зменшення ресурсного потенціалу банків, зростання інфляції, зменшенням довіри до банківського сектору, коливанням валютного курсу. До особливих рис розвитку банківської системи України в період дії світової фінансово-економічної кризи належать: орієнтація системи менеджменту банків на зменшення частки проблемних кредитів; впровадження заходів Національним банком України щодо підтримки банківської стабільності та захисту прав вкладників; значне зменшення обсягів депозитів населення.

Отже, до початку сучасного, посткризового етапу функціонування банківська система України як ключова частина грошово-кредитної системи країни не стала ефективним механізмом створення сприятливого середовища для мобілізації та вільного переналостей та як процес фінансового забезпечення функціонування та розвитку цілісної економічної системи через планування індикативних показників, контроль за їх дотриманням, фінансування стратегічно важливих для держави суб'єктів господарювання, реалізацію державних цільових програм, управління об'єктами державної власності [45].Однією з проблем будь-якого регулювання економічної сфери є те, що механізм регулювання досить складно змінювати. Практично завжди високим є ризик того, що після зміни регламентуючих правил відбудуться негативні наслідки для економічної системи країни. Такий ризик характерний і для регулювання банківської діяльності, тому не всі політики чи керівники державних органів регулювання мають сили кардинально змінювати систему регулювання.

Глобальні чинники визначають необхідність державним органам влади приймати безпосередню участь у регіональних і міжнародних організаціях. Поява різноманітних регіональних угруповань з наднаціональною системою регулювання (Міжнародний валютний форм, Світовий банк, Європейський банк реконструкції і розвитку, Світова організація торгівлі) зумовлює потребу в перегляді інституційного забезпечення національної системи, тому доцільно розглянути види державного регулювання банківської діяльності. Так, загальні норми впливають на кредитний ринок взагалі, а за допомогою селективних норм визначаються коефіцієнти ризику за окремими операціями банку. Функціональні норми, на відміну від інституційних, мають визначене цифрове значення і можуть мати загальний чи селективний характер. Інституційні норми виражаються у відносних величинах, що регулюють, переважно, організаційні питання, операційну діяльність, визначення цілей кредитування, порядок проведення ревізій тощо. Фактично, превентивні заходи реалізуються через затвердження обов'язкових для виконання норм, які поділяються на функціональні та інституційні. Дані норми регулюють ризики за операціями банківських установ.

Деякі науковці та практики вважають, що поняття «банківський нагляд» та «державне регулювання діяльністю банківських установ» є тотожними на наш погляд, останнє поняття є більш ширшим оскільки банківський нагляд включає контроль за діяльністю банків – моніторинг і заходи впливу (виконавча функція) і нормотворчу діяльність органу банківського нагляду (частково нормотворча функція). Зрозуміло, що орган банківського нагляду не може приймати закони – це прерогатива парламенту, проте може оперативно реагувати на зміни у банківській системі ухваленням підзаконних нормативно-правових актів (постанови, розпорядження, листи тощо).

Банківське регулювання – одна із функцій Національного банку України, яка полягає у створенні системи норм, що регулюють діяльність банків, визначають загальні принципи банківської діяльності, порядок здійснення банківського нагляду, відповідальність за порушення банківського законодавства.

Банківський нагляд – система заходів щодо контролю та активних впорядкованих дій національного банку України, спрямованих на забезпечення дотримання банками та іншими особами, стосовно яких національний банк України здійснює наглядову діяльність, законодавства України і встановлених нормативів з метою забезпечення стабільності банківської системи та захисту інтересів вкладників та кредиторів банку.

Крім того, для ефективного здійснення регуляторних цілей механізм регулювання повинен використовувати оптимальний перелік інструментарію за обов'язкової умови його економічності та оперативності. У вітчизняній літературі також інколи ототожнюють поняття «державне регулювання банківської діяльності» і «державне регулювання діяльності комерційних банків». Однак тут йдеться про різні, а не однакові об'єкти регулювання: перший – загальний, другий – конкретний. Між тим в останній час деякі банківські послуги (операції) почали виконувати і надавати небанківські фінансові (нефінансові, наприклад, пошта) установи. За цих умов поняття «банківська діяльність» є ширшим, ніж поняття «діяльність комерційних банків». З погляду змісту заходів та інструментів регулювання банківської діяльності можна виділити: обмеження, стимулювання, покарання (санкції), вмовляння і втручання.

Швець Н. Р., наприклад, вважає, що головним у державному регулюванні є встановлення обмежень: «державне регулювання банківської діяльності – це встановлення державних обмежень для забезпечення стабільного і безпечного функціонування банків та створення умов для досягнення банківською системою макроекономічної ефективності».

Отже, на сучасному етапі регулювання не передбачає повного поглинання економічної сфери. Проте трансформація основних завдань та режимів регулювання банківської сфери відбувається паралельно із трансформацією інституційного забезпечення державного регулювання банківської діяльності, що передбачає існування відповідних економічних інститутів, які на основі чинної в державі нормативно-правової бази та організаційної структури застосовують інструментарій для ефективного регулювання банківської системи.

Список використаних джерел:

1. Барановський О. І. Фінансова безпека в Україні (методологія оцінки та механізми забезпечення): автореф. дис. ... докт. екон. наук : 427 08.04.01 / О. І. Барановський; Інститут економічного прогнозування НАНУ. Київ, 2000. 34 с.
2. Дзюблюк О.В. Теорія і практика грошового обігу та банківської справи в умовах глобальної фінансової нестабільності: монографія / О. В. Дзюблюк, В. В. Корнєєв, В. І. Міщенко та ін. ; за ред. д.е.н., проф. О. В. Дзюблюка. Тернопіль : ФОП Осадца Ю.В., 2017. 298 с.
3. Міщенко В. І. Роль монетарного регулювання у стимулюванні економічного розвитку / В. І. Міщенко, І. М. Льон // Фінанси України. 2017. № 4. С. 75-93.
4. Кириченко О. А. Методологічні основи економічної безпеки суб'єктів господарювання в трансформаційній економіці / О. А. Кириченко, Ю. Г. Кім // Актуальні проблеми економіки. 2008. № 12. С. 43-57.

ФІНАНСОВА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ

Павлов О., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування», спеціалізація «Державні фінанси»
Наук. кер. – Чорновол А. О.

Стаття присвячена розкриттю теоретико-методологічних засад розробки та реалізації фінансової стратегії підприємств. Розкрито сутність, складові та особливості фінансової стратегії в умовах економічної невизначеності, а також інноваційні підходи до розробки фінансової стратегії в умовах антикризового управління.

The article is devoted to the disclosure of theoretical and methodological principles of development and implementation of financial strategy of enterprises. The essence, components and features of financial strategy in the conditions of economic uncertainty, and also innovative approaches to development of financial strategy in the conditions of anti-crisis management are opened.

Актуальність даної теми полягає в тому, що економічна невизначеність, яка досить часто підсилюється фінансово-економічними кризами, ускладнює як оперативне, так і стратегічне фінансове планування на підприємствах. Оскільки здатність підприємства залучати фінансові ресурси безпосередньо пов'язана із його спроможністю генерувати вартість, фінансова стратегія тісно пов'язана з вартісно-орієнтованою стратегією. Спроможність підприємства генерувати вартість визначається якістю його фінансових відносин із різними групами стейкголдерів, у коло яких входять кредитори, менеджмент, персонал, постачальники, споживачі, місцеві громади, державні органи.

У фінансовій стратегії мають бути закладені інструменти задоволення інтересів як шеголдерів, так і стейкголдерів. В умовах фінансово-економічних шоків, специфічних ризиків (наприклад, пов'язаних із пандемією) науково-методичного переосмислення вимагає увесь процес розроблення та реалізації фінансової стратегії підприємств. Потребують суттєвої модернізації методи стратегічного аналізу, підходи до урахування ендогенних та екзогенних факторів впливу на фінансову стратегію. Постає нагальна потреба розвитку методичного забезпечення підтримки розроблення та реалізації фінансової стратегії підприємств.

Метою статті є розроблення фінансової стратегії підприємств і обґрунтування прикладного інструментарію її реалізації.

Об'єктом дослідження є сукупність складових фінансової стратегії підприємства та фактори, які впливають на її розробку та реалізацію.

Предметом дослідження є теоретико-методичні засади і прикладний інструментарій розроблення та реалізації фінансової стратегії підприємств.

Сучасні умови ведення господарської діяльності створюють низку викликів для підприємств: макроекономічні шоки, посилення невизначеності зовнішнього середовища, глобальна інтенсифікація конкурентного середовища, інші фактори ендогенного та екзогенного середовища. Все це вимагає від менеджменту підприємств посилювати систему стратегічного управління в усіх аспектах ведення господарської діяльності з метою більш ефективної боротьби за обмежені ресурси.

Вагомий доробок у розвиток інноваційних прийомів щодо розроблення та реалізації фінансової стратегії підприємств належить таким науковцям, як: Х. Бенедетті, М. Боуссичас, Л. Костовецький, К. Ле Мойн, В. Носсек та ін. Суттєвий внесок у розвиток інструментів стратегічного фінансового планування в частині удосконалення інститутів корпоративного управління, наглядової ради та незалежних директорів, еволюції інститутів корпоративного управління, наглядової ради та незалежних директорів в контексті розвитку корпоративних фінансів здійснили Е. Берглоф, Дж. Габріелссон, А. Едманс, Д. Ларкер, Е. Перотті та ін.

Місце та роль фінансової стратегії у корпоративних фінансах в Україні досліджено у працях таких вчених економістів, як Г. Азаренкова, В. Баранова, О. Береславська, Н. Бичкова, Н. Давиденко, М. Крупка, С. Науменкова, Т. Паєнтко, М. Стецько, Е. Юрій та ін. Незважаючи на досить велику кількість праць, присвячених вивченню фінансової стратегії підприємств, окремі питання потребують глибшого дослідження, зокрема щодо сутності фінансової стратегії у контексті розвитку теорій корпоративних фінансів; ендогенних та екзогенних факторів впливу на фінансову стратегію; шляхів подолання сучасних викликів обмеженості фінансування підприємств за допомогою інноваційних рішень; методичного забезпечення фінансової стратегії підприємства в умовах економічної невизначеності.

Ефективна система стратегічного управління підприємства, в т.ч. стратегічного управління корпоративними фінансами, має слугувати кінцевій меті функціонування підприємства, а саме створення вартості для шехолдерів (акціонерів) і стейкхолдерів (заінтересованих осіб). З цією метою підприємство має створити стійкі конкурентні переваги шляхом використання невідповідностей і асиметрій на ринку, на якому воно діє (в розрізі як ринкових, так і фінансових управлінських рішень). Значні стійкі конкурентні переваги створюють сприятливі умови для розширення та закріплення позицій підприємства на ринку, створення вартості для шехолдерів і стейкхолдерів. Створення і підтримка стійких конкурентних переваг знаходиться в площині стратегії підприємства.

Підприємство неспроможне досягти поставлених цілей на ринку (як фінансових, так і нефінансових) без налагодженого процесу розробки та реалізації своєї стратегії, що має являти собою комплекс узгоджених цілей і заходів – на рівні підприємства загалом і його окремих організаційних підпрозділів, на рівні корпоративної стратегії та окремих функціональних стартегій – що відповідають на питання: «як буде створюватися вартість для стейкхолдерів?». Фінансова стратегія є одною з ключових складових системи стратегії підприємства. Успішна реалізація стратегії підприємства унеможливлюється без координації та узгодження – як на рівні корпоративної стратегії, так і окремих функціональних стратегій – з фінансовою стратегією підприємства. Роль фінансової стратегії тільки посилюється в умовах росту економічної невизначеності в середовищі, в якому діє підприємство.

Економічна невизначеність, що проявляється в рості вірогідності глобальної рецесії, інтенсифікації торгівельних війн між найбільшими національними економіками, політичною нестабільністю в різних регіонах, а в Україні – в наслідках фінансово-економічної та соціально-економічної кризи – вимагає нових нестандартних підходів до розробки та реалізації фінансової стратегії підприємства. В розрізі планування фінансової стратегії відбувся зсув пріоритетів – в умовах значного скорочення внутрішнього попиту, закриття традиційних експортних ринків, макроекономічних шоків, появи нових нестандартних ризиків (на прикладі пандемії) менеджмент підприємства має перенести свій фокус на задачі виживання підприємства та його персоналу, втримання ринкових позицій в умовах обмеженого фінансування, скорочення ділової активності та падіння купівельної спроможності населення. В розрізі реалізації фінансової стратегії менеджмент підприємства має брати до уваги ті об'єктивні обмеження, що створені сучасними реаліями, а саме: обмежене позикове фінансування, закритість іноземних майданчиків для залучення капіталу, нерозвиненість внутрішнього фондового ринку, стиснений стан внутрішнього попиту, обмеженість опцій зростання підприємства всередині країни, інше [1].

Слід зазначити, що в західній літературі в царині корпоративних фінансів поняття «фінансова стратегія» відсутнє. У наукових школах стратегічного управління, що сформувалися в ХХ ст. в країнах капіталістичного блоку, фінансова стратегія представлена як одна з функціональних стратегій, а вчені зі шкіл фінансового управління згаданих країн оперують конкретними термінами на кшталт «структура капіталу», «політика залучення фінансування», «довгострокові інвестиційні рішення», «дивідендна політика», «управління грошовими потоками», «фінансове планування», тощо. Натомість в українській літературі окрім поняття «фінансова стратегія» активно використовуються такі дефініції як «фінансова політика», «політика фінансування», «стратегія фінансування», «стратегічне фінансове управління», «стратегічний фінансовий менеджмент», тощо.

Шукаючи раціональне пояснення, можемо навести тезу Ю. Наумової [2] щодо того, що поняття «фінансова стратегія» науковцями конкретизується залежно від завдань їх подальшого дослідження. В свою чергу, в тлумаченні поняття «фінансова стратегія» та існування в масиві українських досліджень – на відміну від досліджень з розвинених країн – чисельних понять, що межують з поняттям «фінансова стратегія» тим, що в українських реаліях в силу викривленості мотивацій шехолдерів і стейкхолдерів, що діють всередині та ззовні підприємства, перед підприємством ставляться довготермінові фінансові та нефінансові цілі, що частково або повністю протирічать головному завданню підприємства, а саме створенню вартості для шехолдерів і стейкхолдерів.

Дискусія щодо сутності фінансової стратегії також підживлюється кросдисциплінарним характером фінансової стратегії підприємства, тобто розташуванням поняття між теорією корпоративних фінансів та теорією стратегічного управління. Зокрема, С. Майерс в дослідженні [3] привертає увагу до того, що практика стратегічного управління подекуди розходиться з постулатами теорії корпоративних фінансів, зокрема: менеджмент підприємства в багатьох випадках більше сфокусований на впливі стратегічних рішень на показник *EPS* (*Earnings per Share* – дохід на акцію), тобто на рівень ринкової капіталізації підприємства, а не на балансову вартість, – якщо менеджмент впевнений, що стратегічні плани додають вартості, то їх вплив на балансові показники підприємства для менеджменту є нерелевантним; іноді менеджмент підприємства прагне диверсифікації з метою зниження ступеню ризику – зокрема, для інвесторів диверсифікація є легшим процесом завдяки можливостям фондового ринку; натомість корпоративна диверсифікація є суттєво складнішим процесом і в багатьох випадках в результаті не виправдовує себе.

Дискусії навколо поняття «фінансова стратегія» також виникають через некоректне тлумачення теореми Міллера-Модельяні, а саме існує думка про те,що фінансова стратегія не створює додаткову вартість для шехолдерів [4]. Однак, дане твердження не враховує той факт, що ринки капіталу не є гомогенними, та інформація нерівномірно розподілена між цими ринками.

В дослідженні [5] стверджується, що чим меншим є ринок капіталу, та чим глибшим є його ступінь адміністративної регуляції, тим більш важливішим є аспект грамотного фінансового управління на підприємстві в процесі залучення капіталу. Тим самим посилюється роль фінансової стратегії в процесі управління підприємством, реалізації корпоративної стратегії підприємства. Це підвищує роль фінансової стратегії в системі управління підприємством і реалізації корпоративної стратегії.

Отже, зробимо висновок про сигнальну функцію, притаманну фінансовій стратегії, що не є артикульованою в дослідженому масиві думок українських науковців щодо сутності поняття «фінансова стратегія». Зокрема, сигнальна функція фінансової стратегії полягає в створенні сигналів для шехолдерів, а також внутрішніх та зовнішніх стейкхолдерів щодо середньо- та довгострокових перспектив розвитку підприємства. В практичній площині комунікація сигналів відбувається за допомогою комплексу управлінських рішень щодо фінансування (тобто структури капіталу підприємства), інвестування (тобто капітальних інвестицій в фактори виробництва) та розподілу фінансового результату (тобто дивідендної

політики) для всіх шехолдерів і стейкхолдерів (держава, персонал, інфраструктура фондового ринку, банки та інші), які на базі даних сигналів можуть інтерпретувати подальший напрямок розвитку підприємства на ринку.

Таким чином, ми вважаємо за доцільне визначити фінансову стратегію підприємства в широкому та вузькому розумінні:

- в *вузькому розумінні* фінансова стратегія підприємства являє комплекс фінансових цілей стратегічного характеру та інструментів їх досягнення, що спрямовані на оптимізацію структури капіталу та мінімізацію ціни його залучення з урахуванням критерію максимізації ринкової капіталізації підприємства;

- в *широкому розумінні* фінансова стратегія підприємства є комплексом стратегічних фінансових цілей, пов'язаних із фінансуванням, інвестуванням, розподілом фінансових результатів, досягнення яких забезпечує стійкі конкурентні переваги та максимізацію вартості для шеголдерів і стейкголдерів.

Зокрема, для успішного досягнення кінцевої мети стратегії підприємства не достатньо її механічної розробки та впровадження, натомість стратегія підприємства має бути в відповідний спосіб ініційована, узгоджена з шехолдерами та групами стейкхолдерів, комунікована, реалізована, за потреби переглянута, оцінена. На процес розробки та реалізації стратегії підприємства нашаровується різноманітна низка нюансів, зокрема додаткову складність для менеджменту підприємств створює статус публічного акціонерного товариства, коли фінансова стратегія підприємства має бути узгоджена не тільки з очікуваннями шехолдерів, але і з очікуваннями ринку капіталу та оцінками аналітиків і інвесторів.

Важливим є вдосконалення управлінського обліку, що дозволить посилити функціонально-вартісний аналіз і максимально ефективно відбудувати портфель продукції підприємства, розставляючи акценти на найбільш маржинальних одиницях продукції. Ринкова стратегія диференціації є ефективною за умов економічного зростання, а ринкова стратегія лідерства за витратами – за умов рецесії. Результативне впровадження будь-якої з цих ринкових стратегій є неможливим без відповідної ефективної фінансової стратегії.

Дослідження свідчить, що результатами планування та реалізації ефективної фінансової стратегії підприємства є: створення вартості для шехолдерів і стейкхолдерів; підтримка конкурентних переваг підприємства на ринку та сприяння ринковому росту підприємства; ріст ринкової капіталізації; зниження вартості залученого капіталу.

Практика впровадження та підтримки в дієвому стані фінансової стратегії на українських підприємствах потребує адекватних методичних підходів. З цією метою передовсім необхідно вивчити практику складання корпоративної стратегії підприємства, невід'ємною частиною якої є фінансова стратегія, що обов'язково передбачає визначення структурних елементів і блоків стратегії. Виділяють такі структурні елементи стратегії:

1. Чітко сформульована місія та бачення.

2. Пояснення роботи бізнес-моделі на створення довготермінової вартості та драйверів створення вартості на різних рівнях організації.

3. Опис бачення менеджменту підприємства щодо ринку, ключових трендів, що впливають на розвиток ринку, позицію підприємства на ринку.

4. Визначення джерел конкурентних переваг підприємства, що сприяють реалізації стратегії.

5. Формулювання стратегічних цілей підприємства, що пов'язані з драйверами створення вартості в контексті поточних і майбутніх трендів ринкового середовища і конкурентних переваг підприємства.

6. Створення деталізованого плану реалізації стратегії, що визначає коротко-, середньо-, довгострокові дії в прив'язці до ключових цілей і етапів стратегічного плану.

7. Роз'яснення способу створення вартості та підтримки конкурентних переваг за рахунок коротко- та довгострокових інвестицій підприємства.

8. Вивчення ризиків внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства, вивчення пропозицій щодо шляхів їх мінімізації.

9. Пояснення зв'язку матеріальної винагороди менеджменту підприємства з досягненням стратегічних цілей і створенням довготермінової вартості.

Розробники стратегії виходять з такого підходу – відбувається формування загальних цілей діяльності підприємства, що надалі впливають на траєкторію та час досягнення поставлених цілей. Таким чином, розробка та реалізація стратегії має ґрунтуватися на глибокому вивченні екзогенного та ендогенного середовища діяльності підприємства, розуміння взаємодії драйверів в розрізі досягнення поставлених фінансових і нефінансових цілей підприємства.

Фінансова стратегія як невід'ємна складова корпоративної стратегії підприємства також має вибудовуватися за описаним підходом, по-перше, з метою забезпечення досягнення її найкращих результатів, по-друге, задля її інтеграції в систему корпоративної стратегії підприємства.

Фінансова стратегія – як функціональна стратегія – має містити окремі специфічні цілі та механізми досягнення поставлених цілей. За методикою процес виходить з етапу фінансового аналізу підприємства, що далі переходить в оцінку та ранжування критичних точок фінансового стану підприємства та перетікає в складення прогнозу на період планування. Надалі відбувається вибір основного критерію вдосконалення фінансової діяльності підприємства, що переходить в розробку, аналіз і відбір пропозицій щодо розробки фінансової стратегії та оцінку відібраних пропозицій в трьох варіантах. Після завершення формування пулу сценаріїв реалізації фінансової стратегії відбувається перевірка досяжності основного критерію вдосконалення фінансової діяльності та оформлення фінансової стратегії з фіналом процесу в формі затвердження фінансової стратегії вищими органами управління підприємством – Правлінням і Наглядовою радою.

Окресливши склад фінансової стратегії, що втілюється в етапах розробки, реалізації, контролю та пост-контролю, комунікації стейкхолдерам, постає задача підтримки результативної роботи над фінансовою стратегією підприємства. Рішенням є створення стандартизованого регламенту розробки фінансової стратегії підприємства. Поміж переваг такого внутрішнього методичного документу є стандартизація практичної роботи, визначення ролей в рамках процесу розробки фінансової стратегії, покращення комунікації всередині підприємства, інтеграція розробки фінансової стратегії з процесом бюджетування, зняття психологічної напруги в колективі через невизначеність щодо результатів роботи над фінансовою стратегією підприємства. Додатковим аргументом для формалізації та структурування фінансової стратегії є потреба в розвитку концепції стратегічного фінансового процесу, що охоплює вищезазначені задачі. Слід зазначити, що таких методичних документів бракує в українському науковому та практичному доробку; з цих міркувань вважаємо за доцільне запропонувати наше бачення такого внутрішнього методичного документу.

Таким чином, фінансова стратегія, виступаючи медіатором між рівнями корпоративної стратегії та функціональних стратегій підприємства, має, по-перше, виконувати свою безпосередню задачу з пошуку оптимальної структури капіталу, по-друге, підтримувати та уможливлювати виконання інших функціональних стратегій підприємства, по-третє, балансувати різні складові корпоративної стратегії.

Список використаних джерел:

1. Алексін Г.О. Аналіз фінансової стратегії підприємства на основі матриці рентабельності. Інноваційний розвиток корпоративних фінансів: тенденції та перспективи : монографія / [Терещенко О.О., Бабяк Н.Д., Іващенко А.І. та ін.]; за заг. ред. д.е.н., проф. О. Терещенка. Київ : КНЕУ, 2017. С. 113–124.
2. Наумова Л. Ю. Фінансова стратегія економічного розвитку підприємств. *Наука й економіка*. 2014. №34. С. 134–139.
3. Myers S. Finance Theory and Financial Strategy. Interfaces. 1984. №1. С. 126–137.
4. Kay J. The Business of Economics. Oxford University Press: Oxford, 1996.236 с.
5. Randoy T., Oxelheim L., Stonehill A. Corporate Financial Strategies for Global Competitiveness. *European Management Journal*. 2001. №6. С. 659–669.

РИНОК БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Попова Е., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування», спеціалізація «Державні фінанси»
Наук. кер. – Чорновол А. О.

Стаття присвячена розкриттю теоретико-методологічні засади функціонування ринку банківських послуг. Розкрито теоретичні аспекти формування банківських послуг, фактори, що впливають на розвиток банківських послуг, а також шляхи підвищення ефективності функціонування та розвитку ринку банківських послуг.

The article is devoted to the disclosure of theoretical and methodological principles of the market of banking services. Theoretical aspects of the formation of banking services, factors influencing the development of banking services, as well as ways to improve the efficiency and development of the banking services market are revealed.

Актуальність даної теми полягає в тому, що банківська система є важливою складовою фінансового ринку, а її стабільність та ефективність – необхідна умова розвитку національної економіки. В сучасних умовах основним завданням банківського сектору є перерозподіл фінансових ресурсів між державою, суб'єктами господарювання та домогосподарствами у важливі галузі економіки. Банківські установи відіграють важливу роль у розвитку країни концентруючи фінансові ресурси і спрямовуючи кредитні потоки в пріоритетні галузі економіки. Банківська система України є головним джерелом інвестування фінансових ресурсів в економіку країни та є фактором щодо забезпечення ефективного

здійснення відтворювальних процесів підприємств. Все вище зазначене зумовлює необхідність дослідження розвитку банківської системи країни, а саме ринок банківських послуг та її стабільність в умовах розвитку країни.

Метою статті є обґрунтування особливостей функціонування банківської системи України та надання банківських послуг в сучасних умовах розвитку національної економіки.

Об'єктом дослідження є суспільні відносини, що виникають у процесі функціонування банківської системи України, зокрема на ринку банківських послуг.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти трансформації банківської системи у сучасних умовах.

Банківська система України відіграє пріоритетну роль щодо формування відносин між економічними суб'єктами фінансового ринку, оскільки саме банківські установи є структурними елементами економіки, які задіяні в організації руху грошових потоків. Вони формують кредитну систему країни, концентруючи найбільшу частину її ресурсів. Тому, банківську систему розглядають як галузь діяльності, яка має своє особливе призначення, свої специфічні риси і функції та виникає не внаслідок механічного поєднання окремих банків у певну сукупність, а формується на виробленій концепції, у межах якої відводиться конкретне місце кожному виду банків і кожному окремому банку.

На сьогоднішній день банківська система України знаходиться у складному становищі. Запропонована Національним банком України Програма реформ щодо оздоровлення банківської системи, призвела до зменшення кількості банківських установ та до змін у функціонуванні найбільш важливих системних банків. Проте, за 2019 рік в банківському секторі України можна виділити такі тенденції: повернення до прибуткової діяльності банківських установ; збільшення облікової ставки Національним банком України, що призвело до збільшення привабливості вкладень у державні цінні папери та депозитні сертифікати НБУ; незначні темпи кредитування суб'єктів господарювання; зростання споживчого кредитування. Для забезпечення стабільного функціонування банківської системи в умовах фінансової нестабільності до основних заходів з підтримання стійкості банківських установ та їх достатньої ліквідності, виконання зобов'язань перед вкладниками і кредиторами слід підвищити рівень захисту вкладів клієнтів банківських установ, здійснювати контролю за цільовим використанням кредитів рефінансування; продовжити рекапіталізацію банків.

Стабільне функціонування банківського сектору є запорукою економічного розвитку кожної країни. В умовах змін в соціально-економічній та політичній сфері особливої уваги потребує функціонування банківської системи держави, зокрема нагальним є вирішення питання її правового регулювання. Зважаючи на прагнення України інтегруватися в європейський та світовий економічні простори додаткової актуальності набуває питання гармонізації вітчизняного законодавства та відповідного законодавства країн-членів ЄС. Визначальним чинником у цих процесах залишається державна політика та діяльність державних органів, які здійснюють регулювання, всебічний контроль та нагляд за функціонуванням банківської системи. Чинне законодавство, яким керуються у своїй діяльності ці державні органи потребує змін та доповнення. Напрацювання науковців стали вагомим внеском у дослідженні банківської системи, ринку банківських послуг та здійснюваної банками діяльності і сприяли поглибленому аналізу наукового дослідження. Однак, з урахуванням постійних змін, що відбуваються у банківській сфері існує потреба у цілісному комплексному дослідженні проблем функціонування банківської системи, що поглиблює актуальність обраної теми випускноъ квалыфыкацыйноъ роботи.

Банківська система є елементом фінансової системи країни. Банківська система діє як механізм розподілу фінансових ресурсів та грошових коштів, відбувається їх мобілізація та залучення в економічний обіг. Особливості сфери в розвитку фінансової системи є досить актуальними. Останні роки в Україні відбулися значні зміни, що пов'язані з проведенням «очищення» ненадійних та корумпованих банків, що посилює увагу науковців до аналізу цього процесу та його наслідків для економіки країни.

Однією з найголовніших передумов досягнення сталого розвитку національної економіки є стійкість та стабільність банківського сектору країни. Саме тому аналіз банківської системи України, зокрема основні зміни, які торкнулися банківського сектору України упродовж останніх років є досить актуальними на сьогодні.

Економічна системи вимагає від банківського сектора пропозиції дедалі більшого числа послуг своїм клієнтам. За останні роки банківська справа в багатьох країнах світу вийшла на новий, якісний рівень, який, зокрема, передбачає охоплювання більшості населення банківськими послугами. Так, у країнах Європи більше 80% дорослого населення мають поточний рахунок або внески в банку. Враховуючи динамізм банківської системи України, однією з актуальних на сьогодні проблем є детальне вивчення ролі та місця банківських послуг.

Дослідженню банківських послуг присвячено праці багатьох вітчизняних економістів, зокрема: Л.Г.Клюба [1], Л.А.Клюско [2], О.П.Степаненко [3], Ю.В.Шевчук [4], Я.А.Шмуратко [5] та інших.

Діяльність банків у сфері надання послуг і досі залишається однією з найактуальніших тем щодо здійснення банківської діяльності. Більшість фахівців з банківської справи переважно всі банківські операції поділяють на три групи: активні; пасивні; розрахунково-касові операції.

Практика доводить необхідність та важливість окремого дослідження банківських послуг як самостійного продукту банківської діяльності. У розвинутих країнах світу комерційні банки отримують значну частку доходів саме від надання банківських послуг, яка нерідко перевищує половину загальної суми доходів банків. В Україні останнім часом спостерігаються значні темпи зростання обсягу банківських послуг. Лише за останні роки частка доходів універсального банку від надання банківських послуг зросла в середньому з 20 до 30—35 % у загальній сумі доходів банків.

Досліджуючи економічну сутність банківської послуги, слід відзначити високий ступінь неузгодженості трактувань даної економічної категорії. У перекладних західних джерелах із банківського менеджменту поняття «банківська операція» (banking operation) та «банківська послуга» (banking service) взагалі ототожнюються, що певним чином можна пов'язати із недосконалістю перекладу.

Сучасні дослідники розглядають поняття «банківська послуга» у різних змістовних контекстах. Клюба Л.Г. стверджує, що банківська послуга визначається як результат проведення банківської операції, спрямованої на задоволення потреб споживачів – клієнтів банківської установи [1]. Клюско Л.А. визначає послуги як кінцевий результат, готовий банківський продукт, тоді як операції – як виробничий процес [2]. Ю.В. Шевчук поділяє діяльність комерційних банків на три види: активні операції, пасивні операції та послуги, тобто послуги банків відокремлені від операцій і виступають як самостійна складова продуктів банку [4].

За наведеними трактуваннями можна зробити висновок, що поняття банківських операцій і послуг розглядаються з позиції суб'єктів відносин - банку та клієнтів, що по суті, ототожнюють ці поняття. Водночас банківські послуги розглядаються лише як допоміжні, супутні дії до банківських операцій, які можуть давати банкам додатковий дохід.

Ринок банківських послуг є однією із важливих та невід'ємних складових сучасної ринкової економіки. Саме тому на сьогодні зростає інтерес до різних аспектів діяльності банків та методів управління ними. Банки поступово перетворилися на основні посередники у перерозподілі капіталів, у забезпеченні безперервності процесу економічного відтворення. Ринок банківських послуг - це специфічна сфера економічних відносин, функцією яких є балансування попиту і пропозиції на банківські продукти.

Функціонування ринку банківських послуг має свої особливості, серед яких можуть бути виділені: тісне поєднання державного і ринкового регулювання з метою підтримки його стабільності; регулювання і регламентація відносин на ринку нормами міжнародного права і внутрішнім законодавством; прозорість інформації про стан ринку та його учасників; необмежена кількість учасників ринку; широкий асортимент банківських продуктів таїх диверсифікація.

Дослідження теоретичних аспектів ринку банківських послуг зумовлює першочергову потребу всебічного наукового обгрунтування сутності самого терміна "банківська послуга". Банківські послуги активно впливають на розвиток економіки України як на макро, так і на макрорівні [6].

Банківська послуга є одним із дійових факторів інтенсифікації відтворюваного процесу в цілому і такої його складової, як обмін, а також відіграє значну роль у задоволенні потреб населення, підвищенні його життєвого рівня шляхом надання споживчих кредитів і впливу на розвиток малого бізнесу.

Якщо розглядати банківську установу як комерційне підприємство, створене з метою отримання прибутку, поняття їх продуктів, з одного боку, має відповідати загальновизнаним поняттям товарів і послуг, а з іншого - враховувати специфіку банківської діяльності. До таких особливостей слід віднести поділ банківських продуктів на банківські операції та послуги.

Банківська послуга як самостійна економічна категорія має складну природу. У порівнянні з іншими продуктами матеріальної сфери виробництва, банківські послуги мають свої особливості, а саме: банківські послуги не набувають безпосереднього матеріального втілення у традиційному розумінні; відносини з банком мають переважно довгостроковий характер; нерозривність процесу надання та споживання банківських послуг; оперування з грошима у різних формах – готівкою, безготівковими грошима.

Якщо ж порівнювати банківські операції та банківські послуги, то послуги мають комплексний характер та характеризуються такими особливостями: банківські послуги не пов’язані з формуванням та використанням ресурсів банку; є менш ризикованими, не акумулюють кредитний та процентний ризик; доходи від послуги відносять до кінцевого споживання; супроводжують виконання банківської операції; за послуги стягується плата у вигляді комісії, за операції – у вигляді процентних доходів або витрат банку.

Таким чином, банківську послугу можна визначити як комплексний результат діяльності банку із максимального задоволення зростаючих із часом вимог клієнта при проведенні банківських операцій або із залучення тимчасово вільних ресурсів, спрямована на одержання прибутку.

У практиці банківської системи застосовуються різні підходи до класифікації банківських послуг. Найпоширенішими є їх поділ на: традиційні - розрахунково-платіжні, посередницькі, інформаційно-консультативні та інші послуги; нетрадиційні – такі, що раніше не належили до характерних банківських послуг, зявилися недавно – гарантійні, брокерські, трастові, консалтингові та інші.

О.П. Степаненко надає класифікацію банківських послуг за наступними групами: депозитні, кредитні, інвестиційні, інші послуги. Але, на нашу думку, даний поділ не є об'єктивним, оскільки кредитні та депозитні послуги доцільніше відносити до банківських операцій, та к як вони немають властивостей послуг.

Доцільніше підтримати позицію О.В. Дзюблюка, який зазначає, що банківський продукт має двояке вираження - з одного боку, це створення безготівкових платіжних засобів, що є результатом тих самих операцій, а з іншого - це надання різного роду послуг шляхом проведення активних, пасивних та комісійнопосередницьких операцій.

Для розкриття специфіки потреб, які задовольняються шляхом надання банківських послуг, можна класифікувати за такими ознаками, як споживачі послуг банку, типи та різновиди цих послуг: фізичні особи (кредити, депозити, розрахунки, кредитно-розрахункове обслуговування, інвестиції); корпорації, підприємства (кредити, депозити, розрахунки, кредитно-розрахункове обслуговування, інвестиції); банки (кредити, депозити, платежі, інвестиції); державні органи (кредити, депозити, платежі, інвестиції).

Відповідно до зв'язку із функцією банку щодо перерозподілу грошових ресурсів, банківські послуги можливо прив'язати до діяльності конкретних підрозділів комерційного банку, що їх надають, а саме: послуги, що пов’язані із процентними доходами та витратами (послуги для вкладників та позичальників) – це послуги перерозподілу грошових ресурсів; комісійні послуги (трастові операції, надання банківських сейфів, депозитарні послуги); розрахунково-касове обслуговування – послуга, яка поєднує, як комісійні, так і процентні послуги; посередницькі послуги – діяльність комерційних банків при емісії, розміщенні та організації вторинного обігу цінних паперів клієнтів; послуги щодо торгівлі валютою – отримання спекулятивного прибутку за рахунок зміни курсів балют, страхування ризиків знецінення коштів внаслідок зміни валютних курсів; консультацйно-інформацйні послуги – надання кваліфікаційних консультацій та інформаційної підтримки з банківських, фінансових та правових питань; розрахунково-платіжні послуги – касове обслуговування, ведення рахунків юридичних та фізичних осіб; інвестиційні послуги – підбір об’єктів інвестування, формування інвестиційного портфеля; нетрадиційні послуги – телебанкінг, мобільний банкінг, інтернет-банкінг; послуги самообслуговування клієнтів.

За наведеними трактуваннями можна зробити висновок, що поняття банківських операцій і послуг розглядаються з позиції суб'єктів відносин - банку та клієнтів, що по суті, ототожнюють ці поняття. Водночас банківські послуги розглядаються лише як допоміжні, супутні дії до банківських операцій, які можуть давати банкам додатковий дохід.

Ринок банківських послуг є однією із важливих та невід'ємних складових сучасної ринкової економіки. Саме тому на сьогодні зростає інтерес до різних аспектів діяльності банків та методів управління ними. Банки поступово перетворилися на основні посередники у перерозподілі капіталів, у забезпеченні безперервності процесу економічного відтворення. Ринок банківських послуг - це специфічна сфера економічних відносин, функцією яких є балансування попиту і пропозиції на банківські продукти.

Природа банківських продуктів недає можливості розкрити їх економічну природу, розмежувати поняття банківської операції та банківської послуги, які здебільшого ототожнюються. У західній літературі панує поширений підхід до трактування банківських послуг, коли під ними розуміють будь-який вид діяльності банку. Банківська послуга як самостійне поняття, що характеризує діяльність бан ку, губиться в широкому колі банківських операцій, які охоплюють усі сторони діяльності банку.

Таким чином, створення ефективної системи антикризового регулювання банківської системи залишається важливим стратегічним завданням для України. Тому реалізація розглянутих заходів щодо удосконалення антикризового регулювання надасть можливість забезпечити стійкий розвиток банківської системи України, що своєю чергою стане міцним підґрунтям для виходу з кризового стану та подальшого збалансованого розвитку національної економіки.

В сучасній економіці однією з найбільш актуальних проблем є забезпечення фінансової стабільності банківської системи загалом та окремих банківських установ. Оцінювання фінансової стабільності банківської системи включає моніторинг макроекономічних, ринкових, правових, політичних, соціальних та інших факторів, які впливають на економічну стратегію учасників фінансового ринку.

Список використаних джерел:

1. Кльоба Л. Г. Оцінювання рівня інноваційності банківських продуктів і послуг. *Ефективна економіка*. 2016. № 6.
2. Клюско Л. А. Інновації у сфері банківського бізнесу. *Збірник наукових праць Університету державної фіскальної служби України*. 2019. Вип. 2. С. 109–128.
3. Реверчук С. К., Кльоба Л. Г., Паласевич М. Б. Управління і регулювання банківською інвестиційною діяльністю : монографія. Львів, 2007. 352 с.

4. Степаненко О. П. Тенденції інноваційного розвитку банківської системи України. *Актуальні проблеми економіки*. 2012. № 6. С. 275–282.
5. Шевчук Ю. В. Оцінка використання фінансових інновацій на фінансовому ринку України. *Економіка та держава*. 2019. № 5. С. 39–44.
6. Шмуратко Я. А., Джосан Д. О. Сучасні тенденції розвитку банківських інновацій. *Гроші, фінанси і кредит*. 2016. №2. С. 299–302.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПЛАНУВАННЯ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ПІДПРИЄМСТВА

Прокопюк В., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»
Наук. кер. – Вудвуд В. В.

У статті розглянуто методологічні проблеми прогнозування основних фінансових показників, пов'язаних із прогнозуванням кінцевих результатів діяльності підприємства. Фінансове планування та прогнозування є важливими функціями фінансових менеджерів, аналітиків і є важливими при прийнятті управлінських рішень. Довгострокове зростання та зміцнення позицій компанії на ринку неможливі без якісного фінансового планування.

The article considers the methodological problems of forecasting key financial indicators related to forecasting the final results of the company. Financial planning and forecasting are important functions of financial managers, analysts and are important in making management decisions. Long-term growth and strengthening of the company's position in the market are impossible without high-quality financial planning. Improving the quality of forecasting requires a thorough analysis of the application of various methods and techniques.

Актуальність. Фінансове планування та прогнозування є важливими функціями фінансових менеджерів, аналітиків та має важливе значення при прийнятті управлінських рішень. Без якісного фінансового планування неможливе довгострокове зростання, зміцнення позицій компанії на ринку. Підвищення якості прогнозування потребує ретельного аналізу, застосування різних методів та способів.

У сучасних умовах, що змінюються, все складніше планувати і прогнозувати діяльність та фінансові показники компанії для обґрунтування та прийняття своєчасних управлінських рішень. Без прогнозування майбутніх показників неможливо планувати діяльність, важливо аналізувати якість прогнозів, виявляти причини невідповідностей. Слід врахувати, що якісне прогнозування сприяє формуванню оптимальної стратегії компанії, що впливає на тактику. Процес прогнозування досить складний, оскільки є безліч чинників, які впливають на узагальнюючий показник. Крім того, існують різні сценарії розвитку.

В останні роки фінансове прогнозування стало одним із найважливіших аспектів діяльності будь-якого підприємства. Воно дозволяє компаніям бачити вектор свого розвитку протягом різних часових горизонтів і за необхідності внести зміни у поточну діяльність задля досягнення вищих результатів у майбутньому чи запобігання стагнації підприємства. Завдяки фінансовому прогнозуванню компанія мінімізує ризики, пов'язані з «касовими розривами», втратою ліквідності, зниженням виробництва тощо. Крім того, використовуючи інструмент прогнозування, менеджмент підприємства має можливість оцінити його діяльність через кілька періодів за допомогою розрахунку різних коефіцієнтів, мультиплікаторів і показників. Ця оцінка дозволить зробити оперативні висновки щодо майбутніх грошових потоків та ухвалити управлінське рішення сьогодні.

Огляд теоретичних джерел показав дискусійний характер питання щодо сутності фінансового планування та прогнозування. Фінансове планування компанії пов'язують із плануванням доходів і витрат [1], «передбаченням» [3], що більше властиво прогнозуванню, на наш погляд. Прогнозування передує плануванню, при цьому обидва процеси мають безперервний характер. У першому випадку оцінюються показники під впливом різних факторів, визначаються довгострокові зміни фінансового стану компанії, у другому – визначаються цільові показники компанії на основі попередніх прогнозів, ймовірності настання сценаріїв розвитку та стратегічних цілей компанії [5].

Метою статті є визначення необхідності та актуальності прогнозування прибутку підприємства.

Об'єктом дослідження є процес прогнозування прибутку у плануванні діяльності підприємства.

Предметом дослідження є теоретичні особливості прогнозування прибутку у плануванні діяльності підприємств.

Особливо важливе значення для компанії має стратегічний фінансовий прогноз, він розробляється виходячи з цілей ведення бізнесу, з урахуванням макроекономічних процесів економіки, фінансової політики держави, зокрема податкової та митної політики; стану та розвитку фінансових ринків, інвестиційних та інфляційних процесів тощо [4]. В основі ринкового механізму лежать економічні

показники, необхідні для планування та об'єктивної оцінки виробничо-господарської діяльності підприємства, формування та використання спеціальних фондів, порівняння витрат та результатів на певних етапах відтворювального процесу.

Провівши дослідження літературних джерел встановлено, що загальні наукові питання сутності прибутку, теоретичних і практичних засад його аналізу, у тому числі на підприємствах різних видів економічної діяльності, присвячено праці відомих вітчизняних та зарубіжних науковців, серед яких: В. Головко, Г. Голубнича, Н. Гура, Й. Даньків, Н. Дорош, І. Дрозд, Г. Кіндрацька, Л. Ловінська, О. Малишкін, В. Пантелеєв, В. Пархоменко, Г. Савицька, І. Садовська, Ю. Субботович, М. Чумаченко, В. Шелудько, А. Баканов, І. Бланк, М. Ван Бред, Г. Велш, К. Друрі, Б. Нідлз, А. Шеремет, Д. Шорт та інші.

Дослідження економічної наукової думки дозволило констатувати, що існує необхідність комплексного дослідження питань обліково-аналітичного забезпечення формування прибутку, поглибленого його аналізу з використанням методів економіко-математичного моделювання. Ефективне управління процесом формування прибутку визначається якістю здійсненого аналізу результативного показника, наявними невикористаними резервами, обґрунтованими плановими та прогнозними показниками його формування та використання.

Для визначення стратегії розвитку підприємства потрібно здійснювати оцінку фінансового стану підприємства, прораховувати майбутні прибутки і збитки. Результати аналізу прибутку та рентабельності використовують у фінансовому плануванні та прогнозуванні. Планування та аналіз прибутку є складовою фінансового планування та фінансового аналізу. Фактично прогнозування має передувати плануванню і здійснювати оцінку численних його варіантів. Фінансове планування виступає інструментом конкретизації розробок планів та прогнозів, пропозицій щодо напрямів реалізації поставленої мети та завдань.

Фінансове планування - це процес обґрунтування на певний період руху фінансових ресурсів підприємства і відповідних фінансових відносин. Об’єктом планування виступає фінансова діяльність підприємства, зокрема прибуток підприємства в цілому та в розрізі видів діяльності [2, с.125]. Фінансове прогнозування та планування є складовою фінансової роботи підприємства. Етап планування та прогнозування передбачає визначення загальної потреби в грошових коштах з метою забезпечення нормальної виробничої господарської діяльності, можливості отримання цих коштів, їх раціонального використання та отримання прибутку.

Метою планування та прогнозування прибутку підприємства є планування оптимального співвідношення отриманих доходів від реалізації продукції та витрат на її виготовлення та реалізацію.

Більш детально інформацію про планування доходів та витрат, як визначальних складових формування прибутку відображають у таких документах:

- бізнес-план, у якому наводяться прогнозні показники обсягів реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) та здійснення фінансової та інвестиційної діяльності, оскільки від цього залежить фінансовий стан підприємства;

- фінансові плани (стратегічні, поточні та оперативні). Поточні фінансові плани складають у формі балансу доходів та витрат, оперативні - платіжного календаря.

Основною метою розробки фінансового плану є узгодження планових показників доходів та витрат за видами діяльності (операційна, інвестиційна та фінансова) на всіх етапах планового періоду. План доходів та витрат розробляється на наступний рік у помісячному розрізі з метою забезпечення обліку сезонних коливань отримання доходу від реалізації продукції, складається за окремими видами господарської діяльності та по підприємству в цілому.

Етапи розробки плану отримання прибутку, доходів та витрат:

1) прогнозування отримання фінансових результатів операційної діяльності підприємства, оскільки ряд результативних показників даного плану є початковою передумовою розробки інших складових його частин. Здійснення відбувається двома основними способами:

-виходячи з планового обсягу реалізації продукції;

-виходячи з планової цільової суми чистого прибутку.

2) розробка планових показників фінансових результатів від інвестиційної діяльності підприємства (враховуючи фінансові результати від операційної діяльності). Основою виконання плану може бути:

-програма реального інвестування, що характеризує обсяг вкладання грошових коштів по окремих інвестиційних проектах, які здійснюють або плануються до реалізації;

-портфель довгострокових фінансових інвестицій, що проектується до формування. У разі наявності такого портфелю, розраховується величина коштів, що потребується задля забезпечення зростання чи приросту від реалізації фінансових інструментів;

-передбачена сума надходження грошових коштів від реалізації основних засобів та нематеріальних активів, в основу розрахунку якої покладений план їх оновлення;

-прогнозований розмір інвестиційного прибутку, оскільки прибуток від завершених реальних інвестиційних проектів, що вступили в стадію експлуатації, виявляється у складі операційного прибутку

підприємства, пропонується розмір прибутку лише за довгостроковими фінансовими інвестиціями - дивідендами та відсотками.

3) розрахунок планових показників фінансових результатів від фінансової діяльності підприємства, яка покликана забезпечити джерела зовнішнього фінансування операційної та інвестиційної його діяльності в наступному періоді. Здійснюється методом прямого розрахунку на основі потреби підприємства в зовнішньому фінансуванні, визначеній по окремих її елементах.

Основою здійснення цих розрахунків є:

- передбачений обсяг додаткової емісії власних акцій або залученого додаткового пайового капіталу;
- запланований обсяг залучених довгострокових та короткострокових фінансових кредитів та запозичень;
- передбачувана величина отримання грошових коштів у разі безоплатного цільового фінансування;
- прогноз погашення суми основного боргу за короткостроковими та довгостроковими позиками у плановому періоді;
- запланована величина виплати дивідендів акціонерам [3, с. 347].

У процесі планування прибутку можуть використовуватись загальноприйняті методи і прийоми, за допомогою яких досягаються необхідні результати: техніко-економічні розрахунки; економіко-статистичні; економіко-математичні; порівняння; балансовий; екстраполяції чистого оборотного капіталу. Практична реалізація планування прибутку забезпечується на основі використання методів планування, наведених в табл. 1 [1; 3; 4].

Доцільно при плануванні прибутку від операційної діяльності використовувати різновид методу прямого розрахунку – метод поасортиментного планування прибутку в розрізі видів продукції та асортиментних позицій.

Вибір методу обґрунтування плану прибутку підприємства повинен здійснюватися з урахуванням, перш за все часового виміру плану, що сприяє адекватності способів та строковості плану, і таким чином підвищує точність прогнозних розрахунків.

Таблиця 1

Методи планування прибутку підприємства

№	*Метод*	*Характеристика*	*Переваги*	*Недоліки*
1.	Прямого розрахунку	Вирахування з чистого доходу підприємства усіх понесених витрат	Можливість застосування для визначення планового прибутку за окремим видом продукції	Є трудомістким процесом при значних асортиментних груп продукції; не дозволяє визначити вплив на прибуток окремих факторів
2.	За показником витрат на 1 грн. продукції	Може бути застосований в цілому по підприємству з розрахунку прибутку від виробництва та реалізації продукції	Можливість використання даних про витрати виробництва та реалізацію продукції за попередні періоди та очікувану їх зміну, що прогнозується в наступному періоді	Не дозволяє визначити вплив на прибуток окремих факторів
3.	Аналітичний	Розрахунок доходу від реалізації здійснюється шляхом добутку планового обсягу реалізації продукції на планово-розрахункову ціну виробу.	Дозволяє виявити вплив окремих факторів на плановий прибуток	Прибуток розраховується не в розрізі асортиментних груп, що вироблятимуться в плановому періоді, а за всією порівнянною продукції

Відповідно до цього, розрізняють основні види планування прибутку:

-оперативне (короткострокове) планування (місяць, квартал);

-поточне (середньострокове) планування (до 1 року);

-стратегічне (довгострокове) планування (1-3 роки).

Кожен з видів планування прибутку підприємства є складовим елементом комплексного плану розвитку підприємства і має певні особливості організації планового процесу.

Досягнення високих результатів господарської діяльності підприємства передбачає управління процесом формування, розподілу і використання прибутку. Управління включає планування прибутку, його аналіз та постійний пошук можливостей зростання доходів та зменшення собівартості виготовлення продукції.

Побудова моделі та ефективність управління прибутком визначається специфікою конкретного підприємства, особливостями його фінансово-господарської діяльності, специфікою ринкового середовища

її реалізації, чисельністю персоналу. Тому розробка моделі управління прибутком є індивідуальною для кожного підприємства. Проте при цьому використовуються загальні принципи, методи та прийоми - інструментарій управління прибутком [4].

Організація управління прибутком підприємства – процес налагодження ієрархічних взаємозв'язків між структурними підрозділами підприємтсва чи окремими особами управління, що характеризують вертикальну та горизонтальну підпорядкованість управлінню. При цьому, зростання ефективності діяльності цих підрозділів (осіб) можна досягти, дотримуючись системного підходу, реалізація якого спрямована на створення мінімальної кількості структурних підрозділів, що можуть раціонально забезпечити реалізацію функцій управління.

Впорядкована сукупність підрозділів управління, взаємозв'язок між ними та належне виконання функціональних обов'язків кожного працівника підрозділу є запорукою ефективного процесу управління прибутком підприємства.

Створення ефективної системи управління прибутком досягається шляхом оптимізації взаємовідносин та обміну інформацією між внутрішніми структурними службами та підрозділами підприємства, що пов'язані між собою. Вони повинні забезпечувати розробку та прийняття управлінських рішень з окремих аспектів формування, розподілу та використання прибутку і нести відповідальність за отримані результати.

Враховуючи, що система управління прибутком є елементом системи управління підприємством, тому її організаційне забезпечення має бути інтегроване з загальною організаційною структурою управління.

Сукупність функціонально та організаційно поєднаних підрозділів дій і процедур, а також набір математичних та фінансово-аналітичних методів, що визначають методологічну основу узгодження кожного підрозділу системи, формують модель управління прибутком підприємства.

Таким чином, існує зв'язок між прогнозом та планом. Прогноз часто використовується у процесі планування. Можливість прогнозування у плані, який ґрунтується на минулих тенденціях явища, визначає доступність рішення, тобто прогноз стає частиною плану, початковою стадією його формування. Розробка моделі фінансового планування здатна захистити менеджмент від небажаних ризиків, проблем та недоліків. Загальний зворотній зв'язок цього аспектів і виходить із моделі економічного аналізу. Він ґрунтується на актуалізації поточної оцінки ризиків, зокрема з боку довкілля, чинники якої призводять до основного недоліку стратегічного плану сучасного бізнесу.

Таким чином, поліпшення фінансового планування підприємства - це складний процес, який має посилити всі аспекти діяльності суб'єкта господарювання, як з боку внутрішнього планування, так і з урахуванням оцінки зовнішнього середовища на місцевому, регіональному, національному та міжнародному рівнях.

Список використаних джерел:

1. Кірсанова Т.О., Дьяченко Н.А. Проблеми та перспективи фінансового планування на підприємстві. Вісник Сумського державного університету. *Економіка*. 2011. №. 4. С. 48–57.
2. Панасюк М.А., Бойко О.О. Фінансове планування діяльності сучасного підприємства. *Вісник Мукачівського державного університету.* 2016. №. 2. С. 122–127.
3. Цмоць О.І. Прогнозування фінансового стану підприємства за допомогою штучних нейронних мереж. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2011. Вип. 219. С. 347–352.
4. Шелудько В.М. Фінансовий менеджмент: підручник; 2-е вид., перероб. і доп. Київ: Знання, 2013. 375 с.
5. Щербань О.Д. Види та методи фінансового планування на підприємстві. *Young*. 2017. Т. 46. №. 6.
6. Янковська В.А., Хижняк А.М. Теоретичні основи планування та прогнозування на підприємстві. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право.* 2015. №. 2. С. 166.

ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОНАННЯ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ В УМОВАХ ОБМЕЖЕНОСТІ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ

Пуюл Н., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування», спеціалізація «Державні фінанси»
Наук. кер. – Ковалевич Д. А.

Стаття присвячена дослідженню процесу формування та виконання місцевих бюджетів України в умовах обмеженості фінансових ресурсів. Розкрито теоретичні та практичні основи бюджетного процесу на місцевому рівні. Проведено аналітичні дослідження виконання дохідної та видаткової частин місцевих бюджетів Чернівецької області. Запропоновано пропозиції щодо покращення порядку місцевих бюджетів за умов обмеженості фінансових ресурсів.

The article is devoted to the study of the process of formation and implementation of local budgets of Ukraine in conditions of limited financial resources. Theoretical and practical bases of the budget process at the local level are revealed. Analytical researches of execution of revenue and expenditure parts of local budgets of Chernivtsi region are carried out. Suggestions on improvement of the order of local budgets in the conditions of limited financial resources are offered.

Актуальність теми. Бюджет є важливим інструментом регулювання темпів і пропорцій суспільного розвитку як на макрорівні, так і на рівні окремих адміністративно-територіальних одиниць. Саме завдяки бюджету органи влади повно та якісно можуть виконувати основні функції: управлінську, соціальну та економічну.

Фінансові ресурси – це першооснова фінансового господарства держави. Загалом, фінансові ресурси відображають сукупність доходів і надходжень, які перебувають у розпорядженні підприємств, організацій та держави і спрямовуються на задоволення суспільних потреб з метою розширеного відтворення та зростання матеріального добробуту населення. Фінансові ресурси держави охоплюють ресурси всіх секторів економіки: державного, підприємницького, а також приватного сектора. Все це обумовлює актуальність теми дослідження.

Мета дослідження**.** Основна мета дослідження полягає у виявленні сутності, закономірностей становлення і розвитку місцевих бюджетів, їх ролі в економічній системі держави; розкритті суті та ролі місцевих органів влади в процесі управління фінансовими ресурсами умовах їх обмеженості.

Об'єктом дослідження є місцеві бюджети Чернівецької області.

Предметом дослідження є економічні відносини виконання місцевих бюджетів в умовах обмеженості фінансових ресурсів.

Теоретико-методологічні засади дослідження бюджету сформовані у працях Г. В. Возняка, О. І. Барановського, В. Г. Дем'янишина, Н. В. Кореня, В. П. Кудряшова, Л. В. Лисяк, І. О. Лютого, В. М. Опаріна, К. В. Павлюк, Д. В. Полозенка, Л. К. Сергієнка, І. Я. Чугунова.

Бюджет доцільно розглядати з різних точок зору – як фінансову, економічну, правову, політичну категорії. Як економічна категорія бюджет являє собою сукупність економічних відносин між державою, з одного боку, і юридичними та фізичними особами, з іншого, з приводу розподілу і перерозподілу валового внутрішнього продукту з метою формування і використання централізованого фонду грошових коштів, призначеного для забезпечення виконання державою її функцій. Бюджет як централізований фонд фінансових ресурсів перебуває у розпорядженні органів виконавчої влади певного рівня й використовується для виконання на них функцій, передбачених Конституцією. Як фінансовий план держави бюджет забезпечує можливість виконання відповідними органами державної влади та місцевого самоврядування покладених на них функцій .

Джерелами фінансування бюджету є:

1) кошти від державних (місцевих) внутрішніх та зовнішніх запозичень:

2) кошти від приватизації державного майна (включаючи інші надходження , безпосередньо пов'язані з процесом приватизації) – щодо державного бюджету;

3) повернення бюджетних коштів з депозитів, надходження внаслідок продажу/пред'явлення цінних паперів:

4) вільний залишок бюджетних коштів з дотриманням умов, визначених цим Кодексом[1].

Важливим є розвиток основних засад управління місцевими фінансовими ресурсами в умовах їх обмеженості, створення інституційних умов для підвищення ефективності механізмів та інструментів системи регулювання міжбюджетних відносин, самодостатності місцевих бюджетів.

Планування місцевих бюджетів є динамічним процесом, потребуючим постійного розвитку та адаптації до внутрішніх та зовнішніх фінансово-економічних чинників. Вагомим є здійснення дієвих перетворень системи формування місцевих бюджетів шляхом використання сукупності відповідних наукових методів планування їх показників з метою покращення результативності використання бюджетних коштів. Доцільним є удосконалення системи моніторингу соціально-економічної ефективності видатків місцевих бюджетів за допомогою якісних і кількісних індикаторів, розвиток середньострокового бюджетного планування на місцевому рівні, дотримання принципу бюджетної прозорості та підзвітності органів місцевого самоврядування громадськості.

Обмеженість фінансових ресурсів доцільно розглядати як недостатній обсяг фінансових ресурсів для задоволення потреб населення регіону. Обмежений обсяг фінансових ресурсів доцільно визначати розрахунковим методом як різницю між максимально можливими видатками і можливими доходами.

Причини обмеженості обумовлені об'єктивними закономірностями, серед яких провідним є постійне зростання потреб, що породжує явище об'єктивної обмеженості ресурсів. Виходячи з закону про постійне зростання потреб, ресурси завжди обмежені.

Є причини суб'єктивного характеру. Система міжбюджетних відносин побудована так, що частина створених у регіоні фінансових ресурсів вилучається, що поглиблює обмеженість фінансових ресурсів місцевих бюджетів.

Обмеженість фінансових ресурсів у регіоні спричиняють:

- недостатній обсяг виробництва і реального ВВП;
- низький обсяг доходів як юридичних, так і фізичних осіб;
- існування тіньового сектора економіки, що породжує приховування доходів від оподаткування;
- незацікавленість суб'єктів господарювання у своєчасній та повній сплаті податків;
- надання податкових пільг окремим категоріям платників податків.

Фінансове забезпечення економічного і соціального розвитку кожного регіону вимагає координації всієї системи фінансових відносин, що стосується розподілу і використання фінансових ресурсів за умов їх обмеженості. Доцільно було б створити єдину систему інформації, основа якої базувалася б на балансових розрахунках з визначенням обсягів фінансових ресурсів регіону та галузей національного господарства, а також відобразити весь обсяг фінансових ресурсів, які створюються і використовуються на даній території у всіх секторах економіки незалежно від підпорядкованості.

Бюджет об'єднаної територіальної громади розробляється з урахуванням особливостей підготовки місцевих бюджетів, визначених бюджетним законодавством [2].

Проведено аналітичні дослідження виконання місцевих бюджетів Чернівецької області.

Місцеві бюджети області за 2020 рік виконані по доходах в сумі 9 млрд. 446 млн. 38 тис. 781,58 грн., або 98.2 відсотка до уточненого плану (уточнений план 9 млрд. 623 млн. 681 тис. 808,89 грн.), в тому числі по загальному фонду – 8 млрд. 753 млн. 968 тис. 464,95 грн., або на 98,4 %, спеціальному фонду – 692 млн. 70 тис. 306,63 грн., або на 95,1 %.

За 2020 рік місцеві бюджети області (загальний і спеціальний фонди) виконані по видатках в сумі 9 млрд 377 млн 956 тис. 975,69 грн, або 89,5 відсотка до уточненого плану (уточнений план 10 млрд 483 млн 453 тис. 617,53 грн), в тому числі по загальному фонду – 7 млрд 728 млн 335 тис. 815,56 грн, або на 93,9 % (уточнений план 8 млрд 231 млн 400 тис. 949,50 грн), спеціальному фонду – 1 млрд 649 млн 621 тис. 160,13 грн, або на 73,2% (уточнений план з урахуванням кошторисних призначень 2 млрд 252 млн 052 тис. 668,03 грн) [3].

Місцеві бюджети області за 2019 рік виконані по доходах в сумі 14 млрд 612 млн 724 тис. 681,60 грн., або 97,3 відсотка до уточненого плану (уточнений план 15 млрд 022 млн 315 тис. 045,47 грн), в тому числі по загальному фонду – 13 млрд 801 млн 102 тис. 116,90 грн, або на 97,1 %, спеціальному фонду – 811 млн. 622 тис. 564,70 грн., або на 100,4 %. За 2019 рік місцеві бюджети області (загальний і спеціальний фонди) виконані по видатках в сумі 14 млрд. 867 млн. 997 тис. 602,07 грн., або 91,6 відсотка до уточненого плану (уточнений план 16 млрд. 225 млн. 822 тис. 630,08 грн.), в тому числі по загальному фонду – 12 млрд. 807 млн. 067 тис. 622,43 грн., або на 93,8 % (уточнений план 13 млрд. 654 млн. 914 тис. 833,89 грн.), спеціальному фонду – 2 млрд. 060 млн. 929 тис. 979,64 грн., або на 80,3% (уточнений план з урахуванням кошторисних призначень 2 млрд. 570 млн. 907 тис. 796,19 грн.) [3].

Місцеві бюджети області за 2018 рік виконані по доходах в сумі сумі 15 млрд. 804 млн. 520 тис. 020,97 грн., або 100,3 відсотка до уточненого плану (уточнений план 15 млрд. 763 млн. 334 тис. 478,5 грн.), в тому числі по загальному фонду – 15 млрд. 088 млн. 008 тис. 825,79 грн., або на 100,3 %, спеціальному фонду – 716 млн. 511 тис. 195,18 грн., або на 99,3 %.

За 2018 рік місцеві бюджети області (загальний і спеціальний фонди) виконані по видатках в сумі 15 млрд. 621 млн. 618 тис. 568,42 грн., або 93,3 відсотків до уточненого плану (уточнений план 16 млрд. 739 млн. 507 тис. 713,99 грн.), в тому числі по загальному фонду – 13 млрд. 976 млн. 915 тис. 580,19 грн., або на 97,2 % (уточнений план 14 млрд. 385 млн. 270 тис. 645,0 грн.), спеціальному фонду – 1 млрд. 644 млн. 702 тис. 988,23 грн., або на 69,9% (уточнений план з урахуванням кошторисних призначень 2 млрд. 354 млн. 237 тис. 068,99 грн.) [3].

Впродовж тривалого часу в Україні залишається нерозв'язаною проблема взаємовідносин державного бюджету з місцевими бюджетами, що є особливо актуальним в умовах фінансової нестабільності й масштабних делегувань центральною владою повноважень органам місцевого самоврядування. Дослідження теоретико-методологічних засад і практичних аспектів ефективного управління соціально-економічними процесами потребує розроблення концептуально нового підходу до функціонування системи міжбюджетних відносин в Україні.

За останні роки її вплив на доходи й видатки місцевих бюджетів і соціально-економічні процеси в регіонах суттєво посилювався разом із зростанням сукупних фінансових ресурсів, що розподіляються на державному рівні. Сьогодні дослідження фінансових можливостей держави зумовлюється необхідністю методичного та організаційно-методологічного удосконалення побудови такої моделі міжбюджетних відносин в Україні, що визначатиме головні критерії розмежування повноважень за доходами й зобов'язань

за видатками між органами влади і управління різних рівнів, а відтак сприятиме поліпшенню якості життя населення.

Важливим є розвиток основних засад управління місцевими фінансовими ресурсами в умовах їх обмеженості, створення інституційних умов для підвищення ефективності механізмів та інструментів системи регулювання міжбюджетних відносин, самодостатності місцевих бюджетів з врахуванням впливу екзогенних і ендогенних чинників на фінансово-економічне середовище. Запровадження принципу справедливості, обгрунтованості формування місцевих бюджетів шляхом раціонального розподілу доходів бюджету та забезпечення фінансовими ресурсами бюджетних видатків відповідно до визначених повноважень сприятиме досягненню стійкості та збалансованості бюджетів територіальних громад. Визначення дієвих напрямів формування фінансового забезпечення адміністративно-територіальних одиниць надасть можливість узгодження інтересів держави та місцевого самоврядування, надання якісних та доступних публічних послуг громадянам. Планування місцевих бюджетів є динамічним процесом, потребуючим постійного розвитку та адаптації до внутрішніх та зовнішніх фінансово-економічних чинників.

Висновки. Сьогодні регіони України різняться між собою за рівнем соціально-економічного розвитку як унаслідок дій місцевих органів влади, так і загальнодержавної політики. Диференціація має місце за глибиною і масштабом проведених реформ, що позначається на збільшенні принципових розбіжностей у розподілі по країні податкового потенціалу, відмінностей у структурі потреб бюджетного фінансування, стані їх бюджетів. Отже, досягнення успіху у проведенні реформ можливе тільки за умови гармонійного збалансування загальнодержавних і регіональних інтересів, підвищення ролі місцевих фінансів, забезпечення фінансово-економічної незалежності регіональних органів, що дасть змогу вирішити проблеми перехідного періоду і забезпечити сталий, рівномірний і збалансований розвиток усіх регіонів держави. Фінансові ресурси у будь-якій державі є нерівномірно розподіленими між державним та бюджетами територіальних одиниць відповідних рівнів,між бюджетами одного рівня.

Вагомим є здійснення дієвих перетворень системи формування місцевих бюджетів шляхом використання сукупності відповідних наукових методів планування їх показників з метою покращення результативності використання бюджетних коштів. Доцільним є удосконалення системи моніторингу соціально-економічної ефективності видатків місцевих бюджетів за допомогою якісних і кількісних індикаторів, розвиток середньострокового бюджетного планування на місцевому рівні, дотримання принципу бюджетної прозорості та підзвітності органів місцевого самоврядування громадськості.

Створення рівних умов для динамічного, збалансованого соціально-економічного розвитку регіонів України, подолання депресивного стану окремих територій, усунення вертикальних та горизонтальних дисбалансів є державною стратегією регіонального розвитку й метою державної регіональної фінансової політики і може бути досягнуто завдяки процедурам фінансового вирівнювання.

Розв'язання питань фінансового вирівнювання досягається за допомогою різних форм і методів втручання держави, провідне місце серед яких посідають процедури бюджетного регулювання і фінансової допомоги територіям.

Список використаних джерел:

1. Бюджетний кодекс України : Кодекс від 08.07.2010 р. № 2456 – VI. Дата оновлення: 19.10.2021. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17/ed20150920#Text (дата звернення: 20.10.2021).

2. Про добровільне об'єднання територіальних громад : Закон України від 05.02.2015р. №157-VIII. Дата оновлення: 14.05.2020. URL:http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/157-19 (дата звернення: 20.10.2021).

3. Річний звіт про виконання місцевих бюджетів Чернівецької області за 2018-2020 роки. URL: http://oblrada.cv.ua/document/list/section/13?page=1 (дата звернення 20.10.2021).

ФІНАНСУВАННЯ ЗАКЛАДІВ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я В УМОВАХ РЕФОРМУВАННЯ ГАЛУЗІ

Савін В., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ

Спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування», спеціалізація «Державні фінанси»

Наук. кер. – Ковалевич Д. А.

Стаття присвячена студіюванню процесу фінансування закладів охорони здоров'я у нових умовах господарювання. Розкрито теоретико-методологічні та практичні основи фінансового механізму медичних закладів. Проведено аналіз видатків на охорону здоров'я, проведених з місцевих бюджетів Чернівецької області. Запропоновано пропозиції щодо введення нових методів фінансового забезпечення закладів охорони здоров'я.

The article is devoted to the study of the process of financing health care facilities in the new economic conditions. Theoretical-methodological and practical bases of the financial mechanism of medical institutions are revealed. An analysis of health care expenditures made from local budgets of Chernivtsi region was conducted. Proposals for the introduction of new methods of financing health care facilities are proposed.

Актуальність теми. Система охорони здоров'я знаходиться в умовах постійних трансформаційних змін. Це складна галузь, яка є ключовим елементом національної безпеки держави. Реалії сьогодення, обумовлені пандемією, зумовили нові виклики та проблеми в охороні здоров'я, особливо в системі фінансового забезпечення. В сучасних умовах економічне прогнозування, планування, контроль повинні стати для медичних закладів охорони здоров'я найважливішими функціями управління.

Організація ефективного функціонування та розвитку системи охорони здоров'я за умов обмеженості фінансових ресурсів є найважливішим завданням органів влади всіх рівнів. Тому питання оцінки сучасного стану охорони здоров'я та виокремлення основних проблем фінансування медичних послуг набувають особливої актуальності.

Мета дослідження полягає у визначенні та характеристиці нових підходів до фінансування системи охорони здоров'я в Україні.

Об'єктом дослідження є видатки місцевих бюджетів на охорону здоров'я.

Предметом дослідження є фінансові відносини, які виникають у процесі фінансування закладів охорони здоров'я.

Аналіз останніх публікацій. Питання розвитку фінансового механізму закладів охорони здоров'я розглядалися в працях вітчизняних та зарубіжних вчених: Н. Авраменко, М. Білинська, У. Беверидж, Ю. Вороненко, В. Войцехівський А. Григоренко, Т. Грузєва, О. Гульчій, Г. Дзяк, Л. Жаліло, О. Заглада, Д. Карамишев, Б. Криштопа, В. Лазоришинець, Е. Лібанова, В. Лобас, В. Лехан, В. Москаленко, З. Надюк, Я. Радиш, І. Рожкова, І. Солоненко, Н. Солоненко, Г. Слабкий, О. Шаптала, М. Шевченко та багатьох інших. Вченими визначено напрями розвитку фінансування системи охорони здоров'я та виокремлено основні проблеми медицини.

В Україні охорона здоров'я визнана одним із пріоритетних напрямів діяльності держави, який має надзвичайно важливе соціальне, економічне та суспільне значення. Кожна людина має природне невід'ємне і непорушне право на охорону здоров'я. Це затверджено ст. 49 Конституції України [1].

Якість медичних послуг, стан здоров'я населення залежать від рівня забезпеченості закладів охорони здоров'я фінансовими ресурсами та ефективності їх використання. Складна економічна й політична ситуація в Україні, економічна криза, пандемія, недостатнє фінансування системи охорони здоров'я призвели до того, що показники стану здоров'я населення України упродовж останніх років погіршились: зросла смертність, захворюваність, зменшилась середня тривалість життя. Через систему охорони здоров'я держава забезпечує виконання основних конституційних прав населення. Провідну роль у підвищенні доступності та якості надання медичних послуг населенню, гарантованих державою, відіграють фінансові ресурси, які надходять у розпорядження галузі охорони здоров'я.

Головним чинником, що впливає на розвиток охорони здоров'я, забезпечує належну якість медичних послуг, є фінансове забезпечення, що у свою чергу впливає на соціально-економічну результативність галузі. Фінансове забезпечення охорони здоров'я – це метод фінансового механізму, що визначає принципи, джерела й форми фінансування суб'єктів господарювання, чия діяльність спрямована на охорону, збереження, зміцнення та відновлення здоров'я громадян.

Законом України "Про державні фінансові гарантії медичного обслуговування населення"[3] та Бюджетним кодексом України [2] передбачено здійснення фінансової підтримки комунальних закладів охорони здоров'я, які є об'єктами права спільної власності територіальних громад сіл, селищ, міст, що перебувають в управлінні обласних рад для співфінансування оплати медичних послуг, що надаються в рамках програми державних гарантій медичного обслуговування населення для покриття вартості комунальних послуг та енергоносіїв, розвитку та їх підтримки, здійснення надання населенню медичних послуг понад обсяг, передбачений програмою державних гарантій медичного обслуговування населення та програми громадського здоров'я.

Національна стратегія реформування медичної системи України визначає ключові проблеми, напрями і шляхи їх розв'язання для формування нової державної політики у галузі, одним з векторів якої є впровадження нових фінансових механізмів для забезпечення прав людини у сфері охорони здоров'я. Система охорони здоров'я має орієнтуватись на людину, на якісне надання медичних послуг і відповідно на результат лікування.

У сучасних умовах система охорони здоров'я в Україні переживає складний етап, що значною мірою спричинене недостатнім фінансуванням. Кошти, які виділяються з бюджетів усіх рівнів на охорону здоров'я не покривають необхідні витрати. Джерелами фінансування перетвореного у комунальне некомерційне підприємство заклади охорони здоров'я можуть отримувати, як бюджетні кошти, так і кошти юридичних та фізичних осіб. Також джерелом фінансування реорганізованого закладу охорони здоров'я можуть бути кошти, отримані за договорами з органами місцевого самоврядування та іншими закладами. Національна служба здоров'я України за програмою медичних гарантій оплачуватиме надання пацієнтам конкретного списку послуг з державного бюджету. Необхідно зазначити, що є послуги, які не оплачуються державою.

На роботу медичних закладів суттєво впливає забезпеченість фінансовими ресурсами, матеріально-технічна база, професіоналізм та кваліфікація лікарів, що визначає соціально-економічну результативність галузі охорони здоров'я.

З метою дослідження фінансування проведено аналіз видатків на охорону здоров'я місцевих бюджетів Чернівецької області.

Видатки на утримання закладів охорони здоров'я з місцевих бюджетів області у 2018 році профінансовані у сумі 1 млрд. 817 млн. 555 тис. 249 грн., при плані – 1 млрд. 892 млн. 791 тис. 802 грн., або на 96 відсотків, з них по загальному фонду – 1 млрд. 649 млн. 976 тис. 128 грн, спеціальному – 167 млн. 579 тис. 121 грн.

Видатки на утримання закладів охорони здоров'я з місцевих бюджетів області у 2019 році профінансовані у сумі 1 млрд. 835 млн. 228 тис. 522 грн., при плані – 1 млрд. 885 млн. 933 тис. 845 грн., або на 97,3 відсотка, з них по загальному фонду – 1 млрд. 600 млн. 744 тис. 954 грн, спеціальному – 234 млн. 483 тис. 569 грн. [5].

Видатки на утримання закладів охорони здоров'я з місцевих бюджетів області у 2020 році профінансовані у сумі 829 млн 504 тис 669 грн при плані – 859 млн 034 тис 699 грн, або на 96,6 відсотка, з них по загальному фонду – 664 млн 035 тис 275 грн., спеціальному – 165 млн 469 тис 394 грн.

У зв'язку з пандемією, на подолання гострої респіраторної хвороби COVID-19, у 2020 році з державного бюджету була виділено нові види субвенцій.

Протягом 2020 року виділена субвенція з державного бюджету місцевим бюджетам на здійснення доплат медичним та іншим працівникам закладів охорони здоров'я за рахунок коштів, виділених з фонду боротьби з гострою респіраторною хворобою COVID-19, спричиненою коронавірусом SARS-CoV-2, та її наслідками освоєна в сумі – 3 млн 602 тис. 239,48 грн.

Субвенція з державного бюджету місцевим бюджетам на здійснення підтримки окремих закладів та заходів у системі охорони здоров'я використана в сумі 79 млн 161 тис. 341,83 грн.

Субвенція з державного бюджету місцевим бюджетам на забезпечення подачею кисню ліжкового фонду закладів охорони здоров'я, які надають стаціонарну медичну допомогу пацієнтам з гострою респіраторною хворобою COVID-19, спричиненою коронавірусом SARS-CoV-2, за рахунок коштів, виділених з фонду боротьби з гострою респіраторною хворобою COVID-19, спричиненою коронавірусом SARS-CoV-2, та її наслідками освоєна в сумі 38 млн 502 тис. 524,52 грн. Крім цього, виділена медична субвенція з державного бюджету місцевим бюджетам у сумі 339 млн 513 тис. 200 грн. [5].

Основними завданнями охорони здоров'я є підвищення рівня здоров'я суспільства, якості і ефективності медичної допомоги. Найважливішим напрямом у цьому відношенні є визначення ефективності охорони здоров'я, у тому числі лікувально-профілактичних, санітарно-протиепідемічних і науково-дослідних заходів охорони здоров'я населення. Виділено такі підходи до визначення ефективності оздоровчої роботи:

- результативно-цільовий (порівняння результату з кінцевою метою);
- результативно-витратний (порівняння результату з витратами на його отримання).

Оскільки Національна система здоров'я України адмініструє основний пакет медичних послуг у якості єдиного національного закупівельника на основі договорів про медичне обслуговування з 2020 року, а також оскільки багато постачальників медичних послуг змінюють свій правовий статус на комунальне некомерційне підприємство, відтепер може працювати одна всеохоплююча бюджетна програма – Програма медичних гарантій України, яка включає первинну, спеціалізовану та екстрену допомогу. Однак, ефективне функціонування Програми медичних гарантій обмежується якістю даних, які використовуються для оцінки витрат в межах закупівель.

З метою покращення фінансового забезпечення галузі охорони здоров'я необхідно:

- впроваджувати багатоканальні потоки фінансування охорони здоров'я;
- поліпшити стандарти медичного обслуговування;
- дбати про надання державного гарантування пакета медичної допомоги, доступного для населення;
- дбати про якісне медичне обслуговування населення;
- забезпечувати фінансово-економічний потенціал закладів охорони здоров'я відповідно до міжнародних стандартів.

Подальше впровадження реформ у сфері охорони здоров'я повинно здійснюватись відповідно до принципу «гроші йдуть за пацієнтом» на рівні спеціалізованої медичної допомоги.

Висновки. В основу побудови нової системи охорони здоров'я України покладено комплексний підхід до забезпечення охорони здоров'я, зокрема через запровадження державно-громадської системи управління; чіткого визначення соціальної програми державних гарантій у сфері охорони здоров'я; управління якістю медичної допомоги, що базуються на галузевих стандартах і механізмах контролю їх дотримання; належну доступність медикаментів; своєчасне реагування на проблеми галузі завдяки

інформатизації; координації багатосекторальної відповіді на виклики у сфері охорони здоров'я задля реалізації принципів європейської політики. Впровадження нових напрямків реформ дозволить підвищити результативність галузі охорони здоров'я та зменшити ризики, які обумовлені сучасними змінами в досліджуваній сфері.

З метою підвищення ефективності фінансового забезпечення надання медичних послуг доцільно розширити діяльність Національної служби охорони здоров'я України в регіонах. Створення регіональних управлінь дозволить при розподілі коштів врахувати регіональні особливості та стан здоров'я населення в певних областях.

Сформувати комплекс заходів щодо налагодження інформаційно-комунікаційних зв'язків між центральними органами виконавчої влади щодо фінансового забезпечення системи охорони здоров'я. Зокрема, є потреба в формуванні інформаційно-комунікаційних зв'язків між: по-перше, центральними органами виконавчої влади щодо розподілу державних коштів (Міністерство охорони здоров'я України, Національна служба здоров'я України); по-друге, центральними органами виконавчої влади та місцевими органами влади.

В умовах реформування системи охорони здоров'я в цілому є потреба в трансформації фінансового механізму державного управління для відповідності цілям реформи.

Список використаних джерел:

1. Конституція України : Верховна Рада України від 28.06.1996 р. №254/96-ВР. Дата оновлення: 03.09.2019. URL: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreq=254%EA%2F96-%E2%F0 (дата звернення: 8.09.2021).

2. Бюджетний кодекс України : Кодекс від 08.07.2010 р. №2542-III. Дата оновлення : 17.09.2020. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17#Text (дата звернення: 10.09.2021).

3. Про державні фінансові гарантії медичного обслуговування населення : Закон України від 19.10.2017 р. №2168-VIII. Дата оновлення: 17.06.2020. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2168-19#Text (дата звернення: 20.10.2021).

4. Положення національної стратегії реформування системи охорони здоров'я в Україні на період 2015 -2020 років: наказ Міністерства охорони здоров'я № 522 від 24 липня 2014 року. URL: https://healthsag.org.ua/wp-content/uploads/2014/11/Proekt-Strategiyi-reformi_OZ.pdf

5. Річний звіт про виконання місцевих бюджетів Чернівецької області за 2018-2020 роки. URL: http://oblrada.cv.ua/document/list/section/13?page=1 (дата звернення 20.10.2021).

СУТНІСТЬ ТА ПРИЧИНИ УХИЛЕННЯ ВІД ОПОДАТКУВАННЯ

Стойкова Ю., 3 курс (ОС «бакалавр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Облік і оподаткування»
Наук. кер. – Томнюк Т. Л.

Стаття присвячена дослідженню сутності та причин виникнення ухилення від сплати податків. Розглянуто причини соціального походження, що зумовлюють виникнення та розвиток такого явища, як ухилення від сплати податків, його ознаки та наслідки.

The article is devoted to the study of the nature and causes of tax evasion. The reasons of social origin that determine the emergence and development of such a phenomenon as tax evasion, its features and consequences are considered.

Актуальність даної теми полягає в тому, що ухилення від сплати податків стало нормою поведінки багатьох суб'єктів господарювання. Через війну мало фінансується громадський сектор господарства по причині скорочення надходження коштів у бюджет; порушуються правила чесної конкуренції; відбувається отримання вигод тими, хто ухиляється від податків; зростає корупція; капітали, отримані внаслідок ухилення від податків, йдуть за кордон.

Метою статті є розкриття сутності та з'ясування причин ухилення від сплати податків як складової тіньової економіки.

Об'єктом дослідження є процес виникнення та наслідки ухилення від сплати податків.

Предметом дослідження є відносини між державою та платниками податків.

Значний внесок у дослідження проблем ухилення від сплати податків внесли такі вчені, як А.Кізима, А. Крисоватий, С.О. Баранов, Л.К. Сало, Л.Т. Томнюк, В.П. Вишневський, А.С. Вєткін, Л.А. Парфентій та ін.

Під ухиленням від сплати податків можна розуміти навмисні дії платника податків, спрямовані на зменшення сум податкових зобов'язань до бюджетів та державних цільових фондів із використанням незаконних прийомів і методів податкової мінімізації, метою яких є отримання необлікованих додаткових грошових коштів для задоволення власних потреб, і такі дії завдають шкоди соціуму. Ухилення від сплати податків характеризується такими ознаками:

– навмисні активні або пасивні дії (бездіяльність);

– дії, спрямовані на зменшення податкових зобов'язань;

– незаконні прийоми і методи зменшення податкових платежів;

– дії, які призводять до ненадходження до бюджетів чи державних цільових фондів значних сум грошових коштів;

– метою дій є отримання необлікованих грошових коштів для власної вигоди;

– дії завдають шкоди соціально-економічному розвитку країни [1].

Можна погодитися з поглядами А. Кізими та А. Крисоватого, які зазначають, що природа ухилення від сплати податків має комплексний характер: казнокрадство в його легалізованій або кримінальній формі; спонтанна чи викликана високою нормою нормою оподаткування атрофія громадянської свідомості та суспільної відповідальності платників податків; нестримне бажання отримати вигоду, коли корисливі імпульси беруть верх над страхом покарання [2, с.68].

За своєю економічною сутністю податки виступають не стільки примусовим відчуження майна, скільки добровільними платежами за потрібні кожному громадянину суспільні блага. Однак на практиці добровільна реалізація такого рішення має деякі труднощі з кількох причин.

По-перше, виникає проблема безбілетника. Деякі індивіди можуть вважати за доцільне ухилятися від сплати податків, сподіваючись, що їхні дії у складі великої групи платників податків залишаться непоміченими і не вплинуть на рішення інших про сплату податків і, отже, не позначаться на кількості наданих у розпорядження всіх і кожного суспільних благ.

По-друге, з технічних причин прийняття рішень у великих групах на основі одноголосності неможливе. Що ж до правила більшості, воно створює об'єктивні передумови для податкової дискримінації та спонукає постраждалих платників податків до ухилення від участі у фінансуванні суспільних витрат з міркувань і соціальної справедливості, і економічної ефективності.

Третя проблема полягає в тому, що використання коштів на створення певних суспільних благ важко простежити та кількісно оцінити кожному конкретному платнику податків. Необхідність фінансування таких витрат йому туманна, в такий спосіб виникає проблема мотивації.

Виділяють також такі причини ухилення від податків: недосконалість формальних правил, вказівку на ухилення від податків інших господарських агентів, порушення формальними правилами принципу справедливості, економічна доцільність та потреба економічного виживання, тиск та здирництво з боку бюрократичних та силових структур.

Ухвалення рішення про сплату податків пов'язане з оцінкою податкового ризику, вартості заходів щодо реалізації податкової схеми та величини податкових зобов'язань. Якщо сума всіх витрат із скорочення податків виявляється менше, ніж сумарний обов'язок зі сплати податків, то в економіці складаються об'єктивні чинники щодо розвитку тіньового сектора, підприємствам стає вигідно «йти у тінь». Ситуація посилюється за умов слабкого податкового адміністрування.

З погляду платника податків податковий ризик – це ймовірність зазнати втрат внаслідок впливу різних несприятливих факторів, пов'язаних із процесом оподаткування.

Мінімізація податків будь-якими способами, у тому числі незаконними, для компаній означає зростання податкових ризиків, пов'язаних з адміністративними та кримінальними санкціями, посиленням контролю з боку податкових органів, втратою репутації та, як результат, зниженням їхньої ринкової вартості. Однак навіть високі податкові ризики та жорсткіші адміністративні заходи не гарантують відмову бізнесу від несплати податків.

У разі короткострокового планування, викликаного нестійкістю економічної системи загалом, прерогативою діяльності підприємства стає досягнення швидкого ефекту, тобто отримання максимального прибутку за короткий термін. При реалізації стратегічного планування, орієнтованого на досягнення довгострокових цілей, найважливіше значення набуває імідж компанії, її інвестиційна привабливість. Тому менеджери прагнуть зниження податкових ризиків, сумлінної поведінки підприємства як платника податків.

Попри вельми популярну думку, що високий податковий тягар неминуче посилює масштаби ухилення від сплати податків, світова практика доводить протилежне.

Ухиляння від сплати податків має низку негативних наслідків. Одне пов'язано зі зниженням надходжень доходів до бюджету. В результаті обмежуються можливості держави у фінансуванні важливих соціальних та інвестиційних програм, зростають корупція та відтік капіталу за кордон. Інший негативний наслідок пов'язаний з порушенням конкуренції, оскільки фірми, які ухиляються від сплати податків, перебувають у вигіднішому становищі перед сумлінними платниками податків. У організацій, що скорочують витрати шляхом несплати податків, з'являється конкурентна перевага, яка пов'язана ні з високою продуктивністю праці, ні з досконалішими технологіями. Тому таке зниження податкового навантаження не стимулює економічний розвиток.

Однак, розглядаючи ухилення від сплати податків не лише як загрозу фінансової та економічної безпеки країни, але і як антисоціальне явище, слід виділити причини, що мають соціальне походження та умовно розділити їх на дві групи: об'єктивні, які не залежать від лояльності платника податків до існуючої податкової системи, та суб'єктивні, що відбивають ставлення платника податків до обов'язку сплачувати податки та збори. Суб'єктивні причини у свою чергу можна поділити на ідеологічні та матеріальні.

До об'єктивних причин можна віднести:

- погіршення фінансового стану бізнесу та населення, що призводить до загального зниження рівня життя деяких груп соціуму нижче межі виживання. Це пов'язано з кризовими явищами: занепадом виробництва, обміном грошової одиниці країни на іноземну валюту з метою її накопичення, вивезенням капіталу за межі країни, тобто визначальним фактором вчинення податкових правопорушень є фінансове становище платників податків. Причому, якщо користь від ухилення перевищує можливі негативні наслідки, ймовірність несплати податків підвищується. До того ж, чим вища ставка податку, тим сильніше бажання ухилитися від його сплати, так як вигода від цього зростає;

- проведену податкову політику та особливості податкової системи. Життєві стандарти зростають, при тому що коштів у певних планів та програм виявляється недостатньо. Результатом є зростання податкового навантаження на бізнес та населення. Зайве податкове навантаження виступає важливим фактором при ухваленні рішення щодо ухилення від сплати податків. Крім того, практика збільшення кількості пільг окремим платникам призводить до перекладання податкового навантаження на інших;

- невиконання податками регулюючої функції, коли шляхом ігнорування положень податкового законодавства демонструється певне протистояння владі. Рівень податкової дисципліни залежить від загальної політичної ситуації, тому різке зменшення збирання податків зазначається у періоди кризи державної влади;

- недотримання принципу справедливості при побудові податкової системи, коли платники податків, що у рівному економічному становищі, не завжди сплачують рівні суми податків;

- відстоювання інтересів певних груп платників податків, коли очевидні факти лобіювання без видимих економічних та соціальних причин. У цих випадках виникає бажання вкладення коштів, одержаних при ухиленні від сплати податків, у лобіювання необхідних законів та рішень. Представники органів влади узаконюють деякі схеми ухилення від сплати податків та створюють лазівки у законодавстві, переслідуючи свої особисті цілі;

- недостатню захищеність посадових осіб органів контролю за виконання ними службових обов'язків, коли порушники податкового законодавства домагаються своєї мети натиском на працівників податкової служби під час прийняття рішень.

До суб'єктивних причин ідеологічного характеру відносять:

1. Негативне ставлення до існуючої податкової системи. Не лояльна податкова система багато в чому не стимулює виробників, а підштовхує до приховування прибутку. Платник податків не поважає систему, яка не враховує його можливості щодо сплати податків. Підприємці не довіряють владним структурам, вони не задоволені якістю послуг, що надаються державою, і не впевнені, що кошти, які потрапляють до бюджету рахунок сплати податків, що використовуються по призначенню.
2. Низький рівень податкової культури. Більшість платників податків сприймають податки лише як вилучений у них дохід і не розуміють цілей їх сплати. Така проблема виникає через нестачі або відсутності інформації, недостатню економічну освіченість населення.
3. Відсутність моральної відповідальності за ухилення від сплати податків. Насамперед це пов'язано з тим, що чинним законодавством передбачено фінансову, адміністративну та кримінальну відповідальність за порушення у сфері оподаткування. При цьому за невчасну сплату податків або ведення господарської діяльності з незначними порушенням передбачено лише фінансову та адміністративну відповідальність, а нормами кримінального кодексу – покарання за ухилення від сплати податків, що полягає у стягненні штрафних санкцій та, у деяких випадках конфіскація майна, а також заборона займати певні посади. Однак законом не визначено моральну відповідальність за ухилення від сплати податків у сфері господарської діяльності.
4. Несприйняття платниками податків податкового законодавства, причому податкові органи мають образ ворога, вилучає частина їх прибутку. Рішенням цією проблемою є створення позитивного іміджу податкових органів.

До суб'єктивних причин матеріального характеру відносять:

- корисливу мотивацію, яка грає вижну роль порушення податкового законодавства. Однак не завжди ці дії мають особисту мотивацію. Кошти, приховані від оподаткування, часто використовуються на розвиток бізнесу, нестандартне вирішення проблемних ситуацій (хабарі), виплату заробітної плати, премій, допомога співробітникам тощо;

- переслідування платником податків корисливих цілей, пов'язаних із задоволенням особистих потреб. Особистість податкового злочинця відрізняється рядом особливостей: високим рівнем освіти, кмітливістю, активністю та ініціативністю у вирішенні низки питань, кмітливістю, стресостійкістю. Такій особистості властива девіантна поведінка, яка проявляється у відхиленні від універсальних правових принципів і визначається неможливістю чи небажанням існувати в системі загальноприйнятих цінностей. Такий платник податків орієнтується лише на себе, демонструє неповагу до соціальних, громадських, правових, моральних, політичних, етичних норм [3].

Проблема ухилення від податків є актуальною і потребує вжиття заходів, спрямованих на її вирішення. Снесарь М. М. [4] дає деякі поради щодо того, як можна вплинути на поведінку платника, тобто на його наміри приховувати об'єкт оподаткування можна за допомогою:

1. Забезпечення стабільного та зрозумілого податкового законодавства. Потрібно врегулювати та вдосконалити податкове законодавство, провести кодифікацію податкових законів, значно спростити їх викладення, зробити їх доступними та зрозумілими.
2. Зниження податкових ставок з одночасним розширенням бази оподаткування.
3. Спрощення процедури адміністрування податків. Скасувати фіскальні платежі, адміністрування яких є невиправдано витратним, що дозволить поступово знизити податкове навантаження на суб'єктів господарювання і поліпшить умови для розвитку їх діяльності.
4. Підвищення рівня податкової культури та податкової дисципліни шляхом активізації боротьби з корупцією, вдосконалення демократичних інститутів та ефективного використання податкових надходжень.
5. Перевищення величини граничної ставки податку граничною ставкою штрафних санкцій за порушення податкового законодавства.
6. Підвищення ефективності роботи податкової служби з виявлення фактів ухилення від оподаткування, створення умов, за яких практично неможливо ухилитися від сплати податкових зобов'язань.
7. Забезпечення невідворотності покарання в разі виявлення таких фактів. Навіть незначне зростання ймовірності покарання приведе до позитивного ефекту у справі звуження масштабів ухилення.
8. Формування національної податкової свідомості шляхом проведення інформаційної та роз'яснювальної роботи, щоб максимізувати добровільність сплати податків.

Висновок. Отож, щоб упоратися з ухиляннням сплати податків, необхідно боротися не з його наслідками, а впливати на причини цього явища. Ефективне використання податкових інструментів, зокрема, зниження податкових ставок, застосування податкових пільг, інвестиційних податкових кредитів, можливе лише за умов сформованої сприятливого економічного та інституційного середовища, тобто за наявності розвинених фінансових ринків, гарантування захисту власності, здорової конкуренції, високої прозорості, відсутності адміністративних бар'єрів та зловживань суспільною владою у корисливих інтересах.

Список використаних джерел:

1. Встановлення сутності та причини ухилення від сплати податків як фактор протидії розмиванню податкової бази та виведенню прибутку з-під оподаткування. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/31_2019_ukr/20.pdf (дата звернення: 20.11.2021).
2. Крисоватий А. І., Кізима А. Я. Податковий менеджмент: навч. посіб. Тернопіль. 2004. 304 с.
3. Девіантна поведінка як основа юридично відповідальності. URL: http://www.nbuv.gov.ua/Portal/Soc_Gum/Vnyua/2009_1/81-87.pdf. (дата звернення: 21.11.2021).
4. Снесарь М. М. Сутність та причини виникнення ухилення від сплати податків. URL: http://repository.hneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/6459/1/%D0%A1%D0%BD%D0%B5%D1%81%D0%B0%D1%80%D1%8C%20%D0%9C.%20%D0%9C.%20%D0%A1%D1%83%D1%82%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C%20%D1%82%D0%B0%20%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%87%D0%B8%D0%BD%D0%B8%20%D0%B2%D0%B8%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D1%83%D1%85%D0%B8%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%B2%D1%96%D0%B4%20%D1%81%D0%BF%D0%BB%D0%B0%D1%82%D0%B8%20%D0%BF%D0%BE%D0%B4%D0%B0%D1%82%D0%BA%D1%96%D0%B2.pdf (дата звернення: 20.11.2021).

МІЖНАРОДНІ ІНТЕГРАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ

Талалай Е., 1 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Економіка», спеціалізація «Міжнародна економіка»
Наук. кер. – Круглянко А. В.

Стаття присвячена розкриттю сутності та значення інтеграційних процесів між країнами. Розкрито головні складові міжнародних інтеграційних стратегій, визначено моделі економічного розвитку та їх необхідність. У статті розглядаються моделі економічного розвитку, наведений приклад взаємодії держав з різними моделями економічного розвитку. Наприклад, НАФТА – Північноамериканська зона вільної торгівлі.

The article is devoted to the disclosure of the essence and importance the integration between countries. The main components of international integration strategies, models of economic growth and their necessity are determined. The article deals with models of economic development, there are examples of interaction among states with different models of economic development. For example, NAFTA – North American Free Trade Area.

Актуальність даної теми полягає в тому, що міжнародні інтеграційні процеси на сьогоднішній день відіграють важливу роль в світі. Необхідність інтеграції зумовлена глобалізацією, що являється основним стратегічним напрямком розвитку сучасної ринкової економіки.

Метою статті є розкриття сутності інтеграції та аналіз взаємодії держав з різними моделями економічного розвитку.

Об'єктом дослідження є міжнародна інтеграція та її процес взаємодії.

Предметом дослідження є інтеграційні процеси, які виникають між країнами.

Значний внесок у вивченні інтеграційних процесів між державами внесли такі вчені: Д. Рікардо, А. Сміт, Де Бірс, Вінера та Бає, Голіков А. П., Довгаль О. А. Економічні моделі вивчали: Голіков А. П., Дейнека О. Г., Позднякова Л. О., Черномаз П. О. Діяльність інтеграційного об'єднання НАФТА аналізували: Вагапова В. Ф., Даркин А. В., Хафбауер Г. К., Скот Д. Д., Петерсон та ін.

Міжнародна інтеграція є однією з найважливіших форм економічної глобалізації, що являється основним стратегічним напрямком розвитку сучасної ринкової економіки. Глобалізація являє собою єдину систему, яка побудована на єдиних стандартизованих та загальновизнаних нормах, правилах і принципах.

Міжнародна економічна інтеграція є процесом об'єднання суверенних країн, національних ринків та господарств в один союз/систему, в якій створюються та здійснюються різні економічні зв'язки [1, с.358]. Оскільки процес інтеграції означає взаємне пристосування економік країн-учасниць, з'являється певна територіальна, технологічна, структурна, економічна спорідненість учасників даної системи, що надає інтеграції регіональний характер. Він пояснюється тим, що інтернаціоналізація виробництва відбувається нерівномірно і, перш за все, передумови для економічної інтеграції створюються там, де найбільш тісні економічні, виробничі, територіальні та технологічні зв'язки.

Процес інтеграції охоплює три сфери економічної системи, а саме виробництво, сферу обігу та сферу прийняття рішень. Їхня спільна риса – це неоднакова здатність брати участь в інтеграційному процесі. Найпростіше вони здійснюються у сфері обігу, важче у сфері виробництва, найскладніше у валютній сфері. Міжнародна економічна інтеграція здійснюється на мікроекономічному (приватному) та макроекономічному (державному) рівнях, які переплітаються та взаємодоповнюють один одного, створюючи передумови для посилення державного регулювання взаємних економічних зв'язків.

Інтеграційні процеси утворюють такі типи торгово-економічних союзів, як:

- Зона вільної торгівлі
- Митний союз
- Спільний ринок
- Економічний союз
- Повна економічна інтеграція.

Всі ці союзи є 5 послідовними етапами розвитку міжнародної економічної інтеграції. На сьогодні тільки Європейський Союз пройшов 4 етапи, всі інші 1-й та 2-й етапи.

Кожне інтеграційне об'єднання має відповідні наслідки, тому важливо прорахувати багато різноманітних варіантів для того, щоб даний союз був успішним. Однакові умови інтеграційного процесу не для всіх держав може принести вигоду, оскільки не всі країни світу мають однаковий рівень розвитку. Дану ситуацію, за якою інтеграцію здійснюють країни, які мають різні моделі економічного розвитку, можна розглянути на прикладі інтеграційного об'єднання НАФТА – Північноамериканської зони вільної торгівлі.

Модель економічного розвитку країни є важливим фактором у розвитку напряму діяльності країни як у міжнародній економіці, так і у власній економіці держави. Одна з найбільш використовуваних моделей у розвитку держави вважається модель наздоганяючого розвитку, що заснована на теорії меркантилістів. Це означає, що країна отримує прибуток за допомогою розвитку торгівлі, яка базується на імпортозаміщенні. Її суть полягає в розвитку багатогалузевої економіки, однак її протекціонізм, державна монополія та не конвертованість державної валюти знижує конкурентоспроможність товарів на міжнародному ринку.

Це все створює необхідність застосування іншої моделі економічного розвитку держави, а саме експортоорієнтованої, яка направлена на виробництво конкурентоздатних товарів, часто із залученням іноземного капіталу, на світовий ринок. Така модель передбачає створення сприятливого інвестиційного клімату в країні за допомогою різних чинників, а саме політичної стабільності, соціальної захищеності, податкових пільг та іншого. Ці моделі застосовують так держави, як Японія, Сінгапур, Гонконг, Південна Корея.

Наступна економічна модель це інноваційна, яка заснована з ціллю розвитку країни на основі використання новітніх технологій та винаходів, що сприяють створенню високої конкурентоспроможної продукції для світового ринку. Вона включає багато елементів, які взаємодоповнюють один одного та активно розвиваються: розвиток науково-технічного прогресу, система покращення кваліфікації та регулювання сфери інноваційних технологій та наукових знань розвитку економіки країни. На сьогодні майже всі розвинуті країни використовують інноваційну модель економічного розвитку рівня держави, наприклад, Канада, США, країни Європейського Союзу [2, с.258].

Країни з однаковою моделлю економічного розвитку при інтеграції мають більше вигод, але це не означає, що країни з різними моделями при об'єднанні виключно отримають негативні наслідки. У сучасному світі є багато інтеграційних союзів, де країни-учасниці мають різні економічні моделі, які є успішними і реалізовують свої цілі та завдання.

Одним із таких об'єднань є Північноамериканська зона вільної торгівлі (НАФТА), учасниками якого є США, Канада та Мексика. НАФТА сформувалася під час посилення конкурентної боротьби між лідерами світового ринку Америкою, Західною Європою та Японією з метою змінити співвідношення сил у світовому просторі. Події 90-х років після закінчення «холодної війни», а саме розвиток економіки Японії, Західної Європи й країн Азії, які хотіли вийти з впливу Америки, успішна діяльність Тихоокеанського союзу, змусили США почати діяти в цілях розвитку своєї держави.

Наприклад, для того щоб покращити рівень економіки та розширити межі геополітичного впливу було укладено Північноамериканську угоду, оскільки межі впливу для США є важливим елементом її стратегічної політики [4]. Угода була створена з метою поєднання високих потужностей та інноваційних технологій з дешевою робочою силою та багатства відносно дешевих природніх ресурсів обох держав, вільного руху американських товарів і послуг, захист інтелектуальної власності, збільшення конкурентоспроможності, вільний доступ до американських інвестицій. Раніше в США не було потреби брати участь в інтеграційних процесах, тому що вони були лідерами на континенті та на міжнародному ринку, проте зміни, що відбувалися у світі, змінили таку позицію.

Інтеграційне об'єднання з НАФТА було успішним рішенням, оскільки США розширили ринки збуту, зменшились торгові бар'єри між країнами, з'явилося багато нових можливостей для ефективного виробництва та торгівлі на світовому ринку.

Участь США в регіональному інтеграційному процесі перетворилася на могутній чинник довгострокової позитивної дії на внутрішньоекономічний розвиток. НАФТА є своєрідним трампліном для більш глибокого проникнення в економіку латиноамериканських країн на якісно нових умовах [1, с.151].

Економіка Канади має тісний зв'язок з економікою США, тому було вирішено, що при поглибленні інтеграційних процесів можливі економічні вигоди завдяки ліквідації митних бар'єрів між державами. Зокрема, це відноситься для видобувної та обробної галузей. Також Канада зможе приєднатися до виробництва високотехнологічної продукції та науково-технічного прогресу США, що дасть можливість отримувати більший прибуток, оскільки оплата праці у Канаді вище, ніж у США [4, с.236]. Країна зможе вийти на нові ринки збуту, а саме на мексиканський, а в майбутньому на ринки латиноамериканських держав. Проте у Канаді є багато супротивників щодо інтеграції з НАФТА на рахунок втрати державою національного контролю над деякими галузями, тому що не було створено сильних юридичних інститутів, що здійснюють контроль щодо економічних процесів в країні.

Мексика зі вступом до Північноамериканської зони вільної торгівлі поставила за ціль докорінно перебудувати свою державу, а саме модернізувати економіку, успішно приймати та реалізовувати економічні реформи, покращити рівень економічного розвитку. За 10-15 років Мексика планує підняти економіку країни до рівня промислово розвинутих країн, вона почала заходи щодо лібералізації руху капіталу, що, як наслідок, збільшило його приплив, покращився сприятливий інвестиційний клімат в державі. На сьогодні Мексика стала експортером промислових товарів, що суттєво підняло її економічний стан, хоча в минулому вона повністю залежала від експорту нафти. Мексика отримала новий експортний ринок та джерела інвестицій, повернення капіталовкладень. До негативних факторів відноситься те , що через підвищення залежності від американського ринку зросла вразливість економік Канади і Мексики, що особливо яскраво проявляється в періоди економічних спадів у США [3, с.5].

Всі три держави мають спільну ціль – створити інтеграційне об'єднання з метою економічного піднесення, що зможе протистояти впливу Європейського Союзу та Тихоокеанського регіону [5]. Країни-учасники НАФТА переслідують мету створення зони вільної торгівлі, що дозволить їм без перешкод і обмежень здійснювати з іншими країнами та регіонами міжнародні економічні відносини. Програма інтеграційного об'єднання НАФТА включає в себе: скасування нетарифних та митних обмежень, захист навколишнього середовища та прав інтелектуальної власності.

Для створення сприятливого інвестиційного клімату держави повністю скасували обмеження для іноземних інвесторів, забезпечуючи конвертованість валюти і можливість переказів коштів за кордон та

запровадили режим найбільшого сприяння місцевим режимам та у взаємодії держав-учасниць, за виключенням галузей, що перебувають під контролем країни. У компетенції держав залишаються: контроль над системою розрахунків, діяльність сфер соціального страхування та капітального будівництва, а також політика грошового обігу та обміну валют.

Для ефективного управління інтеграційним об'єднанням було запроваджено систему, яка включає в себе інституції трьох рівнів, а саме міжурядові консультації, комісія з вільної торгівлі, арбітраж. Північноамериканське об'єднання носить в собі характер відкритого економічного угруповання, що включає також співпрацю з третіми країнами [6]. Науковці вважають, що найбільше користі від участі в інтеграційному об'єднанні отримала Мексика, що відображається в покращенні добробуту населення, збільшенні ВВП країни, сприятливому інвестиційному кліматі країни, капіталовкладеннях, заробітній платі, рівню зайнятості, експорті, розширенні зовнішніх ринків торгівлі.

Отже, можна зробити висновок, що інтеграційне об'єднання з різними моделями економічного розвитку, наприклад НАФТА, може бути успішним, тому що країни-учасниці ефективно вирішують поставлені завдання, покращують рівень економіки власної держави та інвестиційний клімат, розширення зовнішніх ринків та розвиток різних галузей економіки. Такий результат можливий через правильно розставлені пріоритети та злагоджену політику всередині країн при складанні угоди між державами.

Список використаних джерел:

1. Білецька Л. В., Білецький О. В., Савич В. І. Економічна теорія (Політекономія. Мікроекономіка. Макроекономіка). Навч. пос. 2-ге вид. перероб. та доп. Київ: Центр учбової літератури, 2009. 688 с.

2. Економіка зарубіжних країн: навч. посібник / Голіков А. П., Дейнека О. Г., Позднякова Л. О., Черномаз П. О. Київ: Центр учбової літератури, 2008. 404 с.

3. Вагапова В. Ф. НАФТА: влияние интеграции на конкурентоспособность стран-членов // Российский внешнеэкономический вестник. 2011. № 10.

4. Костюнина Г. М. Североамериканская интеграция: 20 лет спустя // Вестник МГИМО Университета. 2015. № 2 (41). С. 231-239.

5. Экспорт и импорт Канады в 2016 году. URL: https://www.canadaruportal.com/eksport-i-import-kanady.

6. Офіційний сайт інтеграційного об'єднання НАФТА. URL: http://www.naftanow.org/

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ОПОДАТКУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВ ТА МОЖЛИВОСТІ ЙОГО ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ В УКРАЇНІ

Терен В., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»
Наук. кер. – Томнюк Т. Л.

Стаття присвячена ддослідженню сутності та переваг зарубіжного досвіду оподаткування прибутку підприємств та можливості імплементації його в Україні. Розкрито головні складові справляння податку на прибуток, визначено основні напрями реформування справляння цього податку в Україні та необхідність проведення податкової реформи в системі оподаткування підприємств України.

The article is devoted to the study of the essence and advantages of foreign experience of corporate income taxation and the possibility of its implementation in Ukraine. The main components of income tax collection are revealed, the main directions of reforming the collection of this tax in Ukraine and the need for tax reform in the taxation system of Ukrainian enterprises are identified.

У сучасних економічних реаліях кожне підприємство прагне максимізувати свій прибуток. Для стимулювання підприємницької діяльності, забезпечення її стабільного розвитку необхідно створити оптимальну ефективну податкову систему, яка б забезпечувала стабільні надходження до державного бюджету, при цьому не обтяжуючи підприємців. Це питання постає надзвичайно гостро, адже податок на прибуток підприємств може використовуватися і як дієвий інструмент збалансованого динамічного економічного зростання на засадах інноваційного розвитку, і як надійне джерело доходів державного бюджету.

Складні політичні та економічні умови, нестабільність та складність вітчизняного законодавства, значний податковий тягар на бізнес актуалізують необхідність вивчення особливостей оподаткування прибутку підприємств не лише як потужного фіскального інструменту, але й з погляду його регулятивних функцій. У нашій країні можливості щодо використання податку на прибуток як регулюючого фактору дещо обмежені його великим бюджетним значенням, тому виникає необхідність дослідження зарубіжного досвіду оподаткування прибутку підприємств із метою пошуку оптимальних для нашої країни напрямів удосконалення порядку стягнення та адміністрування податку на прибуток підприємств. Аналіз наукових публікацій з теми дослідження та виділення невирішених проблем.

Проблематикою оподаткування прибутку підприємств займалися багато вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів. Вагомий внесок у становлення теоретичних основ оподаткування прибутку підприємств зробили: Л. Вальрас, У. Джевонс, А. Маршал, Д. Рікардо, А. Сміт. Серед вітчизняних учених-економістів слід відзначити праці О. Василика, В. Вишневського, Н. Дороша, А. Крисоватого, О. Рудь та ін. Віддаючи належне науковому доробку вказаних вчених, зауважимо, що нині в Україні ще не сформована адекватна сучасним потребам суспільства та відповідна світовим стандартам модель оподаткування прибутку підприємств.

Метою статті є дослідження світового досвіду щодо стягнення податку на прибуток підприємств та можливостей його адаптації до сучасних реалій України.

Об'єктом дослідження є процес впровадження зарубіжного досвіду оподаткування прибутку підприємств.

Предметом дослідження є економічні відносини, які виникають в процесі справляння податку на прибуток підприємств.

Сучасний стан економіки нашої держави вимагає загострення уваги на проблемах оподаткування, формування розумного підходу до вирішення проблем податкового навантаження на суб'єктів господарювання, зокрема стягнення податку на прибуток. Податок на прибуток – це прямий загальнодержавний податок, який є основним бюджетоутворюючим податком, стягується з прибутку із джерелом походження з України та за її межами і визначається шляхом коригування (збільшення або зменшення) фінансового результату до оподаткування (прибутку або збитку) [1, с. 34]. Платниками цього податку можуть бути як резиденти, так і нерезиденти.

У розвинутих зарубіжних країнах податок на прибуток підприємств активно використовується як регулятор соціально-економічних відносин, який дає змогу здійснювати вплив на обсяги виробництва, конкурентоспроможність вітчизняних підприємств, інвестиційний клімат та економіку країни загалом. За його допомогою можна регулювати вибір тієї або іншої правової форми організації бізнесу; напрями розподілу прибутку (накопичення або споживання); розподіл ресурсів між окремими сферами господарської діяльності; вибір методів фінансування інвестицій; розподіл і перерозподіл ВВП; темпи економічного зростання на макрорівні [2, с. 282]. Водночас вітчизняний досвід оподаткування прибутку підприємств демонструє в основному фокусування на фіскальній ефективності податку на прибуток, а не на його регулюючому потенціалі. Найбільше надходжень із податку на прибуток здійснюється за рахунок приватних підприємств, а найменше – за рахунок банків та страхових компаній. Такі зміни зумовлені кризою в країні, нестабільністю валюти та податковим тягарем.

Деякі суб'єкти господарювання припинили свою діяльність, частина інших ухиляються від сплати податку шляхом заниження прибутку чи пошуку «лазівок» у законодавстві. Варто зауважити, що з 2018 р. простежується тенденція до зниження надходжень податку на прибуток до Державного бюджету України через застосування авансового механізму сплати податку, за яким розмір податкового зобов'язання визначається з огляду на результати попередніх років. Сплату податку до бюджету зменшили підприємства усіх секторів, окрім державного. Порівняно з 2018 роком обсяг скорочення у 2019 році становив 16,3%. Надходження податку підприємств державного сектору показали позитивну динаміку, продемонструвавши незначне збільшення, а саме на 0,1 млрд грн, або на 3,2%. Як наслідок – вже у 2019 р. податок на прибуток посів третє місце в доходах бюджету, поступившись податку на доходи фізичних осіб (ПДФО) та податку на додану вартість (ПДВ).

Слід зазначити, що податок на прибуток підприємств в Україні схожий із податком на прибуток корпорацій у зарубіжних країнах. Питома вага корпоративного податку в доходах бюджетів зарубіжних країн різна: в США коливається від 8% до 11% [3], до 5,5% у Франції та Німеччині, до 11% у Великобританії [4]. Спрямування надходжень корпоративного податку у різних зарубіжних країнах відображено у табл. 1.

Таблиця 1

Напрямки спрямування податків, що сплачують підприємства за кордоном

№	*Країна*	*Спрямування*
1	Німеччина, Іспанія, Греція, Ірландія, Канада	Стимулювання інвестицій
2	Бельгія, Люксембург, Франція, Таїланд, Англія, Туркменістан	Розвиток малого бізнесу
3	Португалія, Італія, Білорусь, Китай	Розвиток депресивних територій
4	Німеччина, Японія, Росія	Вирівнювання бюджетів різних рівнів

Регулюючу функцію податку на прибуток використовують шляхом застосування такого інструмента, як податкова ставка. Як відомо, в Україні використовується основна ставка податку на прибуток, яка становить 18%.

Для порівняння розглянемо ставки податку на прибуток підприємств у деяких країнах світу (табл. 2). З табл. 2 видно, що ставки податку на прибуток у зарубіжних країнах варіюються у межах від 9% до 55%. Це зумовлено цілями та напрямами податкової політики, яка реалізується у цих країнах. Зазначимо, що за період з 2018 по 2020 р. була найвища ставка податку на прибуток.

Таблиця 2

Основні ставки податку на прибуток у деяких зарубіжних країнах

№	*Країна*	*Податок на прибуток*		
		2018	2019	2020
1	Австрія	25	25	25
2	США	27	35	21
3	Німеччина	30	30	32
4	Канада	27,5	27,5	28
5	Кіпр	12,5	12,5	13,5
6	Японія	30,84	32	32,8
7	Угорщина	19	19	19
8	Білорусь	18	19	21
9	Словаччина	21	21	22
10	Україна	18	18	18

З табл. 2 видно, що ставки податку на прибуток у зарубіжних країнах варіюються у межах від 18% до 35%. Це зумовлено цілями та напрямами податкової політики, яка реалізується у цих країнах. Зазначимо, що за період з 201 по 2020 р. найвища ставка податку на прибуток була у США – 40%.

У значній частині країн світу ставка податку на прибуток за період дослідження була стабільною, наприклад у Австрії, Польщі, Білорусі, Китаї та Україні. Найнижча ставка податку на прибуток зафіксована в офшорних зонах. Наприклад, на острові Мен, Бермудських та Кайманових островах податок на прибуток становить 0% [6]. Проте саме там проводяться найбільші махінації з грошовими коштами та матеріальними цінностями. Є країни, про які можна сказати, що вони є напівофшорами. Це Ліхтенштейн та Кіпр, де ставка податку на прибуток становить 12,5%. Такими низькими ставками ці країни залучають закордонні активи, через що вони стали осередком незаконного бізнесу. Високі ставки застосовують країни з усталеною економічною моделлю, економічно сильні та з високим рівнем соціального забезпечення населення. Ставка податку на прибуток в Україні близька до ставки інших країн, які теж ще знаходяться на стадії розвитку. Було б раціонально подумати про зниження ставки податку на прибуток в Україні хоча б до рівня 15%, оскільки це могло б привести до розвитку бізнесу та виходу його з «тіні». Міжнародний центр перспективних досліджень наголошує на тому, що одним із чинників тінізації економіки нашої країни є неефективне адміністрування податку на прибуток підприємств, що часто створює додатковий тягар для платників податків і приводить до схем ухиляння від звітності, включаючи корупцію. У платників податку часто складається враження, що сплачені гроші несправедливо та неефективно витрачаються державою, що провокує можливість ухилення від сплати податків.

До того ж проблемою в Україні стало недосконале розширення податкових пільг ще у 2011 році, внаслідок чого додаються зловживання з боку суб'єктів підприємницької діяльності. Іншою важливою причиною залишається відсутність ефективних механізмів покарання за недотримання податкового законодавства, що створює додаткові стимули до мінімізації та ухилення від сплати податку на прибуток [7].

З метою дослідження світового досвіду оподаткування прибутку підприємств та можливостей його застосування в Україні розглянемо детальніше досвід деяких зарубіжних країн у корпоративному оподаткуванні. Оскільки США є однією з найрозвиненіших країн світу, то вважаємо за доцільне почати дослідження механізму прибуткового оподаткування в зарубіжних країнах саме з цієї країни. Так, у США податок на прибуток корпорацій, який за період з 2018 по 2020 рр. становив близько 10% доходів федерального бюджету [8], заснований на шкалі прогресивних ставок, тобто податок на прибуток корпорацій стягується за шкалою: перші 50,0 тис. дол. – 15%, за подальші 25,0 тис. дол. – 25%, і лише на суму, що перевищує 75,0 тис. дол., – 35%. Податковим періодом є рік. Але сплата здійснюється чотири рази на рік. У цьому разі застосовуються оціночні платежі. Суть їх полягає в тому, що підприємство попередньо оцінює можливі річні доходи, витрати та пільги і визначає мінімальну суму платежу. Ця сума сплачується до бюджету рівними частками до 12 квітня, 12 червня і 12 грудня поточного року.

Наступним за обсягом ВВП у світі є Китай. Так, у Китаї основна ставка корпоративного податку становить 25%. Проте є й більш низькі ставки податку для окремих галузей/секторів промисловості: – для малих комерційних підприємств, якщо річний оподатковуваний дохід становить менше 300 000 юанів та які страждають від стихійних лих, надають соціально значущі послуги (послуги з працевлаштування

населення), ставка податку на прибуток знижена до 10%; – для високотехнологічних підприємств, які займаються переробкою відходів, а також виробничих підприємств інтегральних схем із загальним обсягом інвестицій понад 8 млрд юанів, ставка знижена до 15% [6].

Цікавим для вітчизняної практики, на нашу думку, є досвід Словаччини. Словаччина – країна, яка мала слабку економіку (дефіцит платіжного балансу сягав 9%, дефіцит державних фінансів – 6%) та корупцію (підприємства приватизувалися переважно на користь пов'язаних з урядом підприємців). Однак вчасно проведені ефективні реформи вивели економіку країни з кризи, і сьогодні Словаччина є досить розвиненою країною із стабільною економікою. Внаслідок проведеної податкової реформи ставка податку на прибуток незалежно від доходу до 2016 року становила 22%, а у 2017–2018 рр. – 21%. Зокрема, було збільшено розмір неоподатковуваного доходу в 2,5 разу, внаслідок чого ефективна ставка податку зменшилася для найбідніших, залишаючись прогресивною: найбідніші не платять нічого, багаті платять за ставкою 21% [9]. Позитивний досвід застосування регулюючого потенціалу податку на прибуток має Канада. Так, у цій країні ставка корпоративного податку становить 26,5% та включає в себе федеральний податок – 15% та провінційний – 11,5% [6]. Відмітимо, що у Канаді широко застосовується практика різноманітних пільг. Наприклад, податковий кредит застосовується для компаній аерокосмічної, фармацевтичної, комп'ютерної та телекомунікаційної галузей. Це сприяє залученню іноземних інвестицій, стимулює розвиток науково-технічного прогресу та розвиток економіки загалом.

Ще однією особливістю корпоративного оподаткування зарубіжних країн є сплата мінімального корпоративного податку. Наприклад, в Австрії передбачається сплата в обов'язковому порядку мінімального корпоративного податку незалежно від результатів діяльності платника: для компаній з обмеженою відповідальністю – 437,5 євро, акціонерних товариств – 875 євро за кожний минулий квартал, або 1750 і 3500 євро в рік відповідно. Для новостворених компаній розмір мінімального корпоративного податку протягом першого року роботи знижений до 273 євро за квартал, або 1092 євро в рік. У разі отримання компанією збитку сплата переноситься на майбутнє, до отримання прибутку. У США справляється альтернативний мінімальний податок (АМП) з метою запобігання заниженню платниками з високим рівнем доходів податкових зобов'язань шляхом зловживання пільгами, знижками і кредитами, тобто легалізованого ухилення від податків. Якщо АМП, нарахований на дохід, перевищує суми звичайних зобов'язань за податком, то платник має сплатити саме альтернативний податок за ставкою 20%. Альтернативний мінімальний податок використовується як примус для тих, хто має право на численні пільги, платити хоч що-небудь.

Ще одним інструментом регулювання діяльності підприємств, який активно використовується у Великобританії, Франції, США, Канаді та низці інших країн, є інвестиційний податковий кредит (ІПК). ІПК являє собою відстрочку сплати податку на прибуток, що надається суб'єкту підприємницької діяльності на визначений термін з метою збільшення його фінансових ресурсів для здійснення інноваційних програм, з наступною компенсацією відстрочених сум у вигляді додаткових надходжень податку через загальне зростання прибутку, яке буде отримане внаслідок реалізації інноваційних програм [10]. Так, у Великобританії підприємствам дозволено використовувати близько 10% корпоративного податку на інвестиції, що визначені законом.

В Італії ІПК широко використовується для стимулювання розвитку південних регіонів. У Франції він використовується для стимулювання створення нових підприємств, у тому числі і для прискорення розвитку економічно відсталих регіонів. Крім того, у Франції компанії з видобутку нафти, природного газу та твердих матеріалів мають право на знижку з вимогою реінвестувати отримані засоби в ті ж самі галузі протягом 2 років (нафта і газ) або 5 років (тверді мінерали). У такій схемі надання ІПК є свої переваги та недоліки, а також певні обмеження у застосуванні.

Перевагою є надання значних пільг інноваційно-активним суб'єктам господарювання, недоліком – відсутність однозначного вирішення проблеми вибору рівня витрат, щодо якого визначається приріст інноваційних витрат, і, як наслідок, ускладнення адміністрування податку на прибуток; відсутність з боку суб'єктів господарювання гарантій того, що вивільнені кошти будуть використовуватись за цільовим призначенням – на розвиток інноваційної діяльності. Обмеженням у застосуванні є те, що внаслідок спаду ділової активності в країні може скластися ситуація, коли суб'єкт господарювання не зможе чи не захоче збільшувати витрати на інноваційну діяльність, і стимулюючі можливості цього виду ІПК можуть бути вичерпані.

Висновки і пропозиції. На основі проведеного аналізу практики справляння податку на прибуток підприємств в Україні та розглянутого досвіду зарубіжних країн у корпоративному оподаткуванні можна стверджувати, що механізм оподаткування прибутку підприємств в нашій країні потребує вдосконалення з метою підвищення регулюючої ролі цього податку.

Оскільки в Україні податок на прибуток підприємств спрямований в основному лише на досягнення фіскальної достатності Державного бюджету, цілком зрозумілим є той факт, що вітчизняні підприємства

зацікавлені в мінімізації прибутку з метою зменшення податкового тягаря або взагалі вибирають шлях до тіньової економіки, що ще більше поглиблює кризу. У цьому контексті під час проведення податкових реформ в Україні слід зважати на те, що податок на прибуток підприємств не лише є фіскальним інструментом, а й має значний регулюючий потенціал, сприяючи інноваційному розвитку та економічному зростанню. За результатами проведеного дослідження зарубіжного досвіду оподаткування прибутку підприємств вважаємо за доцільне запропонувати такі заходи реформування податкової системи України:

– посилити контрольні заходи за сплатою податку на прибуток;

– створити стимули для місцевих органів влади в зацікавленості розвитку малого бізнесу на їхніх територіях та встановити знижені ставки податку на прибуток підприємств для сектору малого бізнесу, адже це найбільш динамічний елемент приватного підприємництва, що відіграє значну роль у створенні інновацій, розширенні виробництва та зростанні зайнятості;

– запровадити податкові пільги, як у Канаді та Китаї, для компаній, що належать до пріоритетних галузей розвитку економіки України: в агропромисловому комплексі, машинобудівному комплексі, переробній промисловості тощо, що буде сприяти залученню іноземних інвестицій, стимулювати розвиток науково-технічного прогресу та розвиток економіки загалом;

– встановити фіксований мінімальний корпоративний податок, як в Австрії та США, незалежно від результату діяльності та кількості пільг підприємств, що дасть змогу посилити фіскальну ефективність податку на прибуток;

– запровадити інвестиційний податковий кредит, що дасть змогу підприємствам вкладати кошти в нове виробництво, а це сприятиме появі нових робочих місць та економічному зростанню.

Реалізація запропонованих заходів посилення фіскальної та регулюючої ролі податку на прибуток підприємств України, на наше переконання, сприятиме зміцненню та вдосконаленню чинної системи оподаткування, що дасть змогу зменшити податковий тиск на суб'єктів господарювання та приведе до підвищення індексу конкурентоспроможності нашої країни.

Список використаних джерел:

1. Асоціація платників податків України. Податкова система США : веб-сайт. URL : http://www.appu.org.ua/main2/shkola_platnyka_podatkiv/vse_pro_podatki/zarybizhnuy_dosvid/USA.html

2. Коваленко Н.В. Інвестиційний податковий кредит як інструмент фінансування діяльності промислових підприємств. Науковий вісник Національного університету ДПС України (економіка, право). 2018. № 3 (54). С. 106–111.

3. Ковач С.О. Бухгалтерський облік і аудит. *Облік і звітність розрахунків за податком на прибуток підприємства в умовах законодавчих змін*. 2017. № 4. С. 34–43.

4. Коридори влади. Лобіювання і Government Relations в Україні. Словацькі реформи – чудовий посібник для України : веб-сайт. URL : http://www.kuluar.com.ua/2015/ 02/09/slovatski-reformyvidminnyj-posibnyk-dlya-ukrajiny (дата звернення: 26.03.2019)

5. Міжнародний центр перспективних досліджень. Тіньова економіка в Україні: причини та шляхи подолання. URL : http://icps.com.ua/assets/uploads/files/t_novaekonom_kau kra_ni.pdf

6. Податкова система: навчальний посібник / П.В. Мельник ; за заг. ред. П.В. Мельника, В.Л. Андрущенка, І.А. Прокопенко, Ю.В. Панура, О.С. Іванишина, Т.В. Турчак, Т.В. Смірнова, Ю.І. Турянського та ін. Київ: Кондо, 2016. 698 с.

7. Сторожук О.В., Панура Ю.В. Податок на прибуток підприємств: вітчизняний та зарубіжний досвід. *Науковий вісник Національного університету державної податкової служби України (економіка, право).* 2017. № 3. С. 191–196. URL : http://nbuv.gov.ua/ UJRN/Nvnudpsu_2017_3_28

8. Шумський Р.В. Зарубіжний досвід побудови системи прибуткового оподаткування юридичних осіб. Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ. URL : http://nauka.kushnir.mk.ua/ ?p=33570 KPMG.

9. Corporate tax rates table : веб-сайт. URL : https://home.kpmg/ kh/en/home/services/tax/tax-tools-and-resources/tax-rates-online/ corporate-tax-rates-table.html

10. United States Federal State and Local Government Revenue : веб-сайт. URL : http://www.usgovernmentrevenue.com

МОНІТОРИНГ ВИКОНАННЯ МІСЦЕВОГО БЮДЖЕТУ ОСТРИЦЬКОЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ ЗА ДОХОДАМИ

Тодерян Д., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування», спеціалізація «Державні фінанси»
Наук. кер. – Табенська Ю. В.

У науковій статті проведено аналіз виконання місцевого бюджету Острицької об'єднаної територіальної громади Герцаївського району Чернівецької області за доходами протягом 2018-2020 рр. Визначено стан формування доходної частини місцевого бюджету. Оцінено динаміку і структуру доходів місцевого бюджету. Визначено заходи, спрямовані на збільшення доходної частини місцевих бюджетів.

The scientific article analyzes the implementation of the local budget of the Ostrytsia united territorial community of Hertsaiv district of Chernivtsi region by revenues during 2018-2020. The state of formation of the revenue part of the local budget is determined. The dynamics and structure of local budget revenues are assessed. Measures aimed at increasing the revenue side of local budgets have been identified.

Актуальність. В умовах сьогодення виникає потреба посилення самостійності місцевого самоврядування для задоволення потреб населення територіальних громад, для сталого соціально-економічного розвитку регіону і звичайно, для забезпечення ефективного формування місцевих бюджетів. В умовах кризових явищ скорочується фінансування місцевих бюджетів, що актуалізує дослідження питання фінансової самостійності. Аналіз виконання місцевого бюджету допоможе зрозуміти стан та визначити напрямки вдосконалення. Тема дослідження, беззаперечно є актуальною.

Метою статті є оцінка виконання місцевого бюджету Острицької територіальної громади за доходами.

Об'єктом дослідження виступає сукупність фінансово-економічних відносини, які виникають у процесі формування доходної частини місцевого бюджету Острицької територіальної громади Герцаєвського району Чернівецької області.

Предметом дослідження є практичні основи формування доходної частини місцевого бюджету.

Достатньо велика кількість публікацій вчених присвячена практичним основам формування доходної частини місцевого бюджету. Виокремимо здобутки таких науковців: Вовна Н. І. [1], Волохова І. С. [2], Качула С.В., Малоок І.А., Проценко К.В. [3], Кулик І.О. [4], Лисяк Л. В., Кушнір А. І. [5], Кириленко О. П., Раделицький Ю.О. [6] та інші. Вважаємо, що ця тематика має великий практичний потенціал.

Проведемо дослідження і виявимо стан формування доходної частини місцевого бюджету Острицької ОТГ за 2018 - 2020 роки (табл.1.) . До бюджету Острицької об'єднаної територіальної громади за 2018 рік надійшло доходів 68353802,94 грн., при уточненому плані 69004793,21 грн. що складає 99,06 %, в тому числі по загальному фонду 67550229,72 грн., що складає 100,46 % до річного плану 67244048,00 грн., по спеціальному фонду надійшло всього доходів 803573,22 грн, або 45,64 % річного плану 1760745,21 грн. в т.ч. без урахування трансфертів надійшло 803573,22 грн. або 105,63 % річного плану 760745,21 грн.

Таблиця 1

Планові і фактичні показники доходної частини місцевого бюджету Острицької територіальної громади за 2018-2020 роки, грн*

Назва фонду	*2018 р.*			*2019 р.*			*2020 р.*		
	Планові показники	*Фактичні показники*	*%*	*Планові показники*	*Фактичні показ-ники*	*%*	*Планові показники*	*Фактичні показники*	*%*
Загаль-ний фонд	67244048,0	67550229,72	100,5	72747174,0	73155393,26	100,6	69 462 768,0	69 963 178,5	100,7
Спеціа-льний фонд	1760745,21	803573,22	45,6	4095748,79	4435066,93	108,2	3 468 403,0	3 554 479,92	102,5
Всього	69004793,21	68353802,94	99,1	76842922,79	77590460,19	101	72 931 171,0	73 517 658,4	100,8

*Примітка: складено автором на основі річної звітності Острицької сільської ради [7].

За 2019 рік до бюджету Острицької об'єднаної територіальної громади надійшло доходів 77590460,19 грн., при уточненому плані 76842922,79 грн., що складає 100,97 %, в тому числі по загальному фонду 73155393,26 грн., що складає 100,56 % до річного плану 72747174,00 грн., по спеціальному фонду надійшло всього доходів 4435066,93 грн, або 108,28 % річного плану 4095748,79 гривень, в т.ч. без урахування трансфертів надійшло 3041066,93 грн, або 112,64 % річного плану 2699748,79 грн.

За 2020 рік до бюджету Острицької територіальної громади надійшло доходів 73 517 658,43 грн, при уточненому плані 72 931 171,00 грн, що складає 100,8 %, в тому числі по загальному фонду 69 963 178,51 грн., що складає 100,72 % до річного плану 69 462 768,00 грн, по спеціальному фонду надійшло всього доходів 3 554 479,92 грн., або 102,48 % річного плану 3 468 403,00 грн.

Показники щодо особливостей формування доходів місцевого бюджету Острицької територіальної громади за 2018 - 2020 рр. (в розрізі джерел доходів) систематизовано в табл. 2. Бачимо чітку тенденцію до зростання за період моніторингу джерел доходів місцевого бюджету Острицької територіальної громади.

Обсяги податкових надходжень місцевого бюджету Острицької територіальної громади за період оцінки збільшилися на 23,6%. У 2018 році податкові надходження становили - 13568135,4 грн. , а у 2019 році збільшилися до обсягу 15073245,4 грн. (це на 1505110,0 грн. або 11,1 % більше). В 2020 році до бюджету надійшло податкових надходжень у сумі - 16773474,6 грн. А це на 11,3% або на 1700229,2 грн. більше показника 2019 року та на 3205339,2 грн. більше показника 2018 р.

Неподаткові надходження за період дослідження теж росли. Так, у 2018 р. їх обсяг становив 918399,5 грн, у 2019 році становив 2767392,96 грн. (це на 1848993,5 грн. або 201,3% більше показника

попереднього року). У 2020 р. обсяг неподаткових надходжень Острицької територіальної громади становив 2410763,69 грн. Це на 12,9 % або на 356629,3 грн. менше показника 2019 р., але на 1492364,2 грн. більше показника 2018 року. Приріст за період аналізу склав 162,5 %.

Таблиця 2

Динаміка доходної частини місцевого бюджету Острицької територіальної громади за 2018-2020 рр., грн*

Доходи	*Фактичні значення*			*Відхилення*					
	2018 р.	*2019 р.*	*2020 р.*	*Абсолютне, +/-*			*Відносне, %*		
				2019/ 2018	*2020/ 2019*	*2020/ 2018*	*2019/ 2018*	*2020/ 2019*	*2020/ 2018*
Податкові надходження	13568135,4	15073245,4	16773474,6	1505110,0	1700229,2	3205339,2	11,1	11,3	23,6
Неподаткові надходження	918399,5	2767392,96	2410763,69	1848993,5	-356629,3	1492364,2	201,3	-12,9	162,5
Доходи від операцій з капіталом	0,0	386923,88	1 353 703,10	386923,9	966779,2	1353703,1		249,9	
Цільові фонди	0,0	22680	22 680	22680,0	0,0	22680,0		0,0	
Всього власних доходів	14486534,9	18250242,2	20560621,4	3763707,3	2310379,2	6074086,5	26,0	12,7	41,9
Офіційні трансферти	53867268	59340218	52957037	5472950	-6383181	-910231,0	10,2	-10,8	-1,7
Всього	68353802,9	77590460,2	73517658,4	9236657,3	-4072801,8	5163855,5	13,5	-5,2	7,6

*Примітка: складено автором на основі річної звітності Острицької сільської ради [7].

Відзначимо, що спостерігається тенденція до зменшення обсягу офіційних трансфертів у доходах місцевого бюджету Острицької територіальної громади. За період, що аналізується зменшення на 910231,0 грн. або 1,7 %. Їх розмір у 2018 році становив 53867268 грн., а у 2019 році їх отримано в сумі - 59340218 грн., а це більше показника минулого року на 5472950 грн. (на 10,2%). Обсяг трансфертів у 2020 році становив 52957037 грн., а це на 6383181 грн. або на 10,8% менше показника 2019 року та на 910231,0 грн. менше показника 2018 р.

Бачимо позитивну тенденцію до збільшення абсолютних показників власних доходів (без врахування трансфертів) місцевого бюджету Острицької територіальної громади протягом періоду з 2018 по 2020 роки на 6074086,5 грн.

Оцінимо структуру доходів місцевого бюджету Острицької територіальної громади за 2018-2020 роки (табл. 3). Питома вага податкових надходжень місцевого бюджету Острицької територіальної громади у 2018 р. становила - 19,8 %, у 2019 році частка податкових надходжень склала - 19,4 %, тобто зменшилася на - 0,4 % порівняно з 2018 роком. У 2020 році частка даних надходжень становила 22,8 %, а це на 3,4% більше ніж у попередньому році та на 3,0 % більше за показник 2018 року.

Таблиця 3

Структура доходної частини місцевого бюджету Острицької територіальної громади за 2018-2020 рр., грн*

Доходи	*Роки*						*Відхилення структури, %*		
	2018 р.		*2019 р.*		*2020 р.*				
	Факт	*Питома вага,%*	*Факт*	*Питома вага,%*	*Факт*	*Питома вага,%*	*2019/ 2018*	*2020/ 2019*	*2020/ 2018*
Податкові надходження	13568135,4	19,8	15073245,4	19,4	16773474,6	22,8	-0,4	3,4	3,0
Неподаткові надходження	918399,5	1,3	2767392,96	3,6	2410763,69	3,3	2,2	-0,3	1,9
Доходи від операцій з капіталом	-	-	386923,88	0,5	1353703,10	1,8	0,50	1,34	1,84
Цільові фонди	-	-	22680	0,029	22 680	0,031	0,03	0,00	0,03
Офіційні трансферти	53867268	78,8	59340217,9	76,5	52 957 037	72,0	-2,3	-4,4	-6,8
Всього надходжень	68353803	100,0	77590460,14	100,0	73517658,4	100,0			

*Примітка: складено автором на основі річної звітності Острицької сільської ради [7].

У 2020 році найбільша питома вага у структурі доходів належить офіційним трансфертам (72%). Друге місце належить податковим надходженням – 22,8 %. Третє місце належить неподатковим надходженням - 33,3%. Найменша питома вага належала цільовим фондам та доходам від операцій з капіталом.

Вважаємо, що необхідними є заходи, спрямовані на збільшення доходної частини місцевих бюджетів. Збільшення доходів місцевих бюджетів повинно відбуватися з використанням як податкових, так і неподаткових важелів. З податкових важелів доцільним буде перегляд ставок за місцевими податками та зборами в межах Бюджетного кодексу України і в залежності від цілей місцевої влади. З неподаткових інструментів можна використовувати такі, як ефективний контроль за дотриманням бюджетного процесу на місцях; інвентаризація та реалізація майна, що знаходиться на балансі муніципалітету; проведення заходів з виявлення та ліквідації нелегальної зайнятості тощо. Крім того, збільшенню доходів будуть сприяти покращення інвестиційної привабливості територій та сприятливий бізнесклімату [6].

Список використаних джерел:

1. Вовна Н. І. Доходи місцевих бюджетів: оптимізація формування та резерви зростання : дис. к.е.н. Тернопільський державний економічний ун-т. Тернопіль, 2006. URL : http://www.nbuv.gov.ua/ard/2006/06vnifrz.zip (дата звернення: 11 жовтня 2021).
2. Волохова І. С. Вектори зростання надходжень до місцевих бюджетів України. *Науковий вісник Ужгородського національного університету.* Випуск 23. частина 1. 2019. С. 39–42.
3. Качула С.В., Малоок І.А., Проценко К.В. Соціальні аспекти зміцнення місцевих бюджетів в умовах бюджетної децентралізації. Молодий вчений. 2018. No 6 (58). С. 400–406. URL: http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2018/6/89.pdf (дата звернення: 30.10.2021).
4. Кулик І.О. Шляхи удосконалення управління місцевими бюджетами URL : http://www.kbuapa.kharkov.ua/-book/conf/2012-2/doc/2/11.pdf (дата звернення: 11 жовтня 2021).
5. Лисяк Л. В., Кушнір А. І. Фінансова стійкість місцевих бюджетів: теоретичний аспект. *Молодий вчений*. 2019. №1 (65). С. 472–475.
6. Раделицький Ю.О. Місцеві бюджети в умовах поглиблення фінансової децентралізації в Україні: монографія / Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка. Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2018. 312 с.
7. Фінансова звітність Острицької сільської ради за 2018, 2019, 2020 роки.

КАЗНАЧЕЙСЬКЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Уткін О., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування», спеціалізація «Державні фінанси»
Наук. кер. – Ковалевич Д. А.

Стаття присвячена дослідженню теоретичних засад та обґрунтуванню практичних рекомендації щодо вдосконалення казначейського обслуговування місцевих бюджетів України в умовах трансформаційних змін економіки Розкрито теоретичні та практичні основи казначейського обслуговування коштів бюджету.Проведено аналітичні дослідження касового виконання бюджету м.Чернівці.Розроблено рекомендації щодо покращення казначейського обслуговування місцевих бюджетів.

The article is devoted to research of theoretical bases and substantiation of practical recommendations on improvement of treasury service of local budgets of Ukraine in the conditions of transformational changes of economy.Theoretical and practical bases of treasury service of budget funds are opened. Analytical researches of cash execution of local budgets of Chernivtsi region are carried out. Recommendations on improvement of treasury service of local budgets are developed.

Актуальність теми**.** Система казначейства займає визначальне місце в управлінні фінансовими ресурсами держави. Державна казначейська служба України є головним фінансовим інститутом держави. Практика свідчить, що в сучасних умовах органи Державної казначейської служби України є активними учасниками у процесі управління державними та регіональними фінансовими ресурсами. Саме від організації роботи органів Казначейства залежить своєчасність та якість фінансування цільових бюджетних програм, отримання учасниками бюджетного процесу державних коштів.

Метою наукової статті є дослідження процесу казначейського обслуговування місцевих бюджетів.

Предметом дослідження є економічні відносин, які виникають у процесі касового виконання бюджету.

Об'єктом дослідження є процес казначейського обслуговування місцевих бюджетів за доходами та видатками.

Дослідженням теоретичних й практичних питань побудови та функціонування системи казначейства займалися такі вчені як Булгакова С.О., Павлюк К.В., Сушко Н.І., Стоян В.І, Тентюк В.П., Стоян В. І, Чечуліна О. О. Юрій С. І. та інші.

При виконанні державного і місцевих бюджетів застосовується казначейське обслуговування бюджетних коштів. Казначейство України забезпечує казначейське обслуговування бюджетних коштів на основі ведення єдиного казначейського рахунку, відкритого у Національному банку України [1].

Організація роботи органів Державної казначейської служби України щодо обслуговування дохідної частини бюджетів (тобто управління грошовими ресурсами) здійснюється у такій послідовності:

- відкривають рахунки для надходження податків, зборів, платежів ;
- розподіляють кошти між фондами та рівнями бюджетів за нормативами, визначеними Бюджетним кодексом України, іншими законодавчими актами та рішенням відповідної ради про місцевий бюджет;
- перераховують міжбюджетні трансферти ;
- здійснюють повернення переплати по платежах, надмірно або неправильно зарахованих ;
- ведуть облік доходів бюджету;
- складають звітність про виконання бюджетів.

Казначейське обслуговування місцевих бюджетів за видатками органами Казначейства здійснюється в такій послідовності :

- формування мережі розпорядників (одержувачів) коштів;
- реєстрація та облік у системі АС «Є-Казна»;
– облік та внесення змін до планових показників, що виникають у процесі виконання місцевого бюджету;
- відображення в обліку затверджених кошторисів, планів асигнувань загального фонду, спеціального фонду розпорядників бюджетних коштів, планів використання бюджетних коштів одержувачів, а також внесених до зазначених документів змін;
- реєстрація та облік бюджетних зобов’язань, бюджетних фінансових зобов’язань розпорядників (одержувачів) бюджетних коштів;
- перерахування міжбюджетних трансфертів та проведення операцій за взаємними розрахунками між державним та місцевими бюджетами;
- проведення операцій з обслуговування місцевих бюджетів під час здійснення процедур з добровільного об’єднання територіальних громад. Реєстрація та облік у системі АС «Є-Казна» органів Казначейства розпису місцевих бюджетів здійснюється не пізніше ніж через 30 днів після затвердження бюджету, місцеві фінансові органи надають до органів Казначейства на паперових та електронних носіях розпис місцевих бюджетів, який затверджується керівником місцевого фінансового органу.

Казначейство є учасником системи електронних платежів Національного банку. [2].

Реформування економічних відносин в Україні охоплює всі сфери діяльності суспільства, зокрема й державний контроль і невід’ємну його складову – фінансовий контроль. Система казначейства, виконуючи функцію обслуговування державного і місцевих бюджетів, здійснює попередній і поточний контроль.

Метою фінансового контролю органів Казначейства є зменшення кількості та обсягів порушень бюджетного законодавства і недопущення спрямування бюджетних коштів не за призначенням; взяття бюджетних зобов'язань розпорядниками та одержувачами бюджетних коштів у межах виділених бюджетних асигнувань, установлених кошторисами (планами використання бюджетних коштів. Органи Казначейства здійснюють контроль за виконанням бюджетів на всіх етапах взяття зобов'язань. Попередній контроль проводиться на етапі реєстрації зобов'язань та оплати рахунків розпорядниками й одержувачами бюджетних коштів. З цією метою органи Казначейства перевіряють документи, що підтверджують право і законність проведених витрат, подання яких передбачено бюджетним законодавством.

До заходів поточного контролю відносять контроль відповідності платіжних документів щодо наявності відповідного бюджетного зобов'язання та бюджетного фінансового зобов'язання в межах залишків бюджетних коштів на рахунках розпорядників бюджетних коштів та одержувачів бюджетних коштів за відповідними кодами економічної класифікації видатків та класифікації кредитування, наявності затвердженого в установленому порядку паспорта бюджетної програми; наявності у розпорядників бюджетних коштів відповідних бюджетних асигнувань.

Основним завданням механізму системи казначейства є управління наявними фінансовими ресурсами, тобто виконання функцій і завдань казначейського обслуговування бюджету. Завдяки казначейському обслуговуванню бюджетних коштів здійснюється цільове використання бюджетних коштів.

Завданнями управління фінансовими ресурсами є:

- організація виконання бюджетів;
- управління рахунками бюджетів і бюджетних коштів;
- управління ризиками нецільового використання бюджетних коштів;
- відбір рівноважних станів вхідних та вихідних потоків грошових ресурсів;
- управління залишками на ЄКР.

Ключовими передумовами модернізації та підвищення якісного рівня обслуговування органами казначейської служби є розвиток системи на інноваційних технологіях та використанні сучасного інструментарію. Проведено аналітичні дослідження виконання бюджету м.Чернівці.

Міський бюджет міста Чернівці за 2018 рік по загальному фонду виконаний по доходах на 100,5 %

(уточнений план на 2018 рік – 2531206683,48 грн., фактично надійшло – 2544974915,08 грн.), по спеціальному фонду на 140,7% (уточнений план на рік – 105080421 грн., фактично надійшло – 147879336,25 грн.); по видатках загального фонду на 98,9 % (уточнений план на 2018 рік – 2260272735,72 грн., виконано – 2235949585,18 грн.), по видатках спеціального фонду на 83,6 % (уточнений план на рік – 696932860,76 грн., виконано – 582779186,79 грн.).

Міський бюджет міста Чернівці за 2019 рік по загальному фонду виконаний по доходах на 99,5 % (уточнений план на 2019 рік – 2534380575,88 грн., фактично надійшло – 2520635520,52 грн.), по спеціальному фонду на 101,2% (уточнений план на рік – 175421697,57 грн., фактично надійшло – 177457219,43 грн.); по видатках загального фонду на 98,6 % (уточнений план на 2019 рік – 2256367663,88 грн., виконано – 2178838693,82 грн.), по видатках спеціального фонду на 74,7 % (уточнений план на рік – 717144976,38 грн., виконано – 536041691,04 грн.).

Міський бюджет міста Чернівці за 2020 рік по загальному фонду виконаний по доходах на 94,5 % (уточнений план на 2020 рік – 2466696730,13 грн, фактично надійшло – 2329999629,37 грн), по спеціальному фонду на 222,6 % (уточнений план на рік – 60825438,00 грн, фактично надійшло – 135367800,65 грн); по видатках загального фонду на 91,9 % (уточнений план на 2020 рік – 1994267881,41 грн, виконано – 1832415888,62 грн), по видатках спеціального фонду на 66,4 % (уточнений план на рік – 677104241,03 грн, виконано – 449713296,71 грн. [3].

Визначено пріоритетні напрями державної політики у сфері казначейського обслуговування бюджетних коштів:

1) покращання процесу обслуговування клієнтів за допомогою СДО, що потребує певних коригувань стосовно забезпечення високого рівня захищеності даних абонентів цієї системи;

2) удосконалення ПТК «Клієнт казначейства – Казначейство» та АС «Є-Звітність» із метою спрощення та зменшення навантаження на працівників Казначейства і бухгалтерів, а також розроблення більш детальних методичних рекомендації щодо використання програмних продуктів.

З метою покращення процесу казначейського обслуговування бюджетів запропоновано:

1) спростити процедуру підключення до системи дистанційного обслуговування шляхом надання можливості розпорядникам та одержувачам бюджетних коштів дистанційно, без використання паперових носіїв інформації, подавати необхідний перелік документів;

2) внести зміни до процедури отримання кваліфікованого електронного підпису шляхом надання клієнтам Казначейства можливості дистанційного генерування кваліфікованого електронного підпису, забезпечивши розроблення відповідного програмного комплексу;

3) налагодити застосування віртуальних каналів мережевого доступу;

4) автоматизувати процес завантаження звітності про використання бюджетних коштів, укладених договорів та звітів про їхнє виконання на портал Є-data, зв’язавши програмні комплекси, що використовуються органами Казначейства, органами державної влади та місцевого самоврядування та розпорядниками (одержувачами) бюджетних коштів.

Можна виділити такі основні напрями удосконалення казначейського обслуговування бюджетів:

- оптимізація казначейської інфраструктури;
- удосконалення системи бухгалтерського обліку на основі національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку в державному секторі;
- впровадження міжнародних стандартів у роботі Державної казначейської служби України;
- вдосконалення підходів до фінансової звітності про виконання державного та місцевих бюджетів на основі міжнародного досвіду;
- використання зарубіжного досвіду касового виконання бюджетів усіх рівнів;
- модернізація програмного забезпечення у роботі органів Казначейства шляхом створення інтегрованої інформаційно-аналітичної системи управління державними фінансами.

Висновки. З точки зору розвитку інформаційних технологій у сфері обслуговування клієнтів в органах Казначейства необхідно зосередити увагу на вдосконаленні ПТК «Клієнт казначейства – Казначейство» та АС «Є - Звітність» з метою спрощення роботи та зменшення навантаження на працівників Казначейства та бухгалтерів, а також розробити більш детальні методичні рекомендації щодо використання програмних продуктів. Упровадження в органах Казначейства електронного документообігу дозволяє вирішити багато завдань, таких як автоматизація процесів роботи з вхідною, вихідною, розпорядчою, службовою кореспонденцією, зверненнями громадян та юридичних осіб, проєктами документів, фінансовими документами, договорами. Загалом упровадження електронного документообігу в органах Казначейства є важливим кроком на шляху прийняття оперативних управлінських рішень.

Вирішення проблем, запровадження у практичну діяльність нових методів та механізмів обслуговування розпорядників та одержувачів коштів бюджету, дозволить покращити процес казначейського обслуговування бюджетів усіх рівнів.

Список використаних джерел:

1. Бюджетний кодекс України : Закон України від 08.07.2010 р. № 2456 – VI. Дата оновлення: 01.01.2021. URL:http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17/ed20150920 (дата звернення: 12.11. 2021).
2. Положення про Державну казначейську службу України : Постанова Кабінету Міністрів України від 15 квітня 2015 р. № 215. Дата оновлення: 29.07.2020. URL: www.treasury.gov.ua (дата звернення: 14.11.2021).
3. Звітність про виконання місцевих бюджетів Чернівецької області за 2018-2020 роки. URL: https://bukoda.gov.ua/page/group/1619 (дата звернення: 14. 11.2021).
4. Марченко Л. Ю. Запровадження системи електронного документообігу в органах Державної казначейської служби України. Публічне управління XXI століття: синтез науки та практики : зб. тез XIX Міжнар. наук. конгресу, 19.04.2019 р. Харків : Вид-во Хар РІ НАДУ «Магістр», 2019. С. 399–401.

МОНІТОРИНГ ПОКАЗНИКІВ КРЕДИТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АТ «БАНК АЛЬЯНС»

Царанюк І., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування», спеціалізація «Державні фінанси»
Наук. кер. – Табенська Ю. В.

У науковій статті проведено аналіз основних показників кредитної діяльності АТ «Банк Альянс» за 2018-2020 роки. Здійснено оцінку динаміки і структури кредитів та заборгованості клієнтів АТ «Банк Альянс» за 2018 – 2020 роки. Взначеної запропоновано напрямки, які в подальшому вдосконалять процес кредитування в досліджуваній банківській установі.

The scientific article analyzes the main indicators of credit activity of JSC "Bank Alliance" for 2018-2020. An assessment of the dynamics and structure of loans and indebtedness of clients of JSC "Bank Alliance" for 2018 - 2020. The directions which will further improve process of crediting in the investigated banking institution are specified and offered.

Актуальність. Тема дослідження є актуальною. Адже, провідна роль в загальній структурі банківських операцій належить кредитній діяльності, оскільки основним джерелом отримання прибутку будь-якого банку є доходи саме від кредитних операцій. Крім того, кредитування сприяє розвитку підприємництва, зростанню робочих місць, загалом покращує соціально-економічний розвиток країни, гарантує стабільність та економічне зростання.

Метою статті є оцінка показників кредитної діяльності банківської установи (на прикладі діяльності АТ «Банк Альянс» за 2018-2020 рр.).

Об'єктом дослідження виступає діяльність АТ «Банк Альянс».

Предметом дослідження є практичні основи кредитної діяльності АТ «Банк Альянс».

Велика кількість публікацій вчених присвячена оцінці кредитної діяльності банків. Виокремимо статті таких науковців: Гладких Д.М. [1], Горідько О. В. [2], Кретов Д. [3], Молдавська О. В. [4], Мульска О., Рущишин Н. [5], Пашков А. [6], Семенча І.Є. [7] та інші. Вважаємо, що ця тематика має великий практичний потенціал, оскільки банківська система держави потребує постійного моніторингу через кризові явища в економіці та виклики пандемії.

Протягом 2019-2020 рр. банківська система України демонструвала скорочення обсягів корпоративного кредитування і лише незначне збільшення кредитування населення. Кредитний портфель як корпоративного сектору, так сектору домашніх господарств на протязі 2016–2020 рр. представлений переважно коротко- та середньостроковими кредитами в національній валюті. Щодо кредитів, наданих фізичним особам то скорочення частки кредитів домогосподарствам на придбання, будівництво та реконструкцію нерухомості до 16,2% на 01.01.2021 на тлі зростання до 81,0% частки споживчих кредитів засвідчує шкідливість такої тенденції для економічного зростання. Ускладнення кредитної діяльності банків викликане карантинними обмеженнями, що негативно впливають на попит на кредитні ресурси позичальників [3, с. 103].

Дослідимо динаміку кредитів та заборгованості клієнтів АТ «Банк Альянс» за 2018-2020 роки у табл. 1. Її дані показують, що сума кредитів юридичним особам в поточну діяльність протягом періоду оцінки зросла в динаміці: у 2018 році становила 1431360 тис. грн., у 2019 році - 2354952 і в 2020 році – 3167932 тис. грн. Абсолютне відхилення по даних кредитах у 2020 році в порівнянні з попереднім 2019 р становило - 812980 тис. грн., або 34,5 % у відносному вираженні. А при порівнянні з показниками 2018 року – абсолютне відхилення зросло на 1736572 тис. грн, або на 121,3%.

Відмітимо, що у 2019 р. і у 2020 роках мали місце вимоги, що придбані за операціями факторингу (2019 р. в обсязі - 69197 тис. грн.; 2020 р. в обсязі - 30909 тис. грн.) та іпотечні кредити фізичним особам (2019 р. в обсязі - 5354 тис. грн.; 2020 рік - 9992 тис. грн.).

Таблиця 1

Динаміка кредитів та заборгованості клієнтів АТ «Банк Альянс» у 2018-2020 рр. (тис. грн)*

Найменування	*2018 рік*	*2019 рік*	*2020 рік*	*Абсолютне відхилення*		*Відносне відхилення,%*	
				2020/ 2019	*2020/ 2018*	*2020/ 2019*	*2020/ 2018*
Кредити юридичним особам в поточну діяльність	1431360	2354952	3167932	812980	1736572	34,5	121,3
Вимоги, що придбані за операціями факторингу	0	69197	30909	-38288	30909	-55,3	0,0
Кредити, що надані фізичним особам на поточні потреби	34517	20044	22516	2472	-12001	12,3	-34,8
Іпотечні кредити фізичних осіб	0	5354	9992	4638	9992	86,6	0,0
Усього кредитів	1465877	2449547	3232079	782532	1766202	31,9	120,5
Резерв під знецінення кредитів	74730	120547	267959	147412	193229	122,3	258,6
Усього кредитів за мінусом резервів	1391147	2329000	2964120	635120	1572973	27,3	113,1

*Примітка: складено автором на основі річної звітності АТ «Банк Альянс» [8].

Сума кредитів, що надані фізичним особам на поточні потреби протягом періоду оцінки зменшилася в динаміці, так, у 2018 році становила - 34517 тис. грн. ; у 2019 році - 20044 тис. грн., а в 2020 році – 22516 тис. грн. Негативне абсолютне відхилення за 2018-2020 рр. склало - 12001 тис. грн. (відносне - 34,8%).

За період моніторингу АТ «Банк Альянс» видав кредитів та заборгованості клієнтів до вирахування резерву на покриття збитків від знецінення у 2018 році - 1465877 тис. грн., та у 2019 році – 2449547 тис. грн. і у 2020 році в обсязі – 3232079 тис. грн. Бачимо тенденцію до збільшення загальної суми кредитів в абсолютному вираженні у 2020 році в порівнянні з 2019 роком на 782532 тис. грн. або на 31,9 %. Абсолютне відхилення за весь період оцінки склало 1766202 тис. грн. (120,5%).

Промоніторимо і оцінимо детальніше структуру кредитів та заборгованості клієнтів АТ «Банк Альянс» у 2018-2020 рр. Найбільша частка в загальній структурі кредитних ресурсів АТ «Банк Альянс» належить кредитам юридичним особам в поточну діяльність, частка яких у 2018 році склала – 97,6% та у 2019 році – 96,1% і в 2020 році - 98,0% (рис. 1). Питома вага кредитів, що надані фізичним особам на поточні потреби склала у 2018 р. - 2,4% і, у 2019 р. - 0,8 % і у 2020 р. – 0,7 %. Доля іпотечних кредитів в 2019 році становила - 0,2 %, в 2020 р - 0,3%. А частка вимог, що придбані за операціями факторингу у 2019 р. склала - 2,8 % а в 2020 р. - 1,0%.

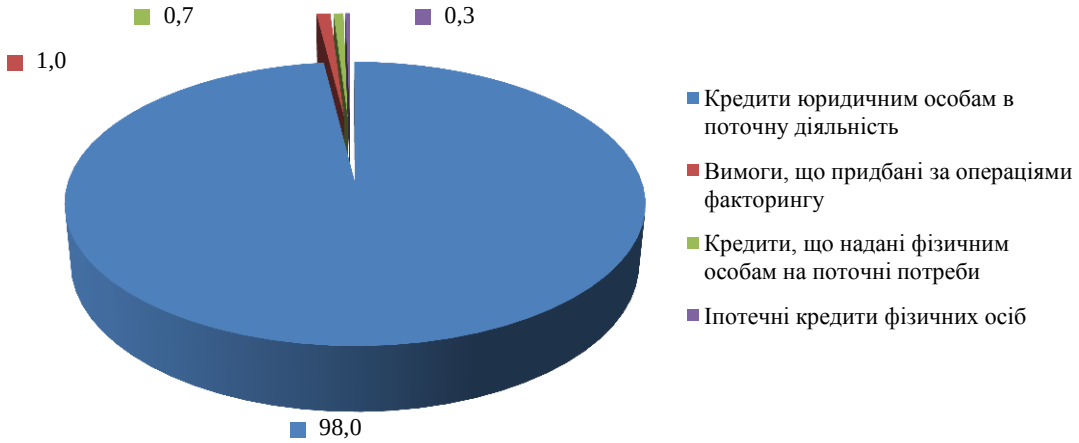

*Рис. 1. Структура кредитів та заборгованості клієнтів у 2020 році, %**

*Примітка: складено автором на основі річної звітності АТ «Банк Альянс» [8].

Ризик концентрації кредитного портфеля (зосередження кредитних операцій в певній галузі чи групі взаємопов'язаних галузей або кредитування певних категорій клієнтів) Банк мінімізує через диверсифікацію кредитного портфеля, яка полягає у розподілі кредитів серед позичальників, які відрізняються один від одного як за характеристиками (розмір капіталу, форма власності), так і за умовами діяльності (галузь економіки, географічний регіон).

Концентрація клієнтського кредитного портфелю за видами економічної діяльності АТ «Банк Альянс» подана нижче [8].

Концентрація у фізичних осіб: у 2018 році – 34517 тис. грн., а у 2019 році було сконцентровано 25398 тис. грн., у 2020 році – 32508 тис. грн. Негативне абсолютне відхилення протягом аналізованого періоду склало 2009 тис. грн., відносне – 5,8 %.

На оптову торгівлю, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами було сконцентровано у 2018 році – 319440 тис. грн., а у 2019 р. - 881907 тис. грн. і у 2020 році – 1300116 тис. грн. Протягом періоду оцінки позитивне відхилення склало 980676 тис. грн.

На будівництво будівель, спеціалізовані будівельні роботи було сконцентровано у 2018 році – 238988 тис. грн., а та у 2019 р. - 294443 тис. грн. у 2020 році – 123205 тис. грн. Протягом періоду оцінки негативне відхилення склало 115783 тис. грн.

Концентрація на діяльність головних управлінь (хед-офісів), консультування з питань керування у 2018 році – 74245 тис. грн., а та у 2019 р. - 51863 тис. грн., у 2020 році – 29820 тис. грн. Протягом періоду оцінки негативне відхилення склало 59,8%.

На роздрібну торгівлю, крім торгівлі автотранспортними засобами було сконцентровано у 2018 році – 40580 тис. грн., а та у 2019 р. - 41525 тис. грн., у 2020 році – 17846 тис. грн. Протягом періоду оцінки негативне відхилення склало 56,0%.

На оптову та роздрібну торгівлю автотранспортними засобами та мотоциклами їх ремонт було сконцентровано у 2018 році – 35557 тис. грн., а та у 2019 р. - 23041 тис. грн. у 2020 році – 48770 тис. грн. Протягом періоду оцінки позитивне відхилення склало 37,2%.

В 2020 році найбільше кредитувалися: оптова торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами (40,23%); сільське господарство (16,23 %); постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря (17,03 %); будівництво будівель, спеціалізовані будівельні роботи (3,81%).

Здійснивши моніторинг кредитних ресурсів клієнтам АТ «Банк Альянс» за 2018-2020 роки можемо зробити наступні висновки: за вказаний період банк видав кредитів та заборгованості клієнтів до вирахування резерву на покриття збитків від знецінення у 2018 році - 1465877 тис. грн., та у 2019 році – 2449547 тис. грн. і у 2020 році в обсязі – 3232079 тис. грн. Бачимо тенденцію до збільшення загальної суми кредитів. Абсолютне відхилення за весь період оцінки склало 1766202 тис. грн. (120,5%). Найбільша частка в загальній структурі кредитних ресурсів належить кредитам юридичним особам в поточну діяльність, частка яких у 2018 році склала – 97,6% та у 2019 році – 96,1% і в 2020 році - 98,0%. Питома вага кредитів, що надані фізичним особам на поточні потреби склала у 2018 р. - 2,4% і, у 2019 р. - 0,8 % і у 2020 р. – 0,7 %. Доля іпотечних кредитів в 2019 році становила - 0,2 %, в 2020 р - 0,3%. А частка вимог, що придбані за операціями факторингу у 2019 р. склала - 2,8 % а в 2020 р. - 1,0%. В 2020 році найбільше кредитувалися: оптова торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами (40,23%); сільське господарство (16,23 %); постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря (17,03 %); будівництво будівель, спеціалізовані будівельні роботи (3,81%).

Отже, обслуговування корпоративних клієнтів є найбільш пріоритетним для Банку у 2021-2023 роках, корпоративний бізнес залишатиметься ключовим для Банку та буде формувати основну частку кредитного портфелю та надходжень до Банку. Ключовим сегментом клієнтів, на яких буде орієнтуватися Банк, обрано клієнтів мікро, малого та середнього підприємництва. Логіка вибору зазначеного сегменту Банку полягає в обмеженні надмірної залежності від великих клієнтів. АТ «Банк Альянс» проводить зважену кредитну політику та приділяє значну увагу формуванню якісного кредитного портфелю. Кредитні операції здійснюються з дотриманням процентних ставок відповідно до стандартних умов банківських продуктів.

Можемо визначити деякі напрямки, які в подальшому вдосконалять процес кредитування в досліджуваній банківській установі, а саме: запустити нові банківські продукти для фізичних осіб, орієнтуючись на найбільш вразливі верстви населення; випуск нових видів банківських продуктів, наприклад, револьверні кредити та контокорентне кредитування для юридичних осіб; створити кредитні програми (позики на стартовий капітал) для підприємців, які хочуть створити власний бізнес; заохотити потенційних клієнтів отримувати кредити в банку шляхом введення диференціації процентних ставок для кожного окремого позичальника на основі результатів аналітичної роботи та до умов кредитної операції, визначеними в процесі структурування позики; застосовувати інноваційні інструменти.

Список використаних джерел:

1. Гладких Д.М. Пріоритети активізації банківського кредитування в Україні. Національний інститут стратегічних досліджень. 2020. URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2020-08/bankivske-kredytuvannya-1_0.pdf (дата звернення: 11.10.2021).

2. Горідько О. В., Якимова В. І., Новікова Л. Ф. Аналіз основних показників діяльності банків в умовах реформування банківської системи України. *Проблеми системного підходу в економіці*. Вип. 3(2). 2018. С. 60-64.

3. Кретов Д. Шляхи вдосконалення кредитної діяльності банків України. *Таврійський науковий вісник*. Серія: Економіка, (6), 2021.97-104.
4. Молдавська О. В. Оцінка якості кредитної діяльності банків України. *Фінанси та банківська справа*. 2016. № 1. С. 15.
5. Мульска О., Рущишин Н. Удосконалення механізму банківського кредитування у контексті регулювання фінансово-економічних дисбалансів в Україні. *Світ фінансів*. №4 (65). 2020. С. 168-182
6. Пашков А. Оцінка якості кредитного портфеля. *Фінансовий простір*. 2019. № 2(18). С. 14–21.
7. Семенча І.Є. Ефективне управління кредитною діяльністю банку: системний погляд професійного менеджера. *Інфраструктура ринку.* 2019. № 34. С. 291–297.
8. Офіційна інтернет-сторінка «Банк Альянс». URL: https://bankalliance. ua/(дата звернення: 30.10.2021).

БЮДЖЕТНА ПОЛІТИКА У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

Яківюк І., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування», спеціалізація «Державні фінанси»
Наук. кер. – Чорновол А. О.

Стаття присвячена розкриттю теоретико-методологічних засад формування та виконання бюджетної політики. Розкрито сутність та роль бюджету як інструменту соціально-економічного розвитку регіону, а також напрями розвитку системи формування та виконання бюджетної політики в умовах економічних перетворень.

The article is devoted to the disclosure of theoretical and methodological principles of formation and implementation of budget policy. The essence and role of the budget as an instrument of socio-economic development of the region, as well as directions of development of the system of formation and implementation of budget policy in the conditions of economic transformations are revealed.

Актуальність даної теми полягає в тому, що Формування бюджету відіграє вагому роль у системі державного фінансового регулювання соціально-економічного розвитку країни. Результативність бюджетної політики визначається рівнем розвитку фінансово- бюджетних інститутів спрямованих на забезпечення економічного зростання. Динамічність та циклічність економічних процесів зумовлює необхідність адаптації бюджетних механізмів до змін фінансово-економічного середовища. Бюджетна політика має спрямовуватись на ефективність макроекономічного регулювання, підвищення рівня добробуту і якості життя населення з урахуванням необхідності дієвої взаємодії відповідних державних інституцій і суспільства. Основним завданням політики у сфері видатків бюджету є забезпечення достатньо високої якості державних послуг в умовах обмеженості бюджетних ресурсів. Розвиток системи формування та виконання бюджету надасть можливість підвищити якісний рівень показників використання бюджетних коштів.

Метою статті є розкриття теоретичних засад та удосконалення методологічних положень формування та виконання бюджетної політики в системі соціально-економічних відносин.

Об'єктом дослідження є формування та виконання бюджетної політики у системі соціально-економічних відносин.

Предметом дослідження є теоретичні засади та механізми формування та виконання бюджетної політики в умовах економічних перетворень.

Бюджетне планування є важливим інструментом забезпечення динамічної збалансованості та стійкості системи публічних фінансів. Важливим є подальший розвиток інституційних засад бюджетного процесу, у тому числі підвищення обґрунтованості прогнозних показників бюджету, системи управління державним боргом, посилення бюджетної прозорості, ефективності формування видатків бюджету. Оцінка та моніторинг соціально-економічної результативності бюджетних програм надасть можливість підвищення рівня взаємозв'язку між досягнутими результатами та використаним обсягом бюджетних коштів.

Серед вагомих наукових досліджень зарубіжних вчених у сфері публічних фінансів можна назвати праці Ш.Бланкарта, Дж. Б'юкенена, А. Вагнера, Дж. М. Кейнса, П. Кругмана, А. Парето, К. Рау, Д. Рікарда, П. Самуельсона, А. Сміта, Р.Солоу, Дж. Стігліца, В. Тайзі, Дж. Тобіна, М. Фрідмана, Дж. Хікса.

Питанням формування бюджету в системі фінансово-економічних відносин присвячені праці вітчизняних вчених: С. Буковинського, О. Василика,. Запатріної [1] , С. Качули, О. Кириленко [2], В. Колосової, М. Кужелєва, В. Лаіугіна, Л. Лисяк, І. Лук'яненко, І. Луніної, А. Мазаракі [4], В.Макогон [5], П. Нікіфорова, В. Опаріна, М.Пасічного, Д. Полозенка, Г. П'ятаченка, Ю.Радіонова, Л. Сідельникової, В.Федосова, І.Чугунова [6], С. Юрія та інших.

Разом з тим, на даному етапі розвитку системи управління державними фінансами необхідним є розкриття сутності формування та виконання бюджету в системі фінансово-економічних відносин,

визначення пріоритетних напрямів бюджетної політики, застосування ефективного бюджетного механізму з врахуванням використання основних засад адаптивної бюджетної архітектоніки. Важливим є розвиток бюджетного планування на середньострокову перспективу, підходів щодо оцінювання результативності бюджетних програм, формування та реалізації бюджетної політики у сфері доходів, видатків бюджету, дефіциту бюджету, державного боргу, підвищення ефективності діяльності бюджетних установ, забезпечення збалансованості та стійкості бюджетної системи. Доцільним є удосконалення бюджетного механізму економічного зростання, підходів щодо ефективного використання бюджетно- податкового потенціалу країни, забезпечення посилення взаємозв'язку між бюджетними призначеннями та виконанням встановлених суспільних цілей та завдань. Зазначене свідчить про актуальність дисертаційної роботи та обумовило визначення її мети, завдань, об'єкту і предмету дослідження.

В умовах економічних перетворень країни як з трансформаційною так і розвинутою економікою зіткнулися з проблемою забезпечення макроекономічної стабільності та стимулювання економічного зростання. Вдосконалення бюджетної політики має ґрунтуватися на якісно нових підходах до бюджетного механізму з врахування критеріїв реалістичності, послідовності, ефективності та результативності формування бюджету.

Бюджет є вагомим інструментом мобілізації і використання фінансових ресурсів. Формування бюджету надає можливість впливати на соціально- економічні процеси, фінансувати структурну перебудову економіки, стимулювати розвиток її пріоритетних секторів, прискорювати інтенсифікацію виробництва, забезпечувати соціальну підтримку найменш захищених верств населення. Виходячи з цього, держава формує бюджетну політику, основним завданням якої є визначення відповідної моделі перерозподілу фінансових ресурсів із метою забезпечення економічного зростання та добробуту населення.

Сутність бюджету проявляється у функціях: розподільча, перерозподільча, відтворююча, регулююча, стимулююча, планова, прогнозна, контролююча, соціальна.

У процесі реалізації розподільчої функції бюджету відбувається первинний розподіл валового національного продукту або національного доходу у вигляді створення державних фондів. Перерозподільна функція бюджету пов'язана, в першу чергу, з міжгалузевим та територіальним розподілом коштів з метою забезпечення найбільш ефективного і раціонального використання доходів і накопичень. Відтворююча функція бюджету забезпечує регулювання процесу виробництва, необхідним є формування грошових фондів на відповідних стадіях і етапах виробництва, розподілу, обміну і споживання. Регулююча функція бюджету тісно пов'язана з іншими функціями. Через державні витрати, державний кредит, державні закупівлі держава впливає на процес відтворення. Стимулююча функція бюджету спрямована на зацікавлення економічних суб'єктів в інвестиційно-інноваційній діяльності, підвищення ефективності діяльності, економічному зростанні [3].

Планова функція бюджету реалізується через розроблення бюджетних планів, створення необхідних умов забезпечення збалансованості бюджетної системи країни, макроекономічної стабільності, передбачуваності бюджетної політики, виконання функцій, покладених на органи державного управління та місцевого самоврядування. Прогнозна функція бюджету реалізується шляхом передбачення відповідних показників майбутнього стану фінансово-економічної системи.

Контрольна функція бюджету полягає в тому, що через формування і використання фондів грошових коштів держави відбувається відображення економічних процесів.

Зміст соціальної функції бюджету полягає в формуванні соціальної безпеки людини та забезпечення цілісності та стабільності розвитку суспільства. Реалізація соціальної функції держави полягає у формуванні і державних фінансових ресурсів з метою забезпечення базових параметрів життєдіяльності особи і суспільства. Соціальне призначення трансфертів, що передаються з державного бюджету місцевим бюджетам, полягає у забезпеченні цілісності національного соціуму, соціальної злагоди і стабільності у суспільстві шляхом розподілу бюджетних ресурсів та суспільних благ для збалансованого соціально-економічного розвитку як адміністративно- територіальних одиниць, так і країни в цілому.

Важливим методологічним чинником є визначення принципів функціонування бюджету , що дозволяє виявити напрями впливу бюджету на розвиток державного сектору економіки, виробити критерії його функціонування. До основних принципів функціонування бюджету можно віднести єдність законодавства; відкритість та прозорість; розмежування фінансово-економічних повноважень; обгрунтованність бюджетного планування; економічність і раціональність.

Бюджетна політика у наступних бюджетних періодах має формувати сприятливі умови для підвищення рівня розвитку людського капіталу як ендогенного фактору забезпечення інтенсивного економічного зростання. Обсяг фінансування установ соціальної сфери має безпосередньо залежати від показників їх діяльності, які повинні відповідати загальноприйнятим світовим стандартам. Крім того, переходу до подальшого етапу розвитку потребує політика збільшення повноважень у сфері фінансового

управління закладами освіти, науки, охорони здоров'я. В сфері бюджетного забезпечення програм соціального захисту актуальним та необхідним є удосконалення інструментарію адресності надання соціальних пільг з упорядкуванням категорій і верифікацією їх отримувачів[5].

Бюджетна політика передбачає узгодження цілей, механізмів, джерел формування та пріоритетів використання фінансових ресурсів державного сектора економіки в процесі планування та прогнозування, управління та контролю, забезпечує збалансування доходів і видатків бюджету, покращує якість і прозорість системи державного регулювання економіки. Спрямованість бюджетної політики, результативність її реалізації визначають динаміку, процеси перерозподілу валового внутрішнього продукту через бюджетний механізм, впливають на фінансову стійкість, реалізацію довгострокової стратегії економічного розвитку, динамічну макроекономічну збалансованість. Бюджет як інструмент державного регулювання визначає вплив держави на суспільне відтворення.

Разом з цим, посилення процесів глобалізації зумовлюють трансформацію складу та обсягу дохідної і видаткової частин бюджету. Важливого значення набувають питання запровадження ефективних механізмів, що передбачають системність реалізації бюджетної політики. Здатність доходів бюджету як важливого інструменту бюджетної політики впливати на соціально-економічні процеси в країні забезпечується передусім рівнем розвитку економіки. Формування дохідної частини бюджету має ґрунтуватися на підходах, спрямованих на досягнення фінансової збалансованості та дієвості економічних перетворень. Можливості використання доходів бюджету в макроекономічному регулюванні пов'язані з умовами і результатами виробництва, рівнем розвитку економічних відносин. Оскільки, доходи бюджету є адаптивним механізмом у системі фінансово-економічного регулювання, спрямованим на забезпечення адекватності регулятивних заходів екзогенним та ендогенним змінам економічного середовища .

Економічна сутність доходів бюджету розкривається як сукупність фінансових відносин в процесі акумуляції частки валового внутрішнього продукту до централізованих фондів під впливом заходів державного регулювання. Формування доходів бюджету виконує акумулюючу та розподільчо-регулюючу функції разом із реалізацією основних фінансових та соціальних принципів. Система формування доходів бюджету як динамічна система, що розвивається в залежності від економічних перетворень, має задіяти відповідні регуляторні механізми. В залежності від показників економіки необхідним є коригування завдань бюджетного регулювання, інструментів та важелів для їх досягнення з метою забезпечення розвитку макроекономічного середовища, здійснення послідовних та ефективних заходів у податково-бюджетній сфері. Передумовою розвитку системи формування доходів бюджету має стати узгодження бюджетної політики та загальнодержавних пріоритетів, посилення взаємозв'язку податкової політики із завданнями інвестиційної стратегії, зниження рівня податкового навантаження, удосконалення механізму надання податкових стимулів для розвитку інноваційної діяльності. Необхідним є забезпечення перетворення системи формування доходів бюджету в ефективний інструмент реалізації соціально-економічної політики на основі проведення модернізації економіки та підвищення її конкурентоспроможності. Регуляторні заходи потребують підвищення якісного рівня фінансової політики з урахуванням циклічності розвитку економіки [6].

Бюджетні видатки використовуються для розподілу фінансових ресурсів держави за різними ознаками - територіальними, галузевими тощо з метою їх раціонального розміщення та ефективного використання, сприяння соціально- економічному розвитку країни. Видатки бюджету можна характеризувати за кількісними показниками, пов'язаними із обсягами бюджетних ресурсів, та якісними показниками, які визначають економічну природу і суспільно-корисне призначення кожного виду видатків. Через видатки бюджету уособлюється роль держави у регулюванні економічних процесів, забезпеченні макроекономічного зростання, соціальних гарантій населення, вдосконалення структури суспільного виробництва. Бюджетні видатки є важливим інструментом впливу на розвиток економіки і соціальної сфери, оскільки за їх допомогою держава може змінювати структуру виробництва, впливати на результати діяльності економічних суб'єктів, здійснювати соціальні перетворення. Бюджетне регулювання у сфері видатків є важливою складовою фінансової політики, яка суттєво впливає на соціально-економічний розвиток адміністративно-територіальних одиниць та держави в цілому. Від якості та своєчасності прийняття рішень щодо формування бюджетних видатків залежить збалансованість державних фінансів, рівень ефективності державного регулювання економічних процесів. Вплив видатків бюджету на соціально-економічне зростання посилюється завдяки запровадженню науково обґрунтованих методів визначення пріоритетних напрямів, структури та обсягів бюджетних ресурсів, запровадження механізму упорядкування бюджетних програм, вчасного перегляду відповідно до потреб сьогодення вже існуючих, затвердження порядків використання коштів бюджету з метою окреслення напрямів їх використання в межах бюджетної програми та недопущення нецільового спрямування.

Виходячи з теоретико-методологічних засад фінансового планування, зокрема бюджетування, бюджетна програма є однією з форм реалізації концептуального підходу фінансової рівноваги у плануванні

руху бюджетних коштів, їх формування та використання. Відповідно до Бюджетного кодексу України бюджетна програма - це систематизований перелік заходів, спрямованих на досягнення єдиної мети та завдань, виконання яких пропонує та здійснює розпорядник бюджетних коштів відповідно до покладених на нього функцій". На даний час, вагомим завданням є підвищення результативності бюджетних програм: розробка конкретних заходів, які будуть здійснені бюджетною установою протягом певного періоду, їх моніторинг, оцінка, а також відповідне реагування на стан виконання; визначення конкретних дії й механізмів забезпечення досягнення цілей, результатів у процесі виконання бюджетної програми; зменшення рівня розпорошення бюджетних коштів. Відповідно до звітів Рахункової палати України одним із суттєвих бюджетних порушень визначено неефективне використання бюджетних коштів: неефективне використання та втрати бюджетних коштів внаслідок прийняття необґрунтованих управлінських рішень; неефективне управління коштами через недоліки в плануванні або відсутність обґрунтованого прогнозування і планування; неефективне використання коштів шляхом тривалого їх утримання без використання; неефективне використання коштів спеціального фонду державного бюджету; неефективне використання коштів на проведення науково-дослідних робіт; неефективне використання коштів на придбання основних засобів; неефективне використання коштів сплачених відсотків за залученими кредитами та сплата штрафних санкцій тощо.

Важливо відмітити, що економічна характеристика факторів фінансування бюджету за видатковою частиною залежить від виділення коштів бюджетним установам та за бюджетними програмами, які фінансуються з бюджету. Основним методом аналізу політико-економічних чинників фінансування бюджетних витрат є програмно-цільовий, який полягає в системному плануванні виділень бюджетних коштів відповідно до затверджених цільових програм, які складаються для здійснення економічних і соціальних завдань. Цей метод планування фінансових ресурсів сприяє дотриманню єдиного підходу до формування та раціонального розподілу фондів фінансових ресурсів за конкретними програма і проектам, і їх концентрації і цільового використання, поліпшення контролю за діяльністю органів державної влади [5].

Бюджет є важливою складовою системи фінансового регулювання економіки, його збалансованість, оптимальність - одна з основних умов економічного зростання. Розміри і порядок утворення основного централізованого державного грошового фонду в сукупності з напрямами і методами використання цих коштів створюють умови для виконання органами державної влади та місцевого самоврядування управлінських функцій. Структура бюджету відображає суспільні переваги щодо державної фінансово-бюджетної політики. Бюджет як економічна категорія виражає систему економічних відносин між державою, з одного боку, підприємствами, організаціями та населенням - з іншого, з приводу розподілу і перерозподілу сукупного суспільного продукту і національного доходу і формування централізованого загальнодержавного фонду грошових коштів. Як економічна категорія бюджет значною мірою впливає на соціально-економічні процеси у суспільстві. Спрямування коштів на реалізацію пріоритетних завдань держави, що мають на меті розробку та використання інноваційних технологій, розвиток людського капіталу, є важливим напрямом ефективної бюджетної політики. Вагомим завданням в умовах економічних перетворень є зміцнення інвестиційно-інноваційного потенціалу вітчизняної економіки, покращення структури інвестицій та збільшення їх обсягів шляхом спрямування державних фінансових ресурсів на оновлення основних фондів, впровадження нових енергозберігаючих технологій та енергоекономічного обладнання, що сприятиме забезпеченню розвитку суспільства. Вагомими інструментами впливу бюджетної політики на рівень економічного зростання є структура та рівень податкових надходжень бюджету. Враховуючи множинність векторів бюджетно-податкової політики органи державного управління здійснюють вагомий влив на соціально-економічні процеси. Якісний розвиток людського капіталу, зростання рівня споживання населення є вагомими завданнями бюджетної політики, яка взаємопов'язана із програмами довгострокового соціально-економічного розвитку країни. Важливим є оцінка ефекту мультиплікатора доходів та видатків бюджету.

З метою стабілізації бюджетної системи розробляється комплекс заходів фінансово-бюджетної політики. Удосконалюються підходи щодо формування та виконання бюджету у системі фінансово-економічних відносин. Вагома увага приділяється питанням розвитку державно-приватного партнерства. Бюджетна політика, в значні мірі, спрямована на розвиток людського капіталу.

Глобальна фінансова криза значною мірою вплинула на макроекономічну стабільність в країнах з розвинутою та трансформаційною економікою. Вагомими постали завдання щодо обґрунтування шляхів відновлення порушеної економічної рівноваги, забезпечення фінансово-бюджетної стабілізації економіки. Зазначене активізувало процеси розробки і реалізації стратегій розвитку країн, у тому числі бюджетної стратегії. На даний час в економічній науці визначається, що стратегії повинні відображати конкретні напрями та шляхи реалізації забезпечення соціально-економічного розвитку країн. Рушійною силою процесу структурних зрушень є швидке, ефективне і стійке накопичення капіталу в контексті розробки

стратегій в сфері розвитку та координація стратегічного управління в державному секторі економіки з заходами бюджетної політики.

Список використаних джерел:

1. Запатріна І. В. Формування фінансової політики держави: євроінтеграційний вимір. *Вісник КНТЕУ.* 2012. № 2. С. 59-73.

2. Кириленко О. П. Модернізація бюджетного забезпечення освіти в рамках секторальної децентралізації. *Фінанси України.* 2О18. №6. С. 75-90.

3. Канєва Т.В. Фінансове забезпечення оплати праці бюджетних установах. *Економічний вісник університету. Переяслав-Хмельницький державний університет імені Григорія Сковороди.* 2013. Випуск 21/2. С. 185-190.

4. Мазаракі А. А., Волосович С. В. Домінанти ринку FinTech під час пандемії COVID-19. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету.* 2021. № 2. С. 4-20.

5. Макогон В. Д. Бюджет як інструмент економічного зростання. *Економічний вісник університету. Переяслав-Хмельницький державний університет імені Григорія Сковороди.* 2016. Випуск 28/1. С. 203—208.

6. Чугунов Е. Я., Макогон В. Д. Бюджетна політика в умовах пандемії covid-19. *Вісник КНТЕУ.* 2020. № 6. С.57-65.

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ ВИТРАТ ВИРОБНИЦТВА ТА СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПТАХІВНИЦТВА

Андрусик У., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Облік і оподаткування», спеціалізація «Облік і оподаткування»
Наук. кер. – Маначинська Ю. А.

У статті розкрито особливості організації обліку витрат виробництва та собівартості продукції на сільськогосподарських підприємствах. Досліджено послідовність операцій при калькулюванні собівартості продукції птахівництва та схему організації обліку виробничих витрат у тваринництві.

The article reveals the peculiarities of the organization of accounting costs of production and the cost of products in agricultural enterprises. The sequence of operations in calculating the cost of poultry products and the scheme of organization of accounting costs in livestock production is investigated in the article.

Актуальність даної теми полягає в тому, що сільське господарство, як важливий сектор матеріального виробництва та економіки нашої держави в цілому, здійснює вагомий вклад у розвиток національного господарства. Безпосередньо, специфіка аграрного сектору впливає на формування й організацію обліково-аналітичної системи сільськогосподарських організацій, та знаходить вияв тому, що сільськогосподарський виробничий процес носить доволі тривалий характер, як у секторі рослинництва, так й тваринництва.

Птахівництво – це галузь, яка включає розведення курей, індиків, качок, гусей та інших видів птиці. Птахівничі господарства і ферми поділяються на такі напрямки: яєчний, м'ясний, яєчно-м'ясний і племінний. Оскільки оптимізація рівня витрат та собівартості продукції птахівнитцва виступає в якості основи ефективності функціонування, тому детальний розгляд даних аспектів виступає об'єктивно необхідним питанням.

Метою статті є обґрунтування необхідності детального та всебічного дослідження особливостей організації обліку витрат виробництва та собівартості продукції птахівництва.

Об'єктом дослідження є процес калькулювання собівартості продукції птахівництва та особливості організації обліку витрат виробництва.

Предметом дослідження є комплекс теоретичних, методичних й прикладних проблем з питань особливостей організації обліку витрат виробництва та калькулювання собівартості продукції птахівництва.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Низка проблем щодо розкриття особливостей організації обліку витрат виробництва та калькулювання собівартості сільськогосподарської продукції розглядається у працях як вітчизняних, так і зарубіжних вчених-економістів. Зокрема праці таких вчених, як В.С. Анищенко [4], М.У. Базарова, І.А. Білтуєва [5], І.Є. Глушкова, В.А. Григорян, Ю.А. Данилевського, В.А. Зелевського, В.Б. Івашкевича, Т.П. Карпової, В.Є. Керімова, В.В. Ковальова, Є.І. Костюкової, Т.Б. Кувалдіна, С.А. Новоселова, О.Є. Ніколаєвої, І.А. Маслова, В.Ф. Палія, В.І. Петрової, Л.В. Попова, В.П. Суйца, С.К. Татура, В.І. Ткача, А.Н. Хоріна, О.А. Шапорова, К.В. Филипова та інших. Але розглянуті праці вчених в області бухгалтерського обліку хоч й внесли значний вклад у розвиток обліково-аналітичної основи керування витратами, проте значний потенціал аграрного сектору України потребує подальших інноваційних прикладних розробок, що визначити вибір теми дослідження.

Результат досліджень. На відміну від інших галузей тваринництва, цілорічне та рівномірне виробництво продукції та біологічні строки вирощування птиці на аграрних підприємствах дозволяють визначити собівартість продукції у птахівництві кожного місяця.

Доволі важливе значення, за таких обставин відіграє розмежування видів продукції на основну та побічну. В силу таких обставин ведеться роздільний облік витрат на вирощування облікових (технологічних) груп птиці. Відповідно до Методичних рекомендацій з планування, обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств №132 [3] об'єктами калькуляції продукції птахівництва є:

- за дорослим стадом – яйця (1 тис. п.);
- за молодняком на вирощуванні – приріст живої маси (1 ц);
- жива маса птиці (1ц);
- з інкубації – добовий молодняк, 1 тис. голів.

Номенклатура об'єктів калькуляції та калькуляційні одиниці можуть бути уточнені та птахофабриці залежно від чисельності поголів'я, технології та організації виробництва. Загальноприйнята послідовність визначення собівартості продукції птахівництва наведена на рис. 1.

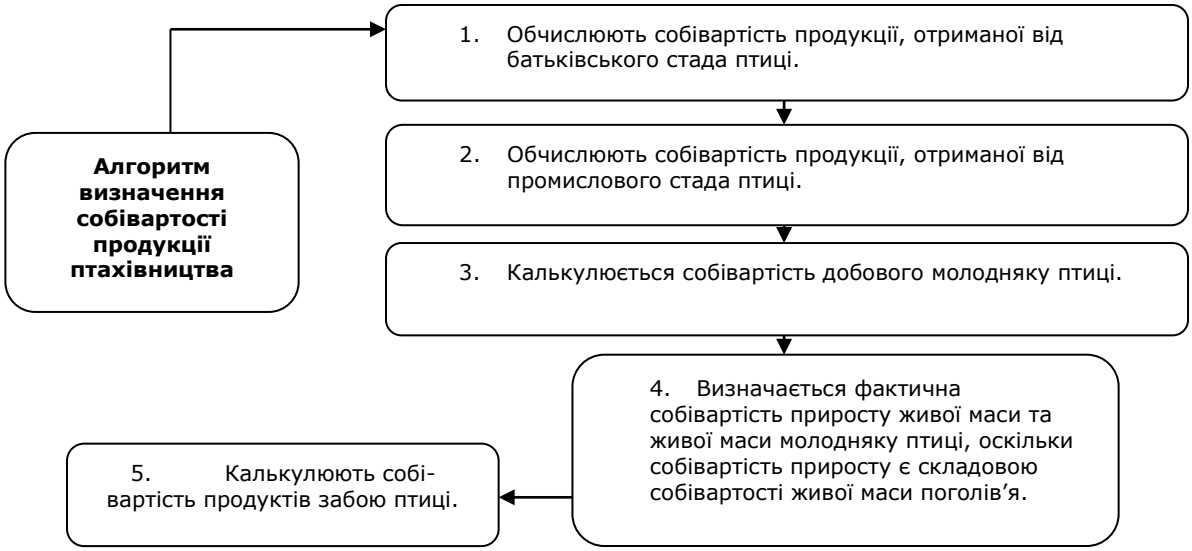

Рис. 1. Послідовність операцій при калькулюванні собівартості продукції птахівництва

У результаті вирощування птиці крім основної одержують і побічну продукцію, вартість якої зменшує витрати на виробництво основної продукції та яка оприбутковується за вартістю та фізичною масою лише за умови використання та/або реалізації. Так, послід, який підлягає внутрішньогосподарському використанню та/або реалізації, при оприбуткуванні оцінюється виходячи з нормативно-розрахункових витрат, а саме витрат на його видаленні із приміщень та сушіння (згідно з додатком до Методичних рекомендацій №132 [3]).

Яйця-бій, з яких виробляють яєчний порошок, оприбутковуються залежно від напряму їх 143пец опер шого використання (абзац третій п.11 НП(С)БО 16 «Витрати» [2]): у разі використання у своїй діяльності – за ціною можливого використання. Так, як у нормативних документах не міститься методика визначення ціни можливого використання (у нашому випадку яйця-бій – це побічна продукція), таку ціну доцільно визначати на рівні вартості робіт з їх збирання і транспортування до місця використання.

Організація обліку витрат в сільському господарстві, згідно чинного законодавства регламентується НП(с)БО 16 [2], окрім того на фірмі при калькулювання собівартості аграрної продукції керуються НП(с)БО 30 [1], а також галузевими Методичними рекомендаціями № 132 [3]. Згідно затвердженого Наказу про облікову політику даний процес організовано так, як зображено на рис. 2.

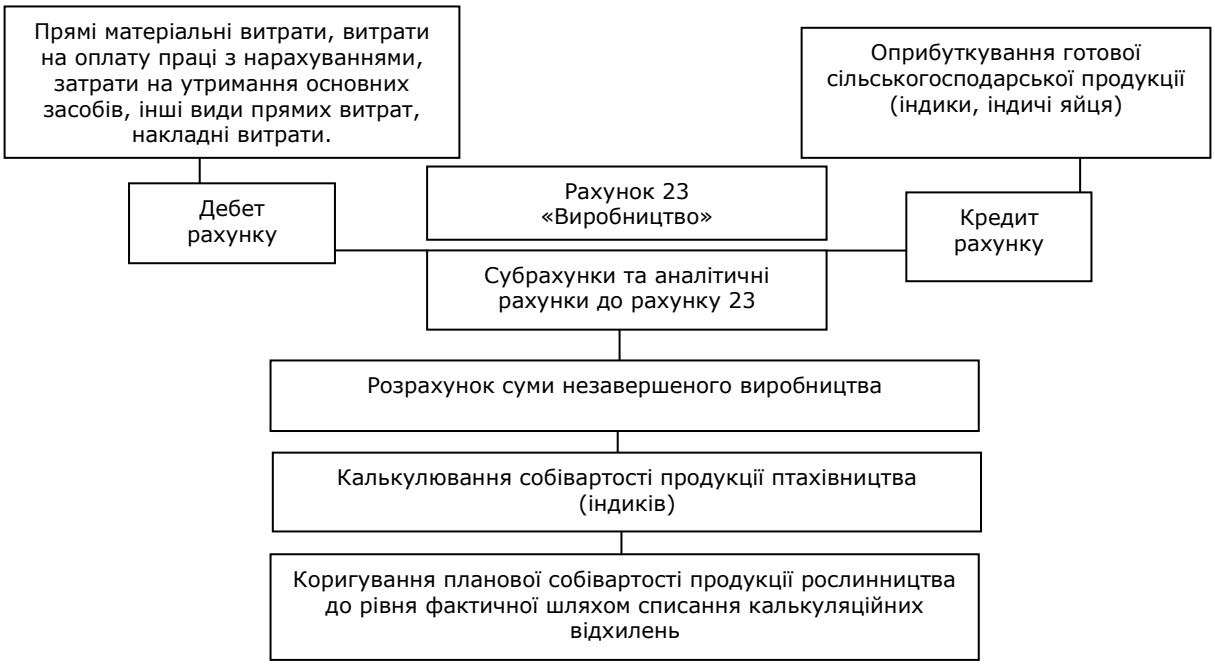

Рис. 2. Схема організації обліку виробничих витрат у тваринництві

При реалізації побічної продукції на сторону – за справедливою вартістю, тобто за сумою, за якою можна продати актив або сплатити зобов'язання за звичайних умов на певну дату (п.4 НП(С)БО 19 «Об'єднання підприємств»). Безпосередньо ціна, за якою птахофабрика планує продати яйця-бій, це ціна можливого використання та справедлива вартість, що установлюється спеціально визначеною для цього комісією.

Вибракувані яйця батьківського стада, непридатні для інкубації (не відповідають за вагою та з інших причин), використовуються як товарні та оцінюються за собівартістю яєць промислового стада, а за його відсутності – за реалізаційними цінами.

Яйця, отримані від молодняку птиці, також є побічною продукцією, оскільки їх вага менша за стандартну вагу товарних яєць. Такі яйця оцінюються аналогічно яйцям-бою, а саме за цінами можливого використання або реалізації.

Проблематикою обліку основної та побічної продукції птахівничих підприємств досліджували такі науковці, як: М.М. Коцупатрий, В.Г. Ліннік, О.М. Варченко, О.Д. Гудзинський, С.В. Діденко, Н.С. Золотарьова та інші. Однак в їх працях не в повному обсязі розкрито особливості обліку основної та побічної продукції птахівництва яєчного напрямку з урахуванням сучасної організації та технології утримання птиці.

Проте, варто приділити увагу узагальненню, систематизації та аргументації облікового відображення оприбуткування яєць птиці на птахівничих підприємствах з урахуванням галузевих особливостей на основі чинного законодавства України та передової практики рис. 3.

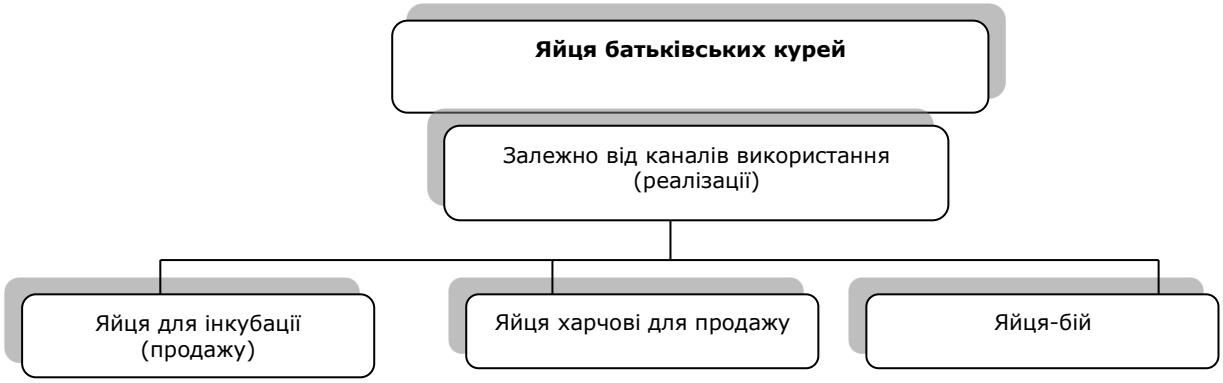

Рис. 3. Класифікація індичих яєць батьківського стада

Облік надходження яєць здійснюють залежно від облікових (технологічних) груп птиці, які на підприємстві визначають самостійно. За визначеними підприємствами обліковими (технологічними) групами птиці – об'єктами обліку витрат – ведуть облік витрат на вирощування і утримування відповідних груп птиці та вихід продукції як основної, так і побічної.

Порядок документального оформлення оприбуткування зібраних яєць від птиці залежить в першу чергу від їх спеціалізації. На досліджуваній птахофабриці облік зібраних яєць спочатку відображають в Картці обліку руху дорослої птиці (ПБАСГ-16), в якій щоденно відображають як рух поголів'я, так і фактичний збір яєць. В ньому також вказують облікову (технологічну) групу птиці та прізвище й ініціали пташниці (оператора), за якою закріплюється відповідне поголів'я дорослої птиці.

Важливе значення для обліку одержаної продукції має її оцінка. Для оцінки одержаної основної продукції не використовує справедливу вартість, а розраховує планову собівартість, яку коригує в кінці календарного року до рівня фактичної. Для обліку витрат на птахофабриці використовують рахунку класу 9 «Витрати діяльності», а саме рахунки 90 « Собівартість реалізованої готової продукції птахівництва», 91 «Загальновиробничі витрати», 92 «Адміністративні витрати», 93 «Витрати на збут», 94 «Інші витрати операційної діяльності», а також окрім рахунків даного класу застосовуються рахунки класу 3 «Кошти, розрахунки та інші активи», а саме рахунок 39 «Витрати майбутніх періодів». Серед основних елементів запропонованої для запровадження на підприємствах птахівництва слід віднести управлінський облік та систему бюджетування, що слугують основою для формування оперативної облікової інформації про витрати в розрізі важливих бізнес-процесів, за структурними підрозділами агрофірми, а також в розрізі основних видів діяльності, які вона здійснює.

Висновки. Сума витрат, що відноситься на одержану продукцію, дорівнює сумі незавершеного виробництва на початок року плюс витрати за рік мінус вартість пец оператора виробництва на кінець року. Розділивши цю суму на кількість голів, визначають собівартість голови добового молодняку птиці.

Витрати на інкубацію яєць, які закладені після 10 грудня, розглядаються як затрати на незавершене виробництво. Для його оцінки планову собівартість однієї голови добового молодняку птиці слід поділити на тривалість інкубації у днях і одержаний результат помножити на кількість яєць, що залишилися в

інкубаторах на кінець року, та фактичний період їх інкубації у днях. У процесі інкубації поряд з основною продукцією (добовим молодняком) одержують побічну продукцію: незапліднені яйця (визначаються після першого міражу); яйця, вилучені з інкубатора після другого міражу і використані на годівлю птиці; м'ясо забитих добових півників, призначених на корм тваринам; інша побічна продукція (шкарлупа, задохлики). Вартість побічної продукції за реалізаційними цінами чи цінами її використання віднімається від загальної суми витрат по цеху інкубації, які відносяться на продукцію звітного року.

Для визначення суми витрат, віднесених на одержану продукцію інкубації, необхідно до вартості оператора виробництва на початок року додати витрати за рік і відняти вартість 145пец оператора виробництва на кінець року. Розділивши цю суму (без вартості побічної продукції) на кількість голів, визначають собівартість голови ділового добового молодняку птиці.

Також важливим обліковим регістром при відображенні витрат на птахофабриці є Журнал-ордер №5В с.-г. за рахунками: 23 «Виробництво» (у розрізі виробництво агрофірми), 24 «Брак у виробництві», 39 «Витрати майбутніх періодів»; 91 «Загальновиробничі витрати», 92 «Адміністративні витрати» та 93 «Витрати на збут». Також дані про зазначені витрати паралельно фіксуються у Зведеній відомості (тип.ф. № 5.10 с-г).

Також важливими обліковими регістрами при відображенні витрат є наступні форм звітів: «Звіт про затрати та вихід сільськогосподарської продукції основного виробництва» (тип.ф. № 5.5 с-г), «Звіт про загальновиробничі витрати» (тип.ф. № 5.7 с-г), «Звіт про адміністративні витрати» (тип.ф. № 5.8 с-г), «Звіт про витрати на збут» (тип.ф. № 5.9 с-г)

В розрізі елементів операційних витрат серед зведених відомостей важливими є Зведена відомість амортизаційних відрахувань (тип.ф. № ОЗ с-г), та Зведена відомість витрат на заробітну плату (тип.ф. № 5.1 с.-г.).

Із розглянутих специфічних для сільськогосподарського сектору облікових регістрів, інформація про витрати підприємства птахівництва знаходить відображення у Головній книзі, що при автоматизації в програмі 1С: Бухгалтерія, має автоматизований формат, та відображається із паралельною звіркою у Звіті про фінансовий результат (Звіті про сукупний дохід).

Список використаних джерел:

1. Біологічні активи: Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 30 / Офіц. вид. МФУ К.: Уряд. вид-во, 2005. №790. 09 грудн. 2011 р. № 1591. URL. http://zakon1.rada.gov.ua (дата звернення: 02.11.2021).

2. Витрати: Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 / Офіц. вид. МФУ. К. : Уряд. вид-во, 1999. №318. за станом на 27 червн. 2013 р. № 627 URL. http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00 (дата звернення: 02.11.2021).

3. Про затвердження Методичних рекомендацій з планування, обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств : Наказ, Рекомендації, Міністерство аграрної політики України від 18.05.2001 р. № 132. URL. http://zakon.nau.ua/ (дата звернення: 02.11.2021).

4. Анищенко В.С. Управління витратами сільськогосподарського підприємства // Вісник СНУ ім. В.Даля / Науковий журнал. 2020. №1 (190). Ч.1. С.11–16.

5. Базарова М.У., Білтуєва І.А. Про подальший розвиток бухгалтерського обліку в сільському господарстві // Економіка сільськогосподарських та переробних підприємств. 2020. № 1. С. 33–41.

НЕОБХІДНІСТЬ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ СТАНОМ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ НЕСТІЙКИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Бежан М., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Облік і оподаткування»
Наук. кер. - Багрій К. Л.

Під час написання статті визначено, розглянуто та запропоновано основні моделі, етапи аналізу й принципи ефективного управління фінансовим станом підприємства, що допомагають в правильно провести аналіз, надалі управляти фінансовим станом підприємства та забезпечити безперервну, якісну роботу господарюючого суб'єкта. Досліджено показники фінансового стану підприємства та надано власне трактування поняття управління фінансовим станом підприємства. Виокремлено основні етапи формування управлінського рішення щодо фінансового стану підприємства та зроблено висновки стосовно типів моделей, які слід використовувати під час моніторингу та управління фінансовим станом.

The basic models, stages of analysis and principles of effective management of the financial condition of the company are considered. They can help carry the analysis, manage the financial condition of the company and ensure the continuous, qualitative work of the entity. We have studied financial ratio and provided the interpretation of the concept of the financial condition of the company. The basic stages of management decisions on the financial condition of the company are determined. The conclusions on the types of models to be used in the monitoring and management of financial condition are made.

Актуальність. Управління підприємством – це складний процес, який потребує постійного моніторингу за діяльністю підприємства, ведення чіткого, безперервного стеження за фінансовим станом як у сучасному, так і в минулих періодах для прогнозування перспектив підприємства в майбутньому і за будь-яких умов.

Проблема управління фінансовим станом підприємства є актуальною і сьогодні, оскільки, з одного боку, він є ототожненим результатом діяльності підприємства, а з іншого - дає зрозуміти підприємству, чи має воно шанс на подальший розвиток. Негативна риса будь якої підприємницької діяльності в ринковій економіці - це ризик, який пов'язаний із можливістю банкрутства підприємства. Ризик банкрутства поширюється не тільки на власників чи підприємство взагалі, але і на учасників, які мали з ним економічні відносини в тій чи іншій формі (через комерційний чи грошовий кредит, купівлю акцій, закупівлю продукції і т. ін.).

Аналіз теоретичних напрацювань із зазначеної проблематики свідчить про високу зацікавленість вітчизняних та закордонних вчених. Водночас необхідні нові пропозиції, що дозволять досягти високих та дієвих економічних результатів в управлінні фінансовим станом підприємства за різних умов, які можуть вплинути на підприємство.

Вивчення останніх досліджень і публікацій показав що, вагомий внесок у розробку теоретичних та методичних основ оцінки фінансового стану підприємства зробили такі зарубіжні та вітчизняні вчені, як: Поддєрьогін А. М. [1], Брейлі Р. [2], Майєрс С. [2], Ванькович Д. В. [4] та інші.

Мета статті - дослідити теоретичні аспекти і виявити оптимальні способи та методи аналізу управління фінансовим станом підприємства, а також спрямувати підприємця від початку своєї комерційної діяльності звертати увагу на правильне застосування такої методології.

Об’єктом дослідження є фінансовий стан підприємства та основні його фінансові показники.

Предметом дослідження є управління фінансовим станом підприємства з метою здійснення ефективної діяльності в сучасних нестійких умовах господарювання.

В умовах посилення зовнішньої та внутрішньої конкуренції, загострення економічної ситуації та нестабільного становища в політичній сфері нашої країни підприємства досить часто через непродумане управління фінансовим станом опиняються на межі банкрутства. Через неправильне управління фінансовим портфелем усі підприємства, які не мають чіткого уявлення щодо їх фінансового стану та не знають як його контролювати, стикаються зі значними фінансовими й управлінськими труднощами.

Саме в зв’язку з цими проблемами й виникає питання про створення єдиного алгоритму аналізу в управлінні фінансовим станом для подальшого функціонування підприємства за різних умов, які можуть виникати впродовж всього життєвого циклу кожного підприємства. Адже правильне управління фінансовим станом, особливо за несприятливих умов - це запорука успішної та прибуткової діяльності в довгостроковому періоді.

Розвиток можливих негативних кризових явищ, які впливають на підприємство, можна попередити завдяки забезпеченню інформацією персоналу з управління, постійному моніторингу стану справ у країні, де знаходиться підприємство, та у світі, безперервному аналізу фінансового стану та аналізу поточного стану фінансової стійкості підприємства, своєчасній оцінці, його здатності втриматись на ринку в період кризового явища і мати розвиток після нього.

Для початку треба чітко усвідомити і зрозуміти, що містить дефініція «фінансовий стан підприємства». Відштовхуючись від визначення, яке сформулював А. М. Поддєрьогін, вважаємо, що це комплексне поняття, яке є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємства, визначається сукупністю виробничо-господарських факторів і характеризується системою показників, які відображають наявність, розміщення та використання фінансових ресурсів [1].

Досить важливим за сучасних умов господарювання є залучення до фінансового стану таких складових, як: ділова активність, потенціал формування та раціональне використання фінансових ресурсів підприємства, рівень фінансового ризику, платоспроможність, абсолютна величина прибутку. Взагалі фінансовий стан характеризує багато факторів, які вчені об'єднують в групи, найголовніші показники, на нашу думку, та складові цих груп наступні:

1. Показники платоспроможності.
2. Показники ділової активності.
3. Показники фінансової стійкості.
4. Показники прибутковості.

Із наведеного вище матеріалу можна зробити висновок, що фінансовий стан – це одна із найважливіших складових господарського процесу, який має безліч складових. Тому ефективність роботи підприємства залежить не тільки від чітко окреслених складових та фінансових показників, але й від ефективності і правильності управління ними.

Основною метою управління фінансовим станом підприємства є своєчасне виявлення проблем та їх знешкодження, розробка та реалізація плану щодо оперативного відновлення платоспроможності, утримання фінансової стійкості, розробка програм на майбутнє з теми розвитку підприємства, а також виявлення та закріплення можливості продовжувати підприємством свою господарську, економічну, фінансову діяльність, яка забезпечить йому зростання виробництва, стійкість під час кризових явищ, платоспроможність, ліквідність та насамперед прибутковість.

Спираючись на думку вчених Брейлі Р. та Майєрс С., які виділяють у своїх роботах визначення управління фінансовим станом вважаємо, що для сучасних підприємств дуже важливо правильно оцінити роль ефективного управління фінансовим станом, тому що саме вміле керування ресурсами підприємства, правильне розпорядження та своєчасне і термінове прийняття заходів щодо процесів, необхідних для стійкого функціонування підприємства [2].

Тому поняття управління фінансовим станом можна визначити як навмисне спрямування фінансових показників підприємства на досягнення нормативів, стійкого рівня збалансованості, стійкого функціонування та підвищення або утримання поставлених задач протягом усієї господарської діяльності підприємства.

Зміст управління фінансовим станом підприємства полягає в ефективному, безперервному моніторингу та в досягненні оперативних, тактичних та стратегічних цілей підприємства, що заплановані підприємством на поточний та майбутній період.

Формуванню управлінського рішення передують наступні етапи [3]:

1. Аналіз інформації та вибір з неї необхідних складових.
2. Обробка інформації.
3. Розрахунок необхідних показників.
4. Розрахунок необхідних коефіцієнтів.
5. Порівняльний аналіз значень показників та коефіцієнтів з нормативами.
6. Підготовка висновків, щодо фінансового стану підприємства.
7. Розробка заходів залежно від того, в якій ситуації знаходиться підприємство.

Управління фінансовим станом підприємства відтворюється за допомогою різних методів, принципів, методик аналізу, що в комплексі дають дієвий результат і ефективне управління. Це дає можливість одразу ж після проведення аналізу виявити недоліки, «больові точки» у фінансовій системі підприємства та способи за допомогою яких можна пом’якшити або усунути проблеми у фінансово-економічній діяльності господарюючого суб’єкта.

Кожен господарюючий суб’єкт обирає самостійно методики аналізу, принципи оцінки власного фінансового стану, тому що саме якісно вибрана методично підкріплена форма аналізу та оцінки фінансового стану підприємства слугує ефективному управлінню ним надалі.

Можна назвати три основні типи моделей, які застосовуються найчастіше у процесі аналізу фінансового стану підприємства [4]:

1. Дескриптивні
2. Нормативні
3. Предикативні

Перша модель, дескриптивна базується на основній фінансовій звітності підприємства (баланс, форма1, форма 2, форма 3 та ін.) і передбачає подання фінансових звітностей у різноманітних типах аналізів, а саме вертикальний та горизонтальний аналіз, аналіз відносних показників, аналіз відносних коефіцієнтів, трендовий аналіз, порівняльний та факторний аналіз.

Друга модель, нормативна, ґрунтується на порівнянні фактичних результатів, які отримало підприємство під час своєї господарської діяльності, з нормативними показниками, які встановлюються на кожну статтю витрат, видів робіт, економічних та фінансових коефіцієнтів і з’ясуванні причин щодо відхилень, якщо вони є.

Третя модель, предикативна містить важливішу складову прогнози фінансового стану підприємства на майбутнє, характеризується такими складовими, як: 1) побудова точки беззбитковості; 2) побудова прогностичних звітів щодо фінансового стану підприємства; 3) побудова моделей ситуаційного аналізу та інші.

Усі ці моделі дуже важливі, але дієвими вони будуть лише сумісно і треба правильно та послідовно їх застосовувати, оскільки ефективне управління фінансовим станом не може відбутись лише завдяки одній із наведених моделей аналізу.

На нашу думку, необхідно використовувати моделі саме в хронологічному порядку, адже першою має бути фінансова звітність, з якої потрібно проаналізувати і вибрати необхідні показники, далі потрібна нормативна модель для того, щоб порівняти отримані результати з нормативами, що встановлені, і остання модель – предикативна. Після проведення аналізу та порівнянні фактичних результатів з нормативними

можна зробити висновок щодо майбутнього фінансового стану підприємства і приймати дієві рішення щодо управління фінансовим станом у майбутньому: або виходу з кризи, або втримання підприємства на своїх стійких позиціях.

Підводячи підсумок проведеного дослідження, хочемо зазначити, що, по-перше, необхідно зрозуміти складову фінансового стану та поняття управління фінансовим станом підприємства, це є передумовою успішного та ефективного управління підприємства. Далі необхідно серед різних методів та моделей аналізу фінансового стану підприємства обрати для себе такі, які найбільше підходять для підприємства.

Також у статті наведено найпоширеніші моделі аналізу фінансового стану підприємств та метод їх застосування. Треба пам'ятати, що кожна модель має власні складові і саме комплексність їх використання дає дієвий результат. Поглиблене вивчення окреслених проблем дасть змогу виявити і систематизувати всі зазначені методи та моделі управління фінансовим станом підприємства в єдиний алгоритм, що дасть змогу підприємцям чітко бачити «формулу» здійснення управлінської діяльності.

Список використаних джерел:

1. Фінанси підприємств: підручник / за ред. А. М. Поддєрьогіна. Київ : КНЕУ, 2002. 460 с.
2. Брейли, Р., Майерс С. Принципы корпоративных финансов. Харьков : Экономика, 1997. 845 с.
3. Ванькович, Д. В. Удосконалення механізму реорганізації управління фінансовими ресурсами підприємств // Фінанси України. 2007. № 9. С. 112-117.
4. Фінанси підприємств: підручник / А. М. Поддєрьогін, М. Д. Білик, Л. Д. Буряк, С. О. Булгакова, А. П. Куліш. Київ : КНЕУ, 2006. 552 с.

ТЕХНІКО-ТЕХНОЛОГІЧНИЙ АУДИТ В СИСТЕМІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ТЕХНІЧНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

Безсмола О., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Облік і оподаткування», спеціалізація «Облік і оподаткування»
Наук. кер. – Рилєєв С. В.

У статті розглянуто зміст техніко-технологічного аудиту в системі інформаційного забезпечення управління технічним розвитком промислового підприємства. Проведено порівняльний аналіз технічного, технологічного, інноваційного та техніко-технологічного аудиту як різновидів аудиторських послуг в Україні. Систематизовано завдання, що вирішуються за допомогою техніко-технологічного аудиту в розрізі різних груп користувачів.

The content of technical and technological audit in the system of information support of management of technical development of an industrial enterprise is considered in the article. A comparative analysis of technical, technological, innovative and technical-technological audit as a type of audit services in Ukraine. The tasks solved by means of technical and technological audit in the context of different user groups are systematized.

Актуальність теми. Динаміка економічного розвитку в сучасних умовах все більшою мірою залежить від зрушень на базі технічного прогресу, який став стратегічним чинником забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання. Визнання важливості технічної складової у діяльності вітчизняних підприємств обумовлює актуальність дослідження проблемних аспектів функціонування ефективної системи управління технічним розвитком на стратегічних засадах. Особливого значення проблематика управління технічним розвитком набуває для вітчизняних підприємств з огляду на низький рівень їх технічного розвитку, що пов'язано не лише з неадекватною державною політикою підтримки цього процесу, але, насамперед, з ігноруванням саме стратегічного спрямування в процесі управління технічним розвитком підприємства.

Важливого значення в управлінні технічним розвитком відіграє техніко-технологічний аудит (ТТА). Саме він є інформаційним підґрунтям розробки політики та стратегії технічного розвитку вітчизняних промислових підприємств в сучасних непростих умовах господарювання.

Метою статті є узагальнення концептуальних засад щодо ТТА в системі інформаційного забезпечення управління технічним розвитком промислового підприємства.

Об'єктом дослідження виступає процес ТТА суб'єктів господарювання в системі їх інноваційного розвитку.

Предметом дослідження виступає окремі аспекти ТТА господарюючих суб'єктів виробничої сфери.

Теоретичним та методичним аспектам управління, аналізу та аудиту технічного розвитку промислових підприємств присвячено праці вітчизняних та зарубіжних дослідників, зокрема Є.В. Мниха, І.О. Бланка, О.Б. Вокіної, Л.А. Сухарєвої, Л.М. Чернелевського, В.С. Леня, А.В. Лишиленка, А.М. Поддєрьогіна, О.О. Гетьман та В.М. Шаповал, О.Т. Коваль, П.Й. Атамас, Велша А. Глена та Даніела

Шорта Д., К. Друрі, Ван Бреди М.Ф., Ч.Т. Хорнгрена, Дж. Фостера, М.Х.Б. Перери, Б. Нідлза, М.Р. Метьюса, Х. Андерсона, Д. Коуелла, Е. Хендріксена, Р. Хікса, Р.Ф. Харрода, Р. Солоу та ін.

Проте узагальнення основних положень ТТА в системі прийняття управлінських рішень в сучасних умовах господарювання є досить актуальним напрямом подальших досліджень.

Виклад основного матеріалу. Сучасні економічні умови ставлять перед комерційними підприємствами задачу – пошук і впровадження нових інноваційних технологій та рішень в процеси виробництва та управління. Інноваційний процес здійснюється за рахунок внутрішніх та (або) зовнішніх інвестицій. А отримання і використання інвестиційних ресурсів пов'язане з здійсненням спільного контролю з боку інвесторів і підприємств-одержувачів коштів за отриманням та цільовим використанням інвестиційних коштів. Спільний контроль можливо здійснювати як за допомогою внутрішніх підрозділів підприємств (відділи внутрішнього аудиту та контролю тощо), так і з використанням послуг незалежних третіх осіб – сторонніх аудиторських і консалтингових організацій. Як правило, аудиторські організації в рамках спільного контролю за інвестиціями також здійснюють оцінку інвестиційних проектів, в тому числі і інноваційних [4, с. 76].

У зв’язку з цим варто відзначити такий напрямок аудиторську діяльність як промисловий аудит. Промисловий аудит – незалежна оцінка діяльності підприємства з метою оптимізації витрат виробництва і собівартості, спрямований на підвищення ефективності системи організації виробництвом, в тому числі системи контролю виробничо-господарської діяльності, системи управління якістю, застосовуваних технічних і технологічних рішень. Відповідно до напрямків промислового аудиту можна виділити його види: технічний, екологічний, виробничий, управлінський, аудит людських ресурсів.

На сьогодні існує досить різноманітна класифікація видів аудиту. У той же час кожен вид аудиту має і свою область практичного застосування, і особливі риси. Розробка і практична реалізація конкретних заходів в області інноваційного та технологічного розвитку на сьогодні вимагає активного використання, крім технологічного аудиту, також таких видів аудиту, як технічний і інноваційний. У ряді випадків складно провести розмежування їх функцій. Проведений нами аналіз показав, що в ряді публікацій наступні суперечності, суть яких зводиться до наступного:

- по-перше, досить часто технологічний аудит ототожнюється з технічним аудитом;
- по-друге, технологічний аудит ототожнюється з інноваційним аудитом;
- по-третє, технологічний аудит розглядається як частина інноваційного аудиту і виділяється термін «інноваційно-технологічний аудит» [2, с. 61].

У табл. 1 наведена порівняльна характеристика технічного, технологічного та інноваційного аудиту суб’єктів господарювання.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика технічного, технологічного та інноваційного аудиту [2, с. 61]

Ознаки порівняння	Технічний аудит	Технологічний аудит	Інноваційний аудит
Тип підприємства, на якому проводиться аудит	Підприємства з різними рівнями інноваційно-технологічного розвитку		Інноваційно-активні підприємства
Мета проведення аудиту	Оцінка технічного стану виробничої бази підприємства	Оцінка техніко-технологічного рівня підприємства	Оцінка ефективності інноваційного процесу
Сфера практичного застосування результатів	Формування політики технічного розвитку підприємства	Формування стратегії технологічного розвитку	Розробка стратегії зростання інноваційної активності

Для більш детального розмежування видів аудиту звернемося до визначень понять «техніка» і «технологія». Техніка – це загальна назва різних пристосувань, механізмів і пристроїв, що не існують в природі і виготовлених людиною для здійснення процесів виробництва та обслуговування невиробничих потреб суспільства. Технологія – це комплекс організаційних заходів, операцій і прийомів, спрямованих на виготовлення, обслуговування, ремонт та / або експлуатацію виробів з номінальним якістю і оптимальними витратами, і обумовлених поточним рівнем розвитку науки, техніки і суспільства в цілому [5, с. 49-50].

Початковим об’єктом технічного аудиту були лише засоби праці на промислових підприємств, зараз під об'єктом технічного аудиту розуміють або ціле виробництво, або окремі виробничі процеси.

У спеціальній та науковій літературі часто зустрічаються такі визначення технічного аудиту:

- перевірка комплексу виробничих процесів та витрат виробництва з метою підвищення ефективності;
- перевірка збільшення терміну служби обладнання, енергозбереження та інших факторів, що сприяють зменшенню витрат на виробництво;

- оцінка виробничих та інженерних систем з метою визначення поточного стану, виявлення резервів зниження виробничих витрат та підвищення ефективності;

- аналіз майбутніх витрат на ремонтні цикли, модернізації, енерговитрати і впровадження систем енергозбереження [4, с. 77].

Наведені визначення безпосередньо пов'язані з ефективністю виробництва через управління витратами. Завдання технічного аудиту ширше. Технічний аудит – це незалежна перевірка організації виробничого процесу та структури виробництва вимогам нормативних актів з метою оптимізації технологічних процесів, підвищення якості продукції, що виготовляється.

Пріоритетними завданнями технічного аудиту є:

- перевірка технічного стану обладнання машин, апаратів, комунікацій, інженерних мереж, будівель, споруд, конструкторської та проектної документації з виразом думки про ефективності управлінських рішень в області виробництва;

- виявлення «слабких» місць в роботі технології і обладнання;

- визначення напрямків використання наявних технічних засобів підприємства з більшою продуктивністю і меншими затратами праці [1, с. 76]

Технологічний аудит – це експертна оцінка діючих технологічних рішень цілого виробництва, його окремих підрозділів, окремих технологічних рішень і рекомендацій по комплексу технологічних рішень, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності конкретного виробництва. Технологічний аудит часто пов'язують з поняттям трансферту технологій – передача результатів дослідження і розробок, знань для комерційного або некомерційного використання. У даному контексті технологічний аудит розглядається як оцінка підприємства в інноваційному відношенні з різних точок зору:

- позиціонування продуктів, визначення ринків, які б сприяли конкурентоспроможного і сталого розвитку компанії;

- технологічні сфери, які потребують першочергової уваги: автоматизація, інформаційні технології, хімічні препарати, упаковка тощо;

- проблеми загального плану, що вимагають інноваційних рішень: продуктивність, контроль якості, енергетика, екологія, гнучкість тощо;

- засоби передачі технології – навчання, технологічне партнерство (на національному або міжнародному рівні), технічна допомога, права інтелектуальної власності, фінанси тощо;

- джерела і канали інновацій, відносини, які потрібно розвивати: замовники, постачальники, технічні центри, наукові організації [6].

На нашу думку, технічний і технологічний аудит безпосередньо взаємопов'язані між собою, як техніка, яка використовується на підприємстві, і технологія виробництва цього підприємства. Не можна досліджувати технічні особливості засобів праці підприємства без оцінки використовуваної технології, і навпаки, оцінювати технологію виробництва і не звертатися до технічних ресурсів підприємства, тим більше робити висновки щодо резервів підвищення ефективності виробництва в цілому. Можна зробити висновок, що об'єктом дослідження цих видів аудиту є виробництво, тільки технічний аудит спочатку звертається до виробничих процесів, а технологічний до використовуваної технології виробництва. Але обидва вони досліджують виробництво підприємства в цілому. Таким чином, можна ввести поняття ТТА – це незалежна перевірка організації виробничого процесу та структури виробництва вимогам нормативних актів з метою оптимізації технологічних процесів, підвищення якості продукції, що випускається і ефективності підприємства в цілому. Схематично взаємозв'язок технічного, технологічного і ТТА наведено на рис. 1.

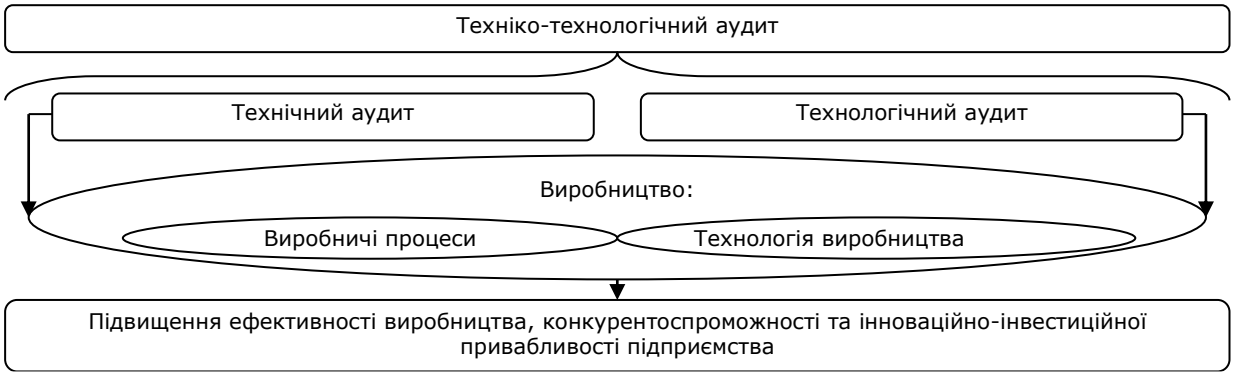

Рис. 1. Взаємозв'язок технічного, технологічного та ТТА

Також завданням ТТА є перевірка технічного стану обладнання машин, апаратів, комунікацій, інженерних мереж, будівель, споруд, конструкторської та проектної документації з виразом думки про

ефективність управлінських рішень в області виробництва. ТТА допомагає знайти «слабкі» місця в роботі технології та обладнання. Він може показати напрямки використання наявних технічних засобів підприємства з більшою продуктивністю і меншими затратами.

В інноваційній економіці ТТА вирішує також такі завдання:

- характеризує можливості підприємства в реалізації інновацій і, одночасно, визначає фінансові можливості / потреби;

- визначає конкурентні позиції підприємства і ринки збуту нових видів продуктів / послуг;

- оцінює пріоритетні технологічні сфери інноваційного виробництва (використання нових інформаційних технологій, автоматизація виробництва, енергетика, екологія тощо) [3, с. 204].

ТТА, як правило, проводиться на великих підприємствах. Тому аудиторський процес є досить складним і багаторівневим.

Зацікавленою особою на підприємстві в проведенні ТТА після керівника і власників також є менеджери / керуючі різних рівнів, в т.ч. керівник виробництва, технічний директор, а також технологи підприємства. Завдання, яку вирішує ТТА для власників – визначення можливостей в області нових технологій і інновацій; вибір і прийняття інвестиційних та інноваційних рішень, вихід на нові ринки; контроль за реалізацією інвестиційних / інноваційних програм. Завдання, яке вирішує ТТА для керівника підприємства менеджерів вищого рівня управління – прийняття правильних рішень, спрямованих на стратегічний розвиток виробництва організації; контроль за досягненням планових виробничо-фінансових показників по ефективності діяльності підприємства; мінімізація негативних наслідків раніше прийнятих неоптимальних рішень. Завдання, яке вирішує ТТА для менеджерів на виробництві – контроль за виконанням планових показників, підвищення ефективності виробництва через його реорганізацію. Одна з задач технолога підприємства – це супровід використовуваної технології, її вдосконалення. Це також є функцією ТТА. Схематично це наведено на рис. 2.

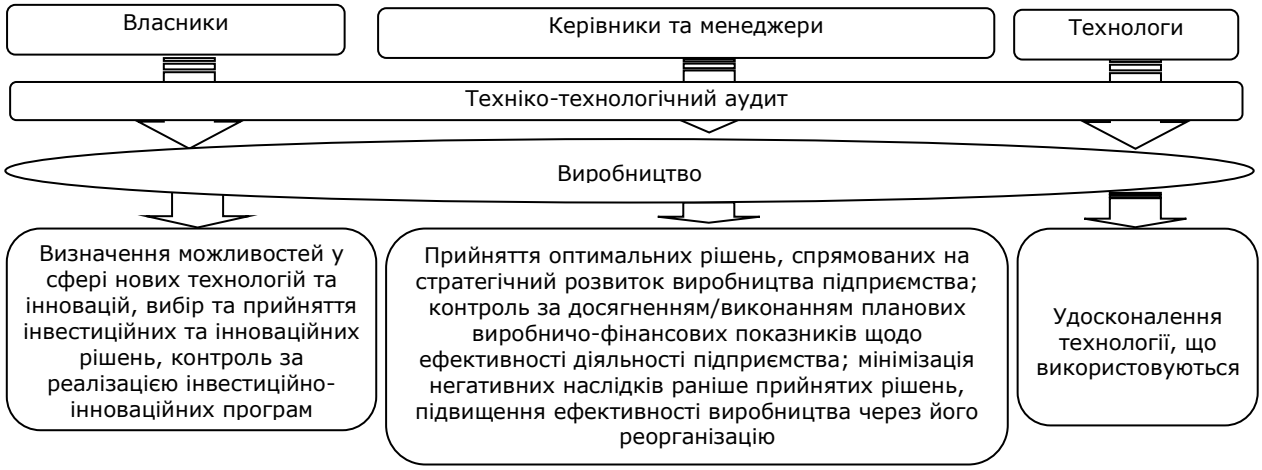

Рис. 2. Завдання, що вирішуються за допомогою ТТА в розрізі різних груп користувачів

Для проведення ТТА можуть залучатися як незалежна аудиторська організація, так і власні спеціалізовані підрозділи.

Багато керівників вважають, що подібний вид аудиту цілком може бути проведений силами самого підприємства, а в основному технологами підприємства і економістами. Внутрішні фахівці добре знають виробничі процеси, організаційну структуру досліджуваного підприємства. Їм не треба додатково «занурюватися» і вникати у внутрішні процеси, так як вони з цим працюють кожен день. Але співробітники організації не завжди об'єктивно і чесно можуть викласти висновки і результати перевірки, так як вони матеріально і фінансово залежні. Буває, що підлеглий висловлює думку керівника, підтверджуючи бажані, а не фактичні висновки. Тому результати, отримані в ході аудиторської перевірки, виконаної сторонньої незалежною аудиторською організацією, будуть більш об'єктивними. Але тут може виникнути проблема взаємодії співробітників підприємства і сторонніх аудиторів. Яка повинна вирішуватися за допомогою принципів довіри і професіоналізму, співробітництва і нерозголошення фінансово і виробничо-важливої інформації. При проведенні ТТА не тільки керівництво має виявляти зацікавленість, але і співробітники підприємства, які беруть участь у перевірці, повинні бути проінформовані про цілі та завдання аудиту. І ті й інші повинні надавати підтримку і участь аудиторам, що здійснюють перевірку [4, с. 79-80].

Глибина ТТА може бути різна:

- обстеження всього підприємства і всіх його структур з метою визначення його технологічного / інноваційного статусу;

- визначення ринкового потенціалу компанії, можливість виходу на нові ринки;
- оцінка відповідності використовуваних виробничих процесів і технології передового досвіду;
- визначення можливості участі в інноваційних / високотехнологічних партнерських проектах;
- оцінка окремого інвестиційного проекту;
- оцінка комерційного використання конкретних результатів НДДКР тощо.

До основних методів ТТА відносять: техніко-економічний аналіз; SWOT-аналіз, збір інформації та складання баз даних через проведення співбесіди, тестування та анкетування внутрішніх і зовнішніх консультантів; діагностика і тестування виробничих процесів і технології; аналіз документації; комплексний аналіз технології і системи управління виробничим процесом; моніторинг діючого обладнання. Техніко-економічний аналіз є первинним і найбільш важливим методом ТТА. Схематично об'єкти і результати техніко-економічного аналізу наведені на рис. 3.

В ході проведення техніко-економічного аналізу аудитор складає технічний звіт, в якому відображає висновки про повноту та якість вихідної дозвільної, передпроектної, проектної, експлуатаційної, технічної та технологічної документації, технічного стану господарюючого суб'єкта та його виробництва.

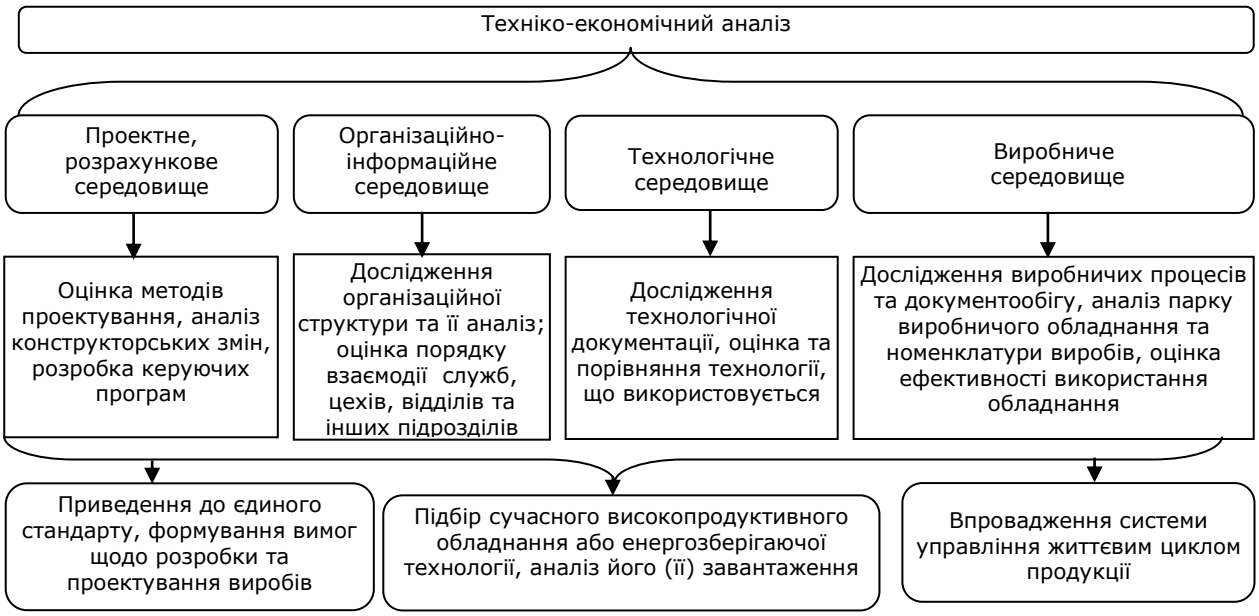

Рис. 3. Об'єкти та результати техніко-економічного аналізу в системі ТТА

За результатами техніко-економічного аналізу проводиться розробка напрямків нової політики технічного розвитку і технічного переозброєння підприємства, а також план заходів щодо її реалізації.

Висновки. ТТА поєднує дві складові: технічний та технологічний аудит. Результати, отримані у процесі проведення аудиту, є складовими інформаційного забезпечення, що використовується для визначення найбільш ефективних для інвестицій сегментів техніко-технологічного комплексу підприємства. Крім цього, вони є основою для розробки таких документів як: програма удосконалення/розширення виробництва на основі найбільш ефективних капітальних інвестицій; технічні завдання та техніко-комерційні пропозиції для проектів розвитку підприємства; техніко-економічні обґрунтування інвестицій у «вузькі місця» технологічного процесу тощо.

Список використаних джерел:

1. Аудит крупних производственно-коммерческих организаций: методология, теория и практика : монограф. / Никифорова Е. В. и др. Тольятти : ТГУ, 2019. 154 с.

2. Ахметганеева И. Т. Технологический аудит в системе управления развитием предприятия. *Вестн. Белорус. гос. эконом. ун-та.* 2015. № 1. С. 60–66.

3. Виноградова М. О., Жидєєва Л. І. Аудит : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2014. 654 с.

4. Вокина Е. Б. Технико-технологический аудит. *ЕКОНОМИКА: реалії часу.* 2014. № 3(13). С. 76–81.

5. Эйтингон В. Н., Пидоймо Л. П., Дмитриев А. Е. Модернизация предприятий: факторы и стратеги. Воронеж : ИПЦ Воронеж. гос. ун-та, 2011. 168 с.

6. Пильнов Г., Тарасова О., Яновский А. Как проводить технологический аудит : серия методических материалов «Практические руководства для центров коммерциализации технологий». *Сеть центров коммерциализации технологий*. 2021. URL : http://rasstc.ru/goods/2

АВТОМАТИЗАЦІЯ ОБЛІКУ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ: ПРАКТИЧНИЙ АСПЕКТ

Бережан І., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Облік і оподаткування», спеціалізація «Облік і оподаткування»
Наук. кер. – Лучик С. Д.

Висвітлено порядок формування документів, що відображують облік надходження і руху оборотних активів в середовищі використання програми «1С: Бухгалтерія 8.3». Розкрито переваги та недоліки використання даного програмного комплексу на підприємстві.

The order of formation of the documents reflecting the account of receipt and movement of current assets in the environment of use of the program "1C: Accounting 8.3" is covered. The advantages and disadvantages of using this software package at the enterprise are revealed.

Актуальність теми дослідження. Запровадження комп'ютерної форми обліку на підприємстві надає перспективний шанс знизити затрати часу на реалізацію рутинних операцій, які у значній кількості виконують співробітники бухгалтерії та заощадити час і ресурси для аналітичної діяльності, щоб керівництво підприємства могло вчасно і обґрунтовано приймати управлінські рішення. Для забезпечення максимально своєчасного і ефективного процесу прийняття управлінських рішень необхідно вибрати відповідне програмне забезпечення для автоматизації обліку та управління.

Розвиток підприємств олійно-жирової промисловості та оптимальне використання їх переробних потужностей потребують підвищення ефективності виробництва, стабільного та максимального їх завантаження, оскільки це буде визначати ефективність використання наявних ресурсів. Облік оборотних активів є однією із трудомістких ділянок, яка реалізується значною кількістю документів та звітів. Тому питання автоматизації обліку оборотних активів на олійно-жирових підприємствах завжди актуальне.

Метою статті є дослідження процесу автоматизації обліку оборотних активів на підприємстві олійно-жирової промисловості, визначення переваг і недоліків комп'ютерної форми обліку з використанням програми «1С: Бухгалтерія 8.3».

Об'єктом дослідження є процеси, пов'язані з автоматизацією обліку оборотних активів на підприємстві олійно-жирової промисловості.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, організаційних і практичних підходів до автоматизації обліку оборотних активів на підприємстві.

Одним із потужним підприємством Буковини, яке працює в галузі олійно-жирової промисловості, є Приватне акціонерне товариство (ПрАТ) «Чернівецький олійно-жировий комбінат», який входить до складу виробничого комплексу Промислової групи "Віойл". Розглянемо особливості автоматизації обліку оборотних активів та сформулюємо пропозиції щодо її удосконалення саме для цього підприємства.

Програмний комплекс «1С: Бухгалтерія 8.3» забезпечує комплексну автоматизацію всіх операцій з оборотними активами. В даній системі відображення операцій з придбання запасів визначається у першу чергу джерелом надходження. Передбачені можливість оформлення операцій надходження запасів від постачальника (у тому числі нерезидента) і від підзвітної особи.

Для відображення операції придбання матеріальних цінностей у постачальника в системі «1С: Бухгалтерія 8.3» використовується документ «Надходження товарів і послуг». За документом можна відобразити такі операції як покупка товарів, прийом товарів на комісію, надходження товарів та матеріалів у переробку, придбання устаткування, а також бланків суворої звітності.

При проведенні документ «Надходження товарів і послуг» оприбутковує в бухгалтерському і податковому обліку придбані запаси, формує заборгованість постачальнику, при необхідності нараховує очікуваний податковий кредит.

Придбання ТМЦ через підзвітну особу на підприємстві оформлюється одним із способів:

- документом «Надходження товарів і послуг», в якому зазначити номер і дату накладної від постачальника. Якщо підзвітна особа при цьому здійснювала оплату товарів готівкою повністю або частково, то цю частину операції потрібно відобразити за допомогою документу «Авансовий звіт» у вкладці «Оплата»;
- документом «Авансовий звіт» у вкладці «Товари» вказати придбані ТМЦ, не зазначаючи при цьому контрагента-постачальника.

Розрахунки за куплені ТМЦ відображаються в бухгалтерському обліку на субрахунку рахунку обліку розрахунків з підзвітними особами – 3721. Вибір субрахунку залежить від валюти операції. Валюта документу встановлюється за допомогою кнопки "Ціни й валюти". Документом реєструється очікуваний податковий кредит по ПДВ. ПДВ реєструється по постачальнику (з точністю до договору і розрахункового документу), який вказаний в реквізиті "Контрагент".

Особливості обліку ПДВ під час придбання запасів встановлюються нормами пп. 139.1.6 Податкового Кодексу України. У загальному випадку згідно зазначеного пп. 139.1.6 суми ПДВ, сплачені у складі ціни запасів під час їх купівлі, не включаються до складу витрат підприємства - платника податку на прибуток і ПДВ. Це означає, що собівартість запасів при їх оприбуткуванні, обліку та вибутті не включає в себе суми ПДВ. Ті ж підприємства, які не є платниками ПДВ, навпаки — суму ПДВ включають до собівартості запасів під час їх обліку згідно з абзацом другим пп. 139.1.6 Податкового Кодексу України.

Якщо підприємство (платник податку на прибуток і ПДВ) одночасно продає запаси, які оподатковуються ПДВ за ставкою 20%, 0% та які звільнені від обкладення ПДВ (відповідно до ст. 197 Податкового Кодексу України) або не є об'єктом обкладення цим податком (відповідно до ст. 196 Податкового Кодексу України), йому потрібно окремо визначати суму "вхідного" ПДВ, що припадає на звільнені або неоподатковувані операції. Ця сума ПДВ включається до собівартості проданих запасів так само, як у неплатників ПДВ (абз. 3 пп. 139.1.6 ПКУ).

Якщо платник ПДВ визначає базу оподаткування для нарахування податкових зобов'язань з ПДВ виходячи з винагороди (маржинального прибутку або маржі) (статті 207, 210 Податкового Кодексу України), то весь "вхідний" ПДВ, сплачений у складі витрат на придбання запасів, включається до їхньої собівартості у момент їх списання під час їх продажу або отримання доходу від діяльності, в якій ці запаси були використані (абз. 4 пп. 139.1.6 Податкового Кодексу України). Тобто поточний облік запасів ведеться так само, як і неплатниками ПДВ, а суми ПДВ до сплати визначаються безпосередньо зі суми винагороди або маржі, без використання загального механізму зменшення суми податкових зобов'язань на суму податкового кредиту.

Відображення витрат, пов’язаних з придбанням товару, співвіднесення суми цих витрат з переліком куплених ТМЦ і включення сум витрат до собівартості партій ТМЦ здійснюється документом «Надходження дод. витрат». Процес розподілу виконується при проведенні документу відображується тільки у рухах документу або у звітах по проводках. При одночасному відображенні сум додаткових витрат у шапці документу і в табличній частині здійснюється їх додавання.

Якщо неможливо чітко визначити додаткові витрати при придбанні ТМЦ, то їх накопичують на окремих рахунках і в кінці місяця розподіляють пропорційно сумам вибуття запасів. Такими окремим рахунками є:

200 «Транспортно-заготівельні витрати (матеріали)» – для обліку додаткових витрат при придбанні матеріалів;

280 «Транспортно-заготівельні витрати» – для обліку додаткових витрат при придбанні товарів, має два субрахунки: 2801 «Транспортно-заготівельні витрати (товари)», 2802 «Транспортно-заготівельні витрати (у НТТ по продажній вартості)».

При необхідності повернення запасів постачальнику в системі «1С: Бухгалтерія 8.3»" операція повернення постачальнику придбаних матеріальних цінностей оформлюється документом «Повернення товарів постачальникові».

Відображення операцій реалізації в системі «1С: Бухгалтерія 8.3» визначається видом торгівлі. При оптовій торгівлі операція реалізації ТМЦ відображується на підприємстві документом «Реалізація товарів і послуг», вид операції «Продажа, комісія». Документ слід оформлювати в рамках договору виду "З покупцем".

Для формування проводок по документу «Реалізація товарів і послуг» потрібно зазначити рахунки обліку ТМЦ, взаєморозрахунків з контрагентами і відображення операцій реалізації. Як правило, рахунок доходів від реалізації і рахунок собівартості реалізації зв’язані однозначною відповідністю. Всі необхідні комбінації таких відповідностей ведуться в довіднику «Схеми реалізації» (команда меню «Операції» - «Довідник»). Під схемою реалізації розуміють рахунки бухгалтерського обліку, що використовуються під час продажу. Такі схеми підставляють до табличних частин документів реалізації (окремо для кожної номенклатурної позиції) і використовують для формування проводок за операціями продажу. При цьому у формі елементів зазначають рахунок вирахування з доходів для відображення операцій повернення від покупця. Жорстка контрольована відповідність номенклатури, що продається, і використовуваної схеми реалізації в загальному випадку не встановлюється. Для будь-якого виду запасів користувач може вибрати будь-яку комбінацію рахунків доходу і собівартості реалізації.

Особливості обліку грошових коштів зумовлені їх класифікацією за призначенням, а також місцем зберігання. Для обліку грошових коштів та їх еквівалентів використовуються рахунки 3 класу, а саме: 30 «Готівка»; 31 «Рахунки в банках»; 33 «Інші кошти»; 34 «Короткострокові векселі одержані»; 35 «Поточні фінансові інвестиції».

Для реєстрації надходження готівки у касу організації призначений документ «Прибутковий касовий ордер» (меню «Банк і каса» — «Каса» — «Прибуткові касові ордери»). Цим документом відображаються такі види господарських операцій:

Оплата від покупця;

Роздрібний виторг;

Повернення від підзвітної особи;

Повернення від постачальника;

Повернення коштів працівником;

Одержання готівки в банку;

Розрахунки за кредитами і позиками;

Інший прибуток.

Вид операції встановлюється в реквізиті «Вид операції».

Для реєстрації видатку готівки із каси призначений документ «Видатковий касовий ордер» (меню «Банк і каса» — «Каса» — «Видаткові касові ордери»).

В програмі «1С: Бухгалтерія 8.3» касова книга є звітом, в якому відображаються всі руху готівки (меню «Банк і каса» — «Звіти» — «Касова книга»). Дані звіту можна використовувати для заповнення різних регламентованих форм:

Касова книга (КО-4);

Журнал реєстрації прибуткових ордерів (КО-3);

Журнал реєстрації видаткових ордерів (КО-3);

Журнал реєстрації прибуткових і видаткових ордерів (КО-3а);

Книга обліку прийнятих і виданих грошей. Синтетичний облік операцій за поточним рахунком здійснюють на грошовому рахунку 31 «Рахунки в банках». Рахунок 31 "Рахунки в банках" має такі субрахунки:

311 «Поточні рахунки в національній валюті»

312 «Поточні рахунки в іноземній валюті»

313 «Інші рахунки в банку в національній валюті»

314 «Інші рахунки в банку в іноземній валюті»

За дебетом рахунку 31 «Рахунки в банках» відображається надходження грошових коштів, за кредитом - їх використання.

Субрахунки 312 "Поточні рахунки в іноземній валюті" та 314 "Інші рахунки в банку в іноземній валюті" призначені для узагальнення інформації про наявність та рух грошових коштів в іноземній валюті.

Аналітичний облік на рахунку 31 "Рахунки в банках" здійснюється за виписками банку, і лише за наявності на підприємстві розрахункових субрахунків відкривають окремі аналітичні рахунки для обліку відповідних. Аналітичний облік за рахунком 31 у розрізі кореспондуючих рахунків відображають у листках-розшифровках на основі доданих до виписки банку розрахункових документів, у яких зазначено номер документа, дату, коротке найменування та суму операції.

Програмою „1С: Бухгалтерія 8.3” бухгалтерський облік наявності і руху грошових коштів на рахунках у банках ведеться на субрахунках рахунку 31 "Рахунки в банках". Аналітичний облік здійснюється в розрізі видів субконто: "Банківські рахунки" і "Статті руху грошових коштів" (якщо в настройках параметрів обліку встановлено ознаку обліку грошових коштів за статтями їх руху). Підтримується аналітичний облік за допомогою однойменних довідників.

Відомості про банківські рахунки організацій зберігаються в довіднику «Банківські рахунки». Для кожної організації визначається свій список банківських рахунків. Введення банківського рахунку можна здійснити з картки організації за посиланням Всі банківські рахунки.

До основних банківських документів в системі належить «Платіжне доручення», який призначений для формування друкованої форми платіжного доручення, а також для підготовки інформації до вивантаження даних в програму «Клієнт банку». Для реєстрації надходження грошових коштів на банківські рахунки організації призначений документ «Надходження на банківський рахунок». У документі можуть бути зазначені такі види господарських операцій:

Оплата від покупця;

Повернення від постачальника;

Розрахунки за кредитами і позиками;

Інше надходження;

Інші розрахунки з контрагентами;

Купівля/продаж валюти;

Надходження від продажу по платіжних картах і банківських кредитах;

Інкасація.

Для реєстрації списання безготівкових грошових засобів призначений документ «Списання з банківського рахунку».

Для обміну інформацією з банками за електронними каналами зв'язку призначені спеціалізовані програми типу «Клієнт банку». «Бухгалтерія 8 для України», зі свого боку, надає можливість обміну інформацією з такими програмами. Для вирішення цієї задачі в «Бухгалтерії 8 для України» використовується спеціальна обробка «Обмін з банком», що викликається з журналу «Банківські виписки» по кнопці «Завантажити».

Обробка використовується для наступних операцій:

вивантаження платіжних доручень з журналу документів Платіжне доручення по кнопці Вивантажити,

завантаження даних в журналі Банківські виписки по кнопці «Завантажити».

Обробка дозволяє:

підбирати платіжні документи в інформаційній базі, потім вивантажувати їх в програму Клієнт банку для передачі в банк по електронних каналах зв'язку;

завантажувати в інформаційну базу з програми Клієнт банку інформацію, що надійшла з банку, про операції по банківських рахунках організації.

Дебіторська заборгованість обліковується на рахунках: 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками» та 37 «Розрахунки з різними дебіторами». При виявленні сумнівних боргів у складі дебіторської заборгованості, створюється резерв сумнівних боргів за кожним видом заборгованості на 38 рахунку «Резерв сумнівних боргів». Облік витрат майбутніх періодів ведеться на рахунку 39 «Витрати майбутніх періодів». На даному рахунку відображається інформація про витрати понесені у звітному періоді та підлягають віднесенню на витрати.

Висновки. В цілому програмний комплекс «1С:Бухгалтерія 8.3» характеризується високою якістю ведення обліку з використанням універсальної моделі бухгалтерського обліку (синтетичний і аналітичний облік на рахунках, подвійний запис) відповідно до чинного законодавства України, та ще низкою переваг:

наявна опція введення нових субрахунків;

ведення обліку з декількома планами рахунків;

внесення бухгалтерських проводок при документуванні операцій, інформація за якими групуватиметься у облікових регістрах;

автоматичне проведення перевірки правильності внесення операцій;

наявність довідника кореспонденції рахунків;

вирішення завдань планування, бюджетування та фінансового аналізу [1].

Попри всі вищеперераховані переваги «1С: Підприємство», програма потребує постійних оновлень для захисту інформації від вірусних атак, а робота вимагає спеціальних знань щодо інтерфейсу та особливостей конфігурації, що вимагає особливої підготовки співробітників. Ручне введення багатьох фінансових операцій пов’язаних із нарахуванням відсотків по кредиту, з фінансової оренди, нарахуванням дивідендів, відсутність автоматичного розрахунку відсотків за операціями робить роботу в програмі громіздкою за затратною по людських і часових ресурсах.

Список використаних джерел:

1. Панчук І.П. Проблеми автоматизації фінансової діяльності підприємств. Бізнес Інформ. 2015. № 2. С. 248–252.

ВАЖЛИВІСТЬ ПРОВЕДЕННЯ ФАКТОРНОГО АНАЛІЗУ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЗАПАСІВ СУБ’ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ

Бойко В., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Облік і оподаткування»
Наук. кер. – Багрій К. Л.

У статті визначено основні завдання та фундаментальні напрями аналізу запасів на підприємствах України. Розглянуто питання забезпеченості підприємств запасами та загальної потреби в них. Досліджено необхідність ретельного вибору постачальників для підтримання ритмічної роботи підприємства. Розкрито особливості визначення основних показників ефективного використання виробничих запасів у процесі здійснення господарської діяльності. Виокремлено перелік факторів, які впливають на рівень матеріаломісткості продукції.

The article defines the main tasks and fundamental directions of stock analysis at Ukrainian enterprises. The issues of stock security and the general need for them are considered. The necessity of careful selection of suppliers to maintain the rhythmic work of the enterprise is investigated. The peculiarities of determining the main indicators of the effective use of inventories in the process of carrying out economic activity are revealed. The list of factors that influence the level of material consumption of products is highlighted.

Актуальність. Безперервність виробництва вимагає, щоб у ньому постійно знаходилась необхідна кількість сировини і матеріалів для їх використання у будь - який момент. Тому необхідність безперебійного постачання виробництва в умовах безперервності попиту, обумовлює створення на підприємствах запасів у необхідних обсягах.

Запаси відіграють центральну роль у раціональній та ефективній діяльності підприємства, є складовою частиною активів підприємства та суттєво впливають на фінансовий результат господарської діяльності, оскільки займають найбільшу питому вагу у собівартості витрат підприємства. Оскільки розвиток підприємства передбачає наявність виробничих ресурсів певної кількості та якості, то проведення обґрунтованого аналізу використання виробничих ресурсів набуває особливого практичного значення для кожного підприємства.

Питання теорії та практики аналізу запасів підприємств посідають значне місце в наукових працях вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів: Є.К. Бабець, М.І. Баканова, Н.С. Барабаш, М.А.Болюча [3], С. Б. Барнгольц [4], Ф.Ф. Бутинця, В.З. Бурчевського, М.І. Горбаток, М.І. Горлова, В.Г. Д'якової, С.О. Жукова, В.Б. Лещєвої, Н.П. Любушина, Є.В. Мниха [6], С.З. Мошенського, О.О. Олійник, Л.А. Сошникової, Н.В. Тарасенко, Г.М. Тації, Т.М. Усікова, Л.М. Чернелевського, В.А. Чернова, М.Г. Чумаченко, А.Д. Шеремета, та ін. Аналіз опублікованих з даної теми праць, теоретичних концепцій і практичних розробок дозволяють зробити висновок, що в економічній літературі:

1) не конкретизована мета аналізу запасів;

2) відсутня єдність думок авторів стосовно напрямів аналізу і послідовності реалізації аналітичних процедур;

3) не конкретизована система оціночних показників. Доволі часто наводиться лише перелік показників, який не пов'язується з конкретним етапом аналізу;

4) не приділяється уваги доцільності використання сировини і матеріалів, палива, енергії на підприємствах окремих галузей господарювання.

Наведене вище свідчить про те, що багато питань з аналізу наявності та ефективності використання виробничих запасів підприємств сільського господарства потребують більш глибокого вивчення та удосконалення на базі системного підходу.

Метою роботи є вдосконалення методики проведення аналізу запасів та визначення ефективності використання їх на підприємстві.

Об'єктом дослідження є запаси підприємства в системі управління підприємством.

Предметом дослідження є методика факторного аналізу ефективності використання запасів суб'єкта господарювання.

Сучасні умови господарювання, які ґрунтуються на попиті та пропозиції, конкурентній боротьбі, примушують українські підприємства швидко адаптуватись до змін ринкового середовища та уникати необґрунтованого ризику. Будь-яке господарське рішення оцінюється за його кінцевими результатами. Одним з головних факторів, що впливає на його величину, є рівень матеріальних запасів та раціональне їх використання. Тому стабільна забезпеченість запасами та ефективність їх використання є необхідною умовою функціонування та розвитку будь-якого підприємства.

Одним із важливих факторів розвитку виробництва є стабільна забезпеченість підприємства матеріальним ресурсами. Методологічні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про запаси підприємства та її розкриття у фінансовій звітності визначаються П(С)БО 9, що визначає порядок розкриття інформації про запаси в Примітках до фінансової звітності (ф. 5) [9].

Запаси – це активи, які утримуються для подальшого продажу за умов звичайної господарської діяльності, знаходяться в процесі виробництва для подальшого продажу продукту виробництва, утримуються для споживання або управління підприємством [7].

Раціональне використання виробничих ресурсів кожного виробництва є обов'язковою умовою не тільки подальшого розвитку, а й самого існування підприємств.

Проведення комплексного аналізу виробничих ресурсів можливе у трьох напрямках:

Перший напрямок – це аналіз впливу укрупнених факторів (або факторних показників) спочатку на обсяг виробництва та реалізації, а потім (з використання показників рівнів рентабельності) у вигляді визначення такого впливу на прибуток.

Другий напрямок полягає у виявленні впливу більш деталізованих факторних показників на прибуток на основі попереднього проведення відповідних математичних перетворень.

Третій напрямок – це економічний аналіз впливу техніко-економічних факторів на використання виробничих ресурсів та прибуток підприємств, тобто техніко-економічний аналіз [10].

Вважаємо, метою аналізу запасів є пошук внутрішніх потенційних можливостей (резервів) раціонального їх використання, зростання обсягів виробництва і прибутку. Останнє можливо за умови зниження собівартості виробництва.

Задля ефективної реалізації окресленої мети необхідна детальна оцінка стану і використання виробничих запасів за наступними напрямами: оцінка матеріальної забезпеченості процесу виробництва підприємства сировиною і матеріалами; оцінка ефективності використання запасів.

Н. Б. Кащена пропонує реалізувати завдання щодо:

– визначення ступеня виконання плану і динаміки розвитку показників за загальним обсягом, складом, структурою та асортиментом;

– виявлення причин зміни показників і їх кількісного вимірювання;

– оцінки впливу чинників, пов'язаних зі зміною запасів, на обсяги виробництва і реалізації продукції, собівартість виробництва і прибуток; пошуку внутрішніх резервів зростання обсягів виробництва за рахунок поліпшення використання сировини і матеріалів [5].

Доволі важливим етапом аналізу виробничих запасів є оцінка впливу чинників на зміну показників ефективності використання матеріальних ресурсів у виробництві (матеріаловіддачі чи матеріаломісткості).

Достовірна і своєчасна інформація, яка надходить з бази даних підприємства, є необхідною для оперативного управління матеріальними ресурсами. Аналізуючи використання матеріальних ресурсів, потрібно перевірити правильність складання плану матеріально-технічного постачання, а пізніше його виконання за обсягом, номенклатурою, термінами.

Для того, щоб визначити потребу в поставках матеріалів, потрібно обрахувати потребу на програму планового періоду, запас матеріалів на кінець планового періоду необхідних для безперебійної роботи в майбутньому та отримання очікуваного залишку на початок. За наявності великої номенклатури матеріалів план поставок аналізують за основними, дефіцитними і лімітуючими видами матеріальних ресурсів [8].

Проведення факторного аналізу ефективності використання запасів займає вагоме місце в системі комплексного аналізу підприємства. На основі показника матеріаловіддачі, запишемо формулу у вигляді, зручному для проведення аналізу:

$$Мв= (К \times Цт)/(К \times Ц \times Н)$$

де Мв – показник матеріаловіддачі; К – обсяг випуску продукції; Ц - ціна одиниці певного виду виробничих запасів за період, що аналізується; Н – норма витрачання певного виду виробничих запасів на одиницю продукції; Цт – відпускна ціна одиниці продукції.

Спростивши формулу отримуємо змішану кратну модель:

$$Мв= (Цт)/(Ц \times Н)$$

Шляхом застосування методу ланцюгових підстановок, можна побачити зміну розміру основного показника шляхом поступової заміни базисної величини кожного факторного показника в обсязі результативного показника на фактичну в звітному періоді [1]. Даний метод здійснюється шляхом послідовної заміни базової величини кожного чинника на фактичні данні звітного періоду. Така процедура заміщення вихідних планових показників на фактичну величину здійснюється доти, доки в останньому рядку не будуть усі фактичні значення факторів, вплив яких вивчається.

Отже, спочатку визначаємо вихідні показники для проведення безпосереднього аналізу:

$$МвПл = (Цт0)/(Ц0 \times Н0$$
$$МвЦт = (Цт1)/(Ц0 \times Н0)$$
$$МвЦ = (Цт1)/(Ц1 \times Н0)$$
$$МвФ = (Цт1)/(Ц1 \times Н1),$$

де Цт1, Ц1, Н1 – відповідні фактичні показники; Цт0, Ц0, Н0 – планові показники; МвПл - плановий показник матеріаловіддачі; МвФ – фактичний показник матеріаловіддачі; МвЦт – показник зміни матеріаловіддачі за рахунок відпускної ціни продукції; МвЦ - показник зміни матеріаловіддачі за рахунок ціни одиниці певного виду виробничих запасів.

Зміну матеріаловіддачі (в абсолютних величинах) за рахунок зміни кожного з факторів визначаємо за формулами:

1) за рахунок зміни відпускної ціни одиниці продукції:

$$\Delta МвЦт = МвЦт - МвПл$$

2) за рахунок зміни ціни одиниці певного виду виробничих запасів:

$$\Delta МвЦ = МвЦ - МвЦт$$

3) за рахунок зміни норми витрачання певного виду виробничих запасів на одиницю продукції:

$$\Delta МвН = МвФ - МвЦ.$$

Підсумувавши значення за формулами вищенаведеними формулами, знаходимо загальну зміну матеріаловіддачі, що буде означати, план був виконаний або ж бажані результати не були досягнуті. Таке ж значення отримуємо при різниці фактичного та планового показників матеріаловіддачі.

До шляхів підвищення ефективності використання виробничих запасів на підприємстві можна віднести: впровадження економічно обґрунтованих норм запасу; прискорення науково-технічного прогресу, упровадженням прогресивної техніки і технології; розвиток стандартизації, уніфікації, типізації; комплексну механізацію й автоматизацію вантажно-розвантажувальних робіт на складах; вдосконалювання форм організації промислового виробництва, застосування дешевих конструктивних матеріалів [2].

Отже, неодмінною умовою досягнення високого рівня виробництва на сільськогосподарських підприємствах є проведення аналізу забезпеченості та ефективності використання виробничих запасів. Реалізація перелічених напрямів удосконалення аналітичного забезпечення управління виробничими запасами на підприємствах дозволить не тільки зменшити втрати від утримання надлишкових запасів, але й уможливить вивільнення значної частини коштів та дасть змогу значно підвищити результативність їх фінансово-економічної діяльності.

Вважаємо, що для вдосконалення організації аналізу запасів на підприємстві можна виділити такі напрями:

- підвищення оперативності інформаційного забезпечення управління запасами підприємств;
- удосконалення системи автоматизації обліково-аналітичних робіт в управлінні та аналізі запасами;
- обґрунтування раціональних методів проведення інвентаризації запасів, що дасть змогу більш точно проаналізувати ситуацію стосовно наявності на підприємстві запасів та їх використання;
- чітка організація обліково-аналітичних процедур руху запасів підприємств, а саме застосування прийомів обліку за центрами відповідальності, заходів контролю та оперативного аналізу процесів утворення запасів.

Список використаних джерел:

1. Добрянська М. В. Аналіз запасів виробничих підприємств і вироблення пропозицій щодо їх ефективного використання в ринкових умовах. Науковий вісник НЛТУ України. Вип. 22.7. 2012. С.175-180.
2. Довга Т. А. Проблеми оцінки виробничих запасів господарюючими суб'єктами в умовах інфляції. Інвестиції: практика та досвід. 2015. № 8.
3. Болюх М.А., Бурчевський В.З., Горбаток М.І. Економічний аналіз: навч. посібн. Київ : КНЕУ, 2001. 540 с.
4. Экономический анализ хозяйственной деятельности предприятий и объединений. под ред. С. Б. Барнгольц. Харьков : ХПИ, 2012. 986 с.
5. Кащена Н. Б Удосконалення методики аналізу виробничих запасів підприємства. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2011. № 2. С. 128–135.
6. Мних Є.В. Економічний аналіз: підручник. Київ : 2005. 426 с.
7. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 9 «Запаси» Наказ Міністерства фінансів України від 20.10.1999 р. № 246 URL: http://zakon4.rada.gov .ua/laws/show/z0751-99.
8. Попович П. Я. Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання. Тернопіль. 2004. 252 с.
9. Стасишен М. С., Лисенко А.М. Методологія та організація обліку, аналізу та аудиту використання виробничих матеріальних запасів. Збірник наукових праць ДЕТУТ. Серія: Економіка і управління. 2014. Вип. 28.
10. Томчук О., Кулик Л. Аналіз ефективного використання виробничих запасів підприємств. URL: http://sophus.at.ua/publ/2013

АВТОМАТИЗАЦІЯ ОБЛІКУ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ ТА ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ

Бульдяк М., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Облік і оподаткування», спеціалізація «Облік і оподаткування»
Наук. кер. – Лучик С. Д.

Стаття розкриває проблеми організації бухгалтерського обліку нематеріальних активів на птахівничому підприємстві. Розкрито методичні та організаційні підходи до комп'ютеризації нематеріальних активів на підприємстві. Запропоновано використання сільськогосподарської конфігурації для удосконалення обліку нематеріальних активів.

The article reveals the problems of accounting for intangible assets in a poultry farm. Methodical and organizational approaches to computerization of intangible assets at the enterprise are revealed. The use of agricultural configuration to improve the accounting of intangible assets is proposed.

Актуальність теми дослідження. Для підприємств поряд з питаннями управління інноваційною діяльністю, освоєння виробництва та збуту продукції все більш великого значення набувають питання управління створеними власними або придбаними об'єктами інтелектуальної власності та їх ефективного

використання.Особливість нематеріальних активів полягає у тому, що вони роблять внесок у зростання бізнесу та за правильно побудованої стратегії здатні забезпечити значний розмір прибутку на перспективу. Проте, з нематеріальними активами завжди пов'язаний елемент невизначеності та неоднозначності. Тому питання комп'ютеризації обліку нематеріальних активів є надзвичайно актуальними для підприємств.

Метою статті є дослідження особливостей автоматизації бухгалтерського обліку нематеріальних активів на птахівничому підприємстві.

Об'єктом дослідження є процеси, пов'язані з обліком нематеріальних активів на птахівничому підприємстві. **Предметом** дослідження є сукупність теоретичних, організаційних і практичних аспектів запровадження комп'ютерної форми бухгалтерського та управлінського обліку нематеріальних активів на птахівничому підприємстві.

Птахівництво – це галузь агропромислового комплексу України, яка найбільш інтенсивно та динамічно розвивається. Вона має свої особливості, пов'язані з технологією вирощування (утримання) птиці, тому й облік у цій галузі ведеться відповідно до технологічних циклів.Нематеріальними активами на підприємстві ПрАТ «Птахфабрика Тернопільська» визнаються контрольовані немонетарні активи, які не мають матеріальної форми, можуть бути ідентифіковані окремо від підприємства і використовуються підприємством протягом періоду більше 1 року (або операційного циклу) для виробництва страхових послуг, в адміністративних цілях або передачі в оренду іншим особам.

Об'єкти нематеріальних активів підприємство класифікувало за окремими групами: гудвіл; авторські права (в т.ч. на програмне забезпечення); ліцензії; торгові марки, включаючи бренди і назви публікацій.

Програмне забезпечення, яке є невід'ємним і необхідним для забезпечення роботи основних засобів, враховувати у складі цих об'єктів.

На підприємстві ПрАТ «Птахофабрика Тернопільська» використовується автоматизована форма обліку із використанням програмного комплексу «1С: Підприємство 8», конфігурація «Бухгалтерія для України», ред. 1.2. Використання програми здійснюється з використанням основних типів даних: довідників, форм документів, операцій, регістрів, звітів тощо. Згідно Закону України «Про електронні документи та електронний документообіг» на підприємстві запроваджено електронний документообіг [2].

Відомості про об'єкти НМА зберігаються в довіднику Нематеріальні активи. У типовій конфігурації підтримується бухгалтерський і податковий облік НМА. Початкова вартість НМА визначається на рахунку 1541 «Придбання нематеріальних активів» як сума покупної вартості об'єкта і додаткових витрат на його придбання. Облік витрат на придбання НМА відображається за допомогою документа «Надходження НМА» (меню «ОЗ і НМА» — «Нематеріальні активи» — «Надходження НМА»).

Витрати на виготовлення НМА власними силами накопичуються на рахунку 1542. На етапі виготовлення НМА враховуються як об'єкти будівництва. Реєстрація витрат на виготовлення здійснюється документами Надходження товарів і послуг (послуги), Нарахування зарплати та ін.

Прийняття до обліку НМА відображається в обліку після того, як всі витрати, пов'язані з придбанням або виготовленням даного об'єкта, відображені в обліку. Дана операція оформляється документом «Прийняття до обліку НМА» (меню «ОЗ і НМА» — «Нематеріальні активи» — «Прийняття до обліку НМА»).

Залежно від способу створення НМА, у документі вибирається вид операції. Вид операції «Нематеріальні активи» зазначається під час прийняття до обліку придбаного НМА. Вид операції «Об'єкти будівництва» зазначається при прийнятті до обліку НМА, виготовленого власними силами; при цьому, крім найменування НМА, зазначається також Об'єкт будівництва, на якому накопичені витрати на виготовлення. Вид операції «Введення початкових залишків» залишено для сумісності з попередніми версіями. Введення початкових залишків НМА рекомендується здійснювати за допомогою документа «Введення початкових залишків».

При проведенні документа «Прийняття до обліку НМА» формуються проводки щодо списання початкової вартості об'єкта з кредиту рахунку обліку вкладень в нематеріальні активи у дебет рахунків обліку НМА.

Таким чином, при прийнятті об'єкта НМА до обліку визначається його початкова вартість, а також деякі інші параметри:

строк корисного використання НМА;

спосіб нарахування амортизації;

спосіб відображення витрат за нарахованою амортизацією;

рахунок обліку нарахованої амортизації;

матеріально-відповідальна особа;

підрозділ.

У довіднику «Нематеріальні активи» для кожного НМА визначається податкове призначення. Податкове призначення НМА визначає, чи використовується актив для оподатковуваних чи неоподатковуваних ПДВ операцій.

Для НМА ведеться облік за матеріально-відповідальними особами і підрозділами, за якими НМА закріплено. Ці параметри обліку можуть змінюватися, наприклад, під час звільнення матеріально-відповідальної особи та призначенні нової, під час переміщення нематеріальних активів між підрозділами. Для відображення таких змін служить документ «Переміщення НМА». У документі зазначається перелік НМА, що переміщаються, а також підрозділ і матеріально-відповідальна особа після переміщення. Документ не формує бухгалтерських проводок.

Для цілей бухгалтерського і податкового обліку передбачені такі способи нарахування амортизації НМА:

кумулятивний (за сумою чисел років);

виробничий (тільки в бухгалтерському обліку);

прямолінійний;

зменшення залишку;

прискореного зменшення залишку.

Конфігурація передбачає можливість нарахування амортизації в бухгалтерському і податковому обліку різними способами.

Якщо амортизація нараховується виробничим методом, то попередньо слід вказати обсяг продукції, виробленої в поточному місяці. Для цього використовується документ «Виробіток НМА» (журнал «ОЗ і НМА» — «Амортизація НМА» — «Параметри амортизації НМА»). Витрати з амортизації НМА можуть бути розподілені за кількома напрямками і статтями витрат. У довіднику способів відображення витрат з амортизації ведеться список можливих способів віднесення амортизаційних нарахувань на витрати. Наприклад, можна визначити спосіб, при якому сума амортизації буде розподілятися між кількома підрозділами в певній пропорції. Спосіб відображення витрат з амортизації, визначений у момент прийняття об'єкта до обліку, може бути змінено протягом строку корисного використання об'єкта. Для реєстрації даної зміни в типовій конфігурації призначено документ «Зміна відображення амортизації НМА».

Розрахунок суми амортизації в бухгалтерському і податковому обліку проводиться автоматично при проведенні документа Закриття місяця. Сума, розрахована для кожного об'єкту обліку, списується з кредиту рахунку обліку нарахованої амортизації у дебет рахунків, визначених вибраним способом відображення витрат з амортизації.

Модернізація нематеріального активу — це зміна його попередньо прийнятих нормативних показників функціонування, яка може спричинити зміну його вартісних, амортизаційних та інших показників. Модернізація нематеріальних активів відображається документом «Модернізація НМА» (меню «ОЗ і НМА» — «Нематеріальні активи» — «Модернізація НМА»). У шапці документа в полі «Об'єкт будівництва» вказується об'єкт будівництва, на якому накопичена сума витрат з модернізації. Витрати на об'єктах будівництва накопичуються на рахунку 1542 «Виготовлення нематеріальних активів». На закладці «Нематеріальні активи» необхідно вказати цей рахунок. У табличній частині документа на закладці «Нематеріальні активи» зазначається перелік НМА, що модернізуються. Накопичена сума модернізації буде списана з об'єкта будівництва і рівномірно віднесена на вартість нематеріальних активів, перерахованих у табличній частині. Під час модернізації можуть бути змінені параметри обліку нематеріальних активів, наприклад, збільшений строк експлуатації основного засобу. Під час модернізації встановлюються нові параметри для розрахунку амортизації.

У разі припинення використання НМА його вартість і нарахована амортизація НМА підлягають списанню. Для відображення цієї операції призначений документ «Списання НМА» (меню «ОЗ і НМА» — «Нематеріальні активи» — «Списання НМА»), при проведенні якого формуються відповідні бухгалтерські проводки. Залишкова вартість об'єкта відноситься до неопераційних витрат, а точніше – до витрат на списання необоротних активів. Конкретний рахунок обліку витрат на списання залишкової вартості може бути змінено у формі документа.

Під час проведення за податковим обліком також проводиться нарахування амортизації за останній місяць використання та списання залишкової вартості. Крім того, при проведенні документа виконується запис в регістр «Стан НМА» організацій, в якості нового стану записується стан Списано. При вибутті НМА, пов'язаному з передачею права його використання іншій організації, застосовується документ конфігурації «Передача НМА» (меню «ОЗ і НМА» — «Нематеріальні активи» — «Передача НМА»).

Мета інвентаризації нематеріальних активів полягає у виявленні фактичної наявності нематеріальних активів і перевірці відповідності даних бухгалтерського обліку за кількістю та вартістю нематеріальних активів фактичній наявності таких об'єктів у кількісному і вартісному прояві. Для введення в інформаційну базу даних про інвентаризацію призначений документ «Інвентаризація НМА» (меню «ОЗ і НМА» — «Нематеріальні активи» — «Інвентаризація НМА»). З документа Інвентаризація НМА можна роздрукувати інвентарний опис НМА (форму НА-4). Дані документа «Інвентаризація НМА» у бухгалтерському та податковому обліку не відображаються, але за результатами інвентаризації можливо

проведення таких операцій: У разі, якщо при інвентаризації виявлена нестача НМА в одному підрозділі і надлишок в іншому (в обліку не відображена передача НМА з одного підрозділу в інший), на підставі Інвентаризації НМА потрібно ввести документ «Переміщення НМА».

Отже, автоматизоване вирішення завдань із бухгалтерського обліку нематеріальних активів базується на створенні та веденні інформаційної бази про наявність нематеріальних активів, які формуються на основі інвентарної картотеки аналітичного обліку нематеріальних активів та регістрів їх обліку.

Функція автоматизованого робочого місця бухгалтера нематеріальних активів на базі програмного продукту «1С: Бухгалтерія 8.3» полягає у виконанні таких системних обліково-контрольних операцій:

упорядкування бухгалтерського обліку за рахунок запровадження електронного документообігу;

підвищення оперативності обліку шляхом забезпечення швидкого доступу до документів, можливості оперативно їх обробляти та надійно зберігати в електронних архівах (на сервері організації або в «хмарі», тобто на сервері спецоператора);

облік і контроль об'єктів нематеріальних активів за місцями зберігання та класифікаційними групами;

облік і контроль над правильністю та своєчасністю відображення руху основних засобів (надходження, вибуття, переміщення);

облік амортизації основних засобів і контроль над правильністю її нарахування й відображення [1];

облік переоцінки нематеріальних активів (дооцінка, уцінка).

Таким чином, переваги застосування комп'ютерної техніки під час проведення обліку нематеріальних активів полягають у: зменшенні обсягу даних, що оброблюються вручну; економії часу на виконання одноманітних прийомів порівняння фактичних даних з обліковими; зменшенні ризику появи арифметичних помилок, порушених під час відображення даних в облікових регістрах; перевірці тотожності чи взаємної ув'язки показників різних форм звітності в автоматичному порядку; компактному зберіганні і багаторазовому використанні даних бухгалтерського обліку.

Висновки. Вважаємо, що програмна конфігурація «1С: Бухгалтерія 8.3» задовольняє потреби бухгалтерської служби підприємства. Однак, пропонуємо спробувати галузеве прикладне рішення "BAS АГРО. Бухгалтерія" для сільськогосподарських підприємств, яке є готовим інструментом для вирішення всіх завдань, що стоять перед бухгалтерською службою сільськогосподарських підприємств які займаються рослинництвом, тваринництвом, птахівництвом, переробкою і реалізацією сільськогосподарської продукції. Це прикладне рішення також можна використовувати виключно для ведення бухгалтерського та податкового обліку, а завдання автоматизації інших служб, наприклад, відділу продажів, вирішувати за допомогою інших прикладних рішень або систем.

Список використаних джерел:

1. Плекан М. В., Гайдучок Т. С., Головчак Г. В. Переваги та недоліки програм автоматизації бухгалтерського обліку. *Інвестиції: практика та досвід.* 2020. № 23. С. 10–15.

2. Про електронні документи та електронний документообіг : Закон України 851-IV. *Відомості Верховної Ради України (ВВР).* 2003, № 36, ст. 275.

АВТОМАТИЗАЦІЯ ОБЛІКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ: ОСОБЛИВОСТІ ТА ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ

Вакареско К., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Облік і оподаткування», спеціалізація «Облік і оподаткування»
Наук. кер. – Лучик С. Д.

Стаття розкриває особливості ведення бухгалтерського і управлінського обліку на підприємствах малого бізнесу в умовах використання інформаційних технологій. Висвітлені проблеми, що виникають при запровадженні автоматизації управлінського обліку на малому підприємстві. Сформульовані рекомендації щодо вибору програмного забезпечення для автоматизації управлінського обліку на підприємствах малого бізнесу.

The article reveals the features of accounting and management accounting in small businesses in the use of information technology. The problems that arise during the introduction of automation of management accounting in a small enterprise are highlighted. Recommendations for the choice of software for automation of management accounting in small businesses are formulated.

Актуальність теми дослідження. На облік в сучасних умовах діяльності підприємств покладається наступне завдання – покращення інформаційного забезпечення управління. Цим зумовлюється потреба в перегляді деяких теоретичних та практичних положень бухгалтерського обліку, методик формування та

обробки облікової інформації на підприємствах малого бізнесу. Щоб досягти ефективного вирішення цих питань у контексті реформування обліку в Україні, в першу чергу, слід встановити засади та пріоритети побудови автоматизованої форми обліку як бухгалтерського, так і управлінського, на малих підприємствах, та врахувати їх при формуванні пропозицій щодо його методики та організації.

Метою статті є дослідження особливостей автоматизації бухгалтерського і управлінського обліку на підприємствах малого бізнесу, які працюють в сфері надання послуг.

Об'єктом дослідження є процеси, пов'язані з обліком діяльності суб'єктів малого підприємництва .

Предметом дослідження є сукупність теоретичних і практичних аспектів запровадження комп'ютерної форми бухгалтерського та управлінського обліку на малих підприємствах.

Організація бухгалтерського обліку виступає одним із найсуттєвіших напрямків розвитку малого підприємництва.

Особливості організації системи бухгалтерського обліку на малих підприємствах залежать від наявності наступних варіацій:

- вибір системи оподаткування (підприємства, згідно із законодавством, незалежно від форм та розмірів господарювання, мають можливість обирати або загальну систему оподаткування, або спрощену систему, якщо будуть відповідати певним критеріям);
- вибір форми організації бухгалтерського обліку (існує чотири варіанти вибору суб'єктів ведення бухгалтерського обліку);
- вибір системи бухгалтерського обліку (в залежності від обсягів здійснюваної діяльності та вимог законодавства, суб'єктами малого підприємництва обирається загальна, спрощена та проста форма бухгалтерського обліку та складається на цій основі загальна, спрощена або проста фінансова звітність);
- використання плану рахунків (мають право вибирати як загальний, так і спрощений план рахунків бухгалтерського обліку, залежно від форми організації та обраної системи оподаткування);
- можливість ведення бухгалтерського обліку, не використовуючи план рахунків та принцип подвійного запису (характерно для суб'єктів мікропідприємництва) [1, с. 209].

При виборі суб'єктом малого підприємництва форми ведення бухгалтерського обліку, необхідно враховувати особливості функціонування підприємства, а саме: вид діяльності, структуру системи управління, їх складність та чисельність працівників. Так, виходячи зі своїх потреб, мале підприємство може пристосовувати регістри бухгалтерського обліку, відповідно до специфіки своєї роботи з дотриманням вимог:

- єдина методологічна основа (принцип подвійного запису) та взаємозв'язку даних аналітичного і синтетичного обліку;
- суцільне відображення усіх господарських операцій в регістрах обліку на підставі первинних облікових документів;
- накопичення і систематизація даних первинних документів у розрізі показників, необхідних для управління і контролю за господарською діяльністю малого підприємства, а також для складання і подання бухгалтерської звітності.

Усі зазначені вище форми ведення бухгалтерського обліку та узагальнення інформації можуть бути представлені в автоматизованій системі обробки даних. На підприємстві ТОВ «Олімп Моторс» застосовується автоматизована система ведення бухгалтерського обліку, яка дозволяє прискорити обробку облікової інформації та передачу її за всіма напрямками. Автоматизація бухгалтерського і податкового обліку на підприємстві здійснена з використанням програмного комплексу «1С: Бухгалтерія 8.3».

Законом №996-XIV та Положенням №88 встановлено, що первинні документи є підставою для бухгалтерського обліку господарських операцій. В свою чергу, на підставі даних бухгалтерського обліку та зведених облікових регістрів підприємство зобов'язано у строки, встановлені законодавством, складати та оприлюднювати (за умови дотримання критеріїв) фінансову звітність, у строки, встановлені законодавством. Тим же Законом про бухгалтерський облік та фінансову звітність №996 (стаття 9) встановлено, що первинні документи, складені в електронній формі, застосовуються у бухгалтерському обліку за умови дотримання вимог законодавства про електронні документи та електронний документообіг[4]. Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг» був прийнятий ще у 2003 році [5]. Однак лише у 2017 році було прийнято ряд нормативно-правових актів та внесено необхідні зміни до прийнятих раніше. Зокрема, було прийнято Закон «Про електронні довірчі послуги», який закріпив юридичний статус електронного документообороту, та Постанову Кабміну №55 від 17.01.2018 «Деякі питання управлінської діяльності», яка рекомендувала виконавчій владі перейти на електронний документообіг та зафіксувала його формат для державних установ. При здійсненні перевірок контролюючими органами електронні документи мають такий же правовий статус, як і документи, що

мають паперову форму, за умови наявності на них всіх обов'язкових реквізитів (лист ДФС від 04.01.2017 р. № 30/6/99-99-15-02-02-15).

На підприємстві ТОВ «Олімп Моторс» використовується електронний документообіг. В електронному вигляді представлені для обміну такі документи: договір; рахунок-фактура; акт наданих послуг; видаткова накладна; товарно-транспортна накладна; довіреність; офіційний лист. При потребі в електронному вигляді складаються касові документи.

Використовуючи тільки методи бухобліку, керівник підприємства просто не в змозі «побачити одним поглядом» повну картину бізнес-діяльності підприємства, а значить, не зможе правильно оцінити, які перспективи його розвитку, і швидко відреагувати на події робочого процесу. Бухгалтерські звіти дозволяють тільки констатувати те, що сталося, але ж, як відомо, повернути час назад, щоб уникнути помилок (а в бізнесі це завжди – втрачений прибуток), ще нікому не вдавалося.

Особливістю управлінського облікує те, що: на нього не поширюється дія НП(С)БО, МСФЗ чи будь-яких інших стандартів, інструкцій тощо; це внутрішній облік підприємства і там рахують усе так, як це зручно й потрібно саме для даного підприємства; внутрішню інформацію, яка потрібна, визначає сам бухгалтер на основі управлінських потреб керівництва; інформація може бути й не зовсім бухгалтерською, мати певні зовнішні дані, наприклад дані про конкурентів для порівняння.

Говорячи про реалії українських малих підприємств, можна виділити наступні характеристики практик ведення управлінського обліку та проблеми, до яких вони призводять:

1. Відсутність узгодженої та затвердженої облікової політики з управлінського обліку, а також відповідальних за її дотримання осіб зустрічається мало не в кожній компанії, адже такі норми, на відміну від бухгалтерського обліку, не є обов'язковими та законодавчо не врегульовані. Як наслідок – немає методології, немає відповідальних, немає результатів.

2. Відсутність подвійного запису призводить до неможливості створення повноцінного пакету управлінської фінансової звітності з наскрізним аналізом статей балансу, доходів та витрат, руху грошових коштів, а також операцій з влиття або вилучення капіталу. Поширеною проблемою багатьох підприємств є те, що предметом глибокого аналізу виступають здебільшого доходи та витрати, з повним або частковим ігноруванням статей балансу. Ведення обліку доходів та витрат на основі касового методу, відповідно до якого відбувається прирівнювання обліку доходів та витрат до обліку руху грошових коштів є надзвичайно розповсюдженою ситуацією, яка призводить до суттєвого викривлення фінансових результатів, особливо у матеріаломістких виробництвах, а також до відсутності або недостатності контролю за ресурсами. Така ситуація також дуже небезпечна у бізнесах, які працюють на умовах передплати, коли отримані передплати прирівнюються до доходів. При такому неправильному трактуванні отримані кошти можуть вилучатися власниками як прибуток та значно погіршувати фінансовий стан підприємства.

3. Відсутність автоматизації управлінського обліку або його ведення засобами MS Excel призводить до значної ймовірності ризику втрати цілісності інформації, ручних помилок або навмисного виправлення чи спотворення даних.

4. Вибіркове включення показників до управлінського обліку є наслідком всіх попередніх характеристик та зазвичай має історичний характер виникнення. Вибірковий підхід є надзвичайно небезпечним, адже він передбачає аналіз та як результат прийняття управлінських рішень на основі неповної інформації, і як наслідок, ймовірності прийняти хибне рішення.

5. Відсутність бюджетування та прогнозування зазвичай призводить до неготовності підприємств до змін у зовнішньому та внутрішньому середовищі, неспроможності якісно оцінити результати діяльності, а також додає хаотичності та спонтанності у життя управлінців.

6. Включення до системи показників результатів діяльності бізнесу тільки кількісних, без урахування якісних, нефінансових показників призводить до однобокості аналізу, ризику утворення хибних суджень та висновків[2].

Всі проблеми, що зазначені вище, вказують на необхідність впровадження та автоматизації системи повноцінного управлінського обліку, який би відповідав усім викликам та потребам сучасного бізнесу. Розробка системи управлінського обліку на малому підприємстві можна виконати в кілька етапів:

1. Створення фінансової структури. Пошук даних для ведення обліку.
2. Розробка системи надання звітів та пошук показників ефективної роботи.
3. Розробка класифікаторів і кодифікаторів для всіх об'єктів, що беруть участь в управлінському обліку.

Пропонуємо запровадити на підприємстві ТОВ «Олімп Моторс» конфігурацію «Управління невеликою фірмою для України» або «BAS Малий бізнес», яке є комплексним рішенням, що охоплює основні завдання керування й обліку на невеликому підприємстві, і дозволяє організувати єдину інформаційну систему для керування різними аспектами його діяльності [3]:

продажами, включаючи роздрібні продажі;

закупівлями;
сервісом;
виробництвом;
коштами;
зарплатою й персоналом;
фінансами, включаючи майно.

Управлінський облік в даній конфігурації ведеться за даними, зафіксованим у документах. Факт здійснення операцій уводиться один раз отримує подальше відображення в різних розділах управлінського обліку з формуванням управлінського балансу.

Таким чином, конфігурація «Управління невеликою фірмою для України» зможе забезпечити такі можливості для підприємства:

керівництву підприємства й керівникам, відповідальним за розвиток бізнесу, — можливості для аналізу, планування й гнучкого керування ресурсами компанії для підвищення її конкурентоспроможності;

керівникам підрозділів, менеджерам і співробітникам, що безпосередньо займаються виробничою, торговою, постачальницькою та іншою діяльністю по забезпеченню процесу виробництва, — інструменти, що дозволяють підвищити ефективність щоденної роботи по своїм напрямкам.

Висновки. Вважаємо, що програмні конфігурації «Управління невеликою фірмою для України», «BAS Малий Бізнес» дозволяють поетапно автоматизувати управлінський облік на малому підприємстві, починаючи з актуальних ділянок і поступово розширюючи автоматизацію на інші види діяльності. Ці прикладні рішення підходять для управління невеликими фірмами і підприємствами: торговими, виробничими та сервісними компаніями. Конфігурації є готовими рішеннями, які можна швидко запустити в експлуатацію. Кожна запропонована конфігурація не перевантажена зайвими можливостями, наприклад в ній не ведеться повноцінний бухгалтерський облік, проте можна налаштувати двосторонній обмін даними з програмою «BAS Бухгалтерія» або «1С: Бухгалтерія». В конфігураціях реалізовано все тільки найнеобхідніше для обліку, контролю, аналізу та планування в малому бізнесі.

Список використаних джерел:

1. Кучер С. В. Особливості діяльності вітчизняних суб'єктів малого та середнього бізнесу: обліково-аналітичний аспект. *Науковий вісник Херсонського державного університету.* 2014. Випуск 9-1. Ч. 1. С. 208-211.
2. Кучер С. В., Ковальчук Н. О. Процес бюджетування на малих підприємствах України як елемент ефективного управління. *Глобальні та національні проблеми економіки.* 2017. № 20. С. 993–996.
3. Плекан М. В., Гайдучок Т. С., Головчак Г. В. Переваги та недоліки програм автоматизації бухгалтерського обліку. *Інвестиції: практика та досвід.* 2020. № 23. С. 10–15.
4. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14/conv#n9 (дата звернення 20.10.2021).
5. Про електронні документи та електронний документообіг : закон України 851-IV. *Відомості Верховної Ради України (ВВР),* 2003, № 36, ст.275.

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИКИ ПРОГНОЗУВАННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

Вілянський Ю., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Облік і оподаткування», спеціалізація «Облік і оподаткування»
Наук. кер. – Рилєєв С. В.

У статті розглянуто методи прогнозування фінансового стану. Запропоновано напрям удосконалення прогнозування фінансового стану суб'єктів господарювання на основі проектування фінансової звітності за ключовими показниками фінансової стійкості та платоспроможності.

The article considers the methods of forecasting the financial condition. The direction of improvement of forecasting of a financial condition of subjects of business on the basis of designing of the financial reporting on key indicators of financial stability and solvency is offered.

Актуальність теми. Сьогодні, в умовах які постійно змінюються та характеризуються невизначеністю та ризиком, важливу роль відіграє комплексний фінансово-економічний аналіз, який зокрема покликаний своєчасно діагностувати й прогнозувати фінансовий стан, а також обґрунтувати систему заходів щодо його стабілізації. У цьому процесі важливу роль відіграє комплексний аналіз фінансово-господарської діяльності підприємства, який дозволяє своєчасно діагностувати фінансовий стан та визначити комплекс заходів щодо його зміцнення. Необхідність передбачення змін фінансового стану та ефективності функціонування підприємства актуалізує роль прогнозування, що дозволяє знизити рівень невизначеності та ризику, підвищити результативність системи управління.

Метою статті є розробка пропозицій щодо удосконалення методики прогнозування фінансового стану на основі проектування показників фінзвітності, які характеризують фінансову стійкість та платоспроможність.

Об'єктом дослідження виступає процес аналізу та прогнозування фінансового стану суб'єктів господарювання.

Предметом дослідження виступає сукупність теоретико-методичних аспектів прогнозування фінансового стану промислових підприємств.

Значний вклад у дослідження в сфері управління, аналізу та прогнозування фінансового стану внесли вітчизняні та зарубіжні науковці: І.О. Бланк, Є.В. Мних, Т.М. Ковальчук, Т.Д. Косова, А.М. Поддєрьогін, І.Д. Фаріон, О.В. Єфімова, І.А. Жулега, В.В. Ковальов, Е.А. Маркарян, Г.В. Савицька, А.Д. Шеремет та Є.В. Негашев, А.Л. Бернстайн, Ю.В. Брігхем, Р.В. Гамм та Х.Р. Паркшеян, Д. Стоун, К. Хитчинг, П. Уілсон тощо.

Незважаючи на вагомий доробок зазначених дослідників, сучасні умови господарювання, які характеризуються зниженням бізнес-активності суб'єктів господарювання внаслідок розповсюдження короновірусної інфекції COVID-19, вимагають удосконалення теоретико-методичних та організаційно-практичних підходів до управління, оцінки та прогнозування, як власного фінансового стану, так і контрагентів й конкурентів підприємства.

Виклад основного матеріалу. Фінансове прогнозування – процес розробки системи фінансових прогнозів, які дозволяють підприємству оптимізувати свою фінансово-господарську діяльність, обґрунтовувати складання фінансових планів та попереджувати або нівелювати негативні впливи зміни зовнішнього та внутрішнього бізнес-середовища в умовах невизначеності та ризику [5, с. 126].

Для успішної організації роботи щодо прогнозування фінансового стану важливо розуміти, чим даний процес відрізняється від класичного фінансово-економічного аналізу, навичками проведення якого володіє кожен кваліфікований бухгалтер. Принципова відмінність полягає лише у орієнтації аналізу у часі: якщо класичний аналіз орієнтований на обробку інформації стосовно минулих періодів, прогнозування фінансового стану має справу з майбутніми періодами. Ця відмінність щодо часової орієнтації призводить до виникнення методологічних та методичних відмінностей [3, с. 49].

Прогнозування фінансового стану реалізується наступним чином:

1. Визначаються цільові орієнтири (наприклад очікуване розширення сегменту ринку, рівень рентабельності, приріст валюти балансу тощо), яким повинно відповідати майбутній фінансовий стан та яких необхідно досягти у прогнозованому періоді.
2. Планується система заходів щодо досягнення цільових орієнтирів.
3. Формується система прогнозної інформації щодо майбутнього фінансового стану – розрахунок прогнозних показників майбутнього стану підприємства, які швидше за всього будуть досягнуті у процесі реалізації запланованої системи заходів.
4. Здійснюється оцінка прогнозного фінансового стану – зазвичай проводиться стандартними методами та прийомами фінансового аналізу.

Відправною точкою прогнозування фінансового стану суб'єктів господарювання виступає підбір методів. Зазначимо, що серед як вітчизняних, так і іноземних дослідників, відсутня одностайна думка щодо їх складу та класифікації. Найчастіше науковці виділяють такі групи методів прогнозування фінансового стану підприємства (рис. 1).

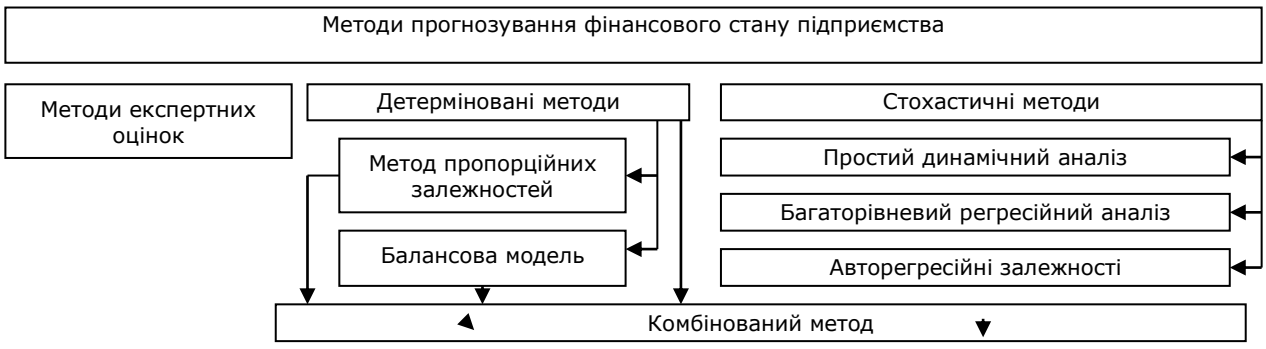

Рис. 1. Класифікація методів прогнозування фінансового стану підприємства [1, с. 344; 2, с. 165-166; 3, с. 49; 6]

Зазначимо, що класичний поділ методів фінансово-економічного аналізу на якісні (експертні оцінки) та кількісні (детерміновані та стохастичні методи) стосується і методів прогнозування фінансового стану.

Існують й інші підходи до групування (класифікації) методів прогнозування фінансового стану підприємства.

Зокрема Юнацький М.О. їх об'єднав у такі групи, як: 1) економетричні методи; 2) метод часових рядів (рядів динаміки); 3) балансовий метод; 4) методи експертних оцінок [7].

Крім цього, сукупність методів прогнозування фінансового стану може бути деталізована в розрізі моделей, які використовуються: дескриптивні (описові), предикативні (моделі передбачувально-прогностичного характеру) та нормативні [7].

Прогнозування стану на основі дискримінантного аналізу стосується однієї з характеристик фінансового стану як ймовірність настання банкрутства. Дискримінантні моделі сформовані на основі статистичних даних можуть враховувати різні фактори, які впливають на фінансову стійкість, платоспроможність, рентабельність та ділову й ринкову активність підприємства.

Для оцінки потенційного банкрутства у світовій практиці використовуються різноманітні моделі, авторами яких є: Е. Альтман (США), Р. Таффлер та Г. Тишоу (Великобританія), Ж. Конан та М. Гольдер (Франція), Р. Лис (Великобританія), Г.В. Давидова та О.Ю. Беліков (Російська Федерація), Г.В. Савицька (Республіка Білорусь) тощо.

Основними недоліками зазначених моделей є то, що вони не завжди можуть бути використані на практиці українських компаній, адже не враховують особливості бізнесу та інших процесів, які відбуваються у вітчизняній економіці. Деякі моделі були розроблені ще у минулому столітті, а економічний стан у світі постійно змінюється, зокрема під дією глобалізаційних процесів та розповсюдження короновірусної інфекції COVID-19 тощо.

Крім цього, зазначені моделі не є універсальними, адже не враховують галузеву специфіку (види економічної діяльності), розміри підприємства та ряд інших особливостей. Зокрема 5-ти факторна модель Альтмана є адекватною для компаній, акції яких вільно купуються-продаються на фондовій біржі (тобто враховує ринкову, а не балансову вартість власного капіталу).

В Україні найбільш відома аналітична модель прогнозування банкрутства є шести факторна модель О.О. Терещенка (2003 р.).

Прогнозування фінансового стану підприємства актуальне при визначенні перспектив його розвитку та обґрунтування крупних господарських операцій, реалізації інвестиційних проектів, розробці бізнес та функціональних стратегій в системі підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності, покращення фінансової стійкості, платоспроможності тощо.

У зв'язку з цим ефективним прийомом може стати постановка «зворотного» завдання із зазначенням прийнятного рівня значень певної групи показників фінансового стану. Заплановані показники сформують відповідну їм структуру прогнозної фінансової звітності підприємства. Процес прогнозування у даному випадку складається з таких етапів: аналіз та оцінка поточного фінансового стану; визначення значень показників, які відповідатимуть необхідному фінансовому стану; формування прогнозної фінансової звітності, яка відповідає встановленим значенням показників; розробка управлінських рішень щодо досягнення запланованого фінансового стану.

До найбільш важливим індикаторів фінансового стану, які мають практичний інтерес як для внутрішніх, так і для зовнішніх користувачів фінансової звітності, відносяться ключові показники фінансової стійкості та платоспроможності. Зазначимо, що для кожного з коефіцієнтів визначені певні діапазони їх зміни, при виході за межі яких фінансовий стан трактується як нестійкий або взагалі кризовий.

Зазначені показники розраховуються на основі таких статей (розділів) Балансу (звіту про фінансовий стан) як: необоротні активи (НА), оборотні активи (ОА), запаси (З), поточна дебіторська заборгованість (ПДЗ), гроші та їх еквіваленти (ГКІ), поточні фінансові інвестиції (ПФІ), власний капітал (ВК), забезпечення та забезпечення (ЗЗ), довгострокові та поточні зобов'язання (ДЗ та ПЗ), валюта балансу (ВБ), власний оборотний капітал (ВОК), який розраховується як різниця між власним капіталом та необоротними активами.

Таким чином, систему коефіцієнтів, які характеризують фінансовий стан, можна поділити на три групи (дод. Б6):

1. Коефіцієнти автономії (Ка) та фінансової стійкості (Кф.с.):

$$Ка = \frac{ВК}{ВБ} \quad (1)$$

$$Кф.с. = \frac{ВК + ДЗ}{ВБ} \quad (2)$$

2. Коефіцієнти маневреності власного капіталу (*Км)*, забезпечення оборотних активів (*Кз.о.а.)* та запасів (*Кз.з.*) власним оборотним капіталом:

$$Км = \frac{ВОК}{ВК} \quad (3)$$

$$Кз.о.а. = \frac{ВОК}{ОА} \quad (4)$$

$$Кз.з. = \frac{ВОК}{З} \quad (5)$$

3. Коефіцієнти поточної *(Кп.л.)*, швидкої *(Кш.л.)* та абсолютної ліквідності *(К.а.л.):*

$$Кп.л. = \frac{ОА}{ПЗ} \quad (6)$$

$$Кш.л. = \frac{ПДЗ + ГКІ + ПФІ}{ПЗ} \quad (7)$$

$$Ка.л. = \frac{ГКІ + ПФІ}{ПЗ} \quad (8)$$

У якості вихідного параметру прогнозування фінансового стану підприємства на основі показників бухгалтерського балансу прийнята величина власного капіталу *(ВК)*, залежно від значення якого прогнозуються інші статті Балансу (звіту про фінансовий стан). Доцільність даного вибору пов'язана з тим, що саме величина власного капіталу визначає рівень фінансової незалежності та стійкості, а також тим, що власний капітал є найбільш довгостроковим джерелом фінансування активів, значна частина якого знаходиться на стабільному рівні.

Вибір значень коефіцієнтів, які забезпечують досягнення поставленої мети, здійснюється виходячи з конкретних умов фінансово-господарської діяльності. Окреслимо плановані значення коефіцієнтів щодо формул 1-8 наступним чином:

$$\begin{cases} Ка = \alpha_1 \\ Кф.с. = \alpha_2 \\ Км = \alpha_3 \\ Кз.о.а. = \alpha_4 \\ Кз.з. = \alpha_5 \\ Кп.л. = \alpha_6 \\ Кш.л. = \alpha_7 \\ Ка.л. = \alpha_8 \end{cases} \quad (9)$$

Відображаючи статті прогнозованого балансу з співвідношень 1-8, та враховуючи систему рівностей 9, отримуємо залежність їх від рівня прийнятих значень коефіцієнтів $\alpha_1 + \alpha_2 + \alpha_3 + \alpha_4 + \alpha_5 + \alpha_6 + \alpha_7 + \alpha_8$. Зокрема валюта балансу буде мати наступний вигляд:

$$ВБ = \frac{1}{\alpha_1} * ВК \quad (10)$$

Статті активу балансу будуть виражені наступним чином:

$$НА = (1 - \alpha_3) * ВК = \frac{\alpha_1 - \alpha_4}{\alpha_1 * (1 - \alpha_4)} * ВК \quad (11)$$

$$ОА = \frac{1 - \alpha_1 + \alpha_1 * \alpha_3}{\alpha_1} * ВК = \frac{1 - \alpha_1}{\alpha_1 * (1 - \alpha_4)} * ВК \quad (12)$$

$$З = (\alpha_6 - \alpha_7) * \frac{1 - \alpha_2}{\alpha_1} * ВК; \quad ПЗ = (\alpha_7 - \alpha_8) * \frac{1 - \alpha_2}{\alpha_1} \quad (13)$$

$$ГКІ + ПФІ = \alpha_8 * \frac{1 - \alpha_2}{\alpha_1} * ВК \quad (14)$$

Статті пасиву бухгалтерського балансу представлені наступним чином:

$$ВК = \frac{1 - \alpha_1}{\alpha_1} * ВК \quad (15)$$

$$ДЗ = \frac{\alpha_2 - \alpha_1}{\alpha_1} * ВК \quad (16)$$

$$ПЗ = \frac{1-\alpha_2}{\alpha_1} * ВК \quad (17)$$

Співвідношення 10-17 при планованому прогнозному значенні власного капіталу та заданому значенні коефіцієнтів $\alpha_1 + \alpha_2 + \alpha_3 + \alpha_4 + \alpha_5 + \alpha_6 + \alpha_7 + \alpha_8$ визначають величини основних розділів та статей прогнозного звіту про фінансовий стан. Крім того, з аналізу 10-17 випливає, що існують взаємозалежності між значеннями окремих коефіцієнтів $\alpha_1 \ldots\ldots a_8$ зокрема, це прямі функціональні зв'язки:

$$\alpha_4 = \frac{\alpha 1 * \alpha_3}{1 + \alpha_1 * (\alpha_3 - 1)} \quad (18)$$

$$\alpha_5 = \frac{\alpha_1 * \alpha_3}{(\alpha_6 - \alpha_7) * (1 - \alpha_2)} \quad (3.19)$$

$$\alpha_7 = \alpha_6 - \frac{\alpha_1 * \alpha_3}{\alpha_5 * (1 - \alpha_2)} \quad (3.20)$$

При цьому обґрунтовуються зв'язки, які обмежують допустимі інтервали змін величин $\alpha_1 \ldots\ldots a_8$:

$$\alpha_3 \le \frac{\alpha_4}{\alpha_1}; \quad \alpha_3 \ge \alpha_1 \quad (21)$$

Даний факт регламентує вибір допустимих значень $\alpha_1 \ldots\ldots a_8$ на почасовому етапі вирішення зворотного завдання.

Зазначимо, що при фіксованих значеннях коефіцієнтів $\alpha_1 \ldots\ldots a_8$, збільшення або зменшення величини власного капіталу, яка була прийнята у якості вихідного прогнозованого параметру, призводить до пропорційної зміни статей прогнозованого бухгалтерського балансу.

Відповідно (10-21), які встановлюють явну залежність структури прогнозованого балансу від планованих показників фінансового стану, можуть бути використані у системі управління фінансово-економічною діяльністю підприємства. У цьому випадку управління впливом на складові активів та пасивів повинні забезпечити еволюцію поточного фінансового стану підприємства до прогнозованого рівня, який відповідає завданим значенням коефіцієнтів $\alpha_1 \ldots\ldots a_8$.

Вибір конкретних значень коефіцієнтів $\alpha_1 \ldots\ldots a_8$ залежить від багатьох факторів різного характеру, до яких можна віднести період виробничого та фінансового циклів, завдання оперативного управління, розроблених тактик, політик та стратегій, параметри поточного фінансового стану, конкурентні зміни у зовнішньому бізнес-середовищі підприємства тощо.

Висновки. Запропонований підхід може бути використаний на практиці для прогнозування комплексних показників фінансового стану, а також для отримання прогнозних рейтингових оцінок.

Список використаних джерел:

1. Адамова І. З., Романчук А. Л. Прогнозування фінансового стану підприємства: теоретичні та методичні аспекти. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Серія «Економічні науки».* 2012. Вип. 2. С. 340-347. ULR : http://chtei-knteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2012/v2/NV-2012-v2_56.pdf
2. Ефимова О. В. Финансовый анализ: современный инструментарий для принятия экономических решений : учебник. 5-е изд., испр. Москва : Омега-Л, 2014. 351 с.
3. Незамайкин В. Н., Юрзинова И. Л. Прогнозирование финансового состояния компании. *Вестник РГГУ.* 2014. № 3 (125). С. 47–58. URL : https://cyberleninka.ru/article/n/prognozirovanie-finansovogo-sostoyaniya-kompanii-1
4. Стоун Д., Хитчинг К. Бухгалтерский учет и финансовый анализ: Подготовительный курс / Пер. с англ. Огибина Ю. А. Москва : Бизнес информ, 1997. 289 с. URL : https://vse-ychebniki.ru/finansovyj-analiz-uchebnik/stoun-xitching-bu-finansovyj-analiz/
5. Ткаченко Д. Д. Финансовое планирование предприятий в условиях развития цифровизации экономики. *Дайджест-Финансы.* 2021. Т. 26, № 2. С. 126–147.
6. Тхагапсо М. Б., Кулигина В. В. Методы прогнозирования и оценки финансового состояния коммерческих предприятий. *Экономика и бизнес*. 2019. № 11-3 (57). С. 86–89. URL : https://cyberleninka.ru/article/n/metody-prognozirovaniya-i-otsenki-finansovogo-sostoyaniya-kommercheskih-predpriyatiy
7. Юнацький М. О. Огляд сучасних методів прогнозування фінансового стану підприємства. *Ефективна економіка.* 2018. № 4. URL : http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6232

СУЧАСНІ МЕТОДИ КАЛЬКУЛЮВАННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ У ЗАРУБІЖНИХ КРАЇНАХ

Гаврилюк К., 4 курс (ОС «бакалавр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Облік і оподаткування», спеціалізація «Облік і оподаткування»
Наук. кер. – Маначинська Ю. А.

Стаття присвячена розкриттю сутності сучасних методів калькулювання собівартості продукції у зарубіжних країнах, визначенню суттєвого впливу особливостей технологічного процесу на застосування того чи іншого методу калькулювання собівартості продукції.

The article is devoted to the disclosure of the essence modern methods calculating the cost of production in foreign countries, determining the significant impact of the technological process on the application of a method of calculating the cost of production.

Актуальність даної проблеми полягає в тому, що вивчення методів калькулювання собівартості продукції в зарубіжних країнах, їх порівняння з вітчизняними методами калькулювання дає можливість при узагальненні та оцінці діючих методів калькулювання собівартості продукції удосконалювати та ефективно організувати структуру методів калькулювання в Україні.

Метою статті є вивчення сутності сучасних методів калькулювання собівартості продукції у зарубіжних країнах та визначення впливу різноманітних чинників на застосування певного методу калькулювання собівартості продукції.

Об'єктом дослідження є раціонально організований управлінський облік витрат на виробництво, який формує інформацію про собівартість виробництва і реалізації.

Предметом дослідження є комплекс теоретичних, методичних й прикладних проблем з питань розкриття особливостей застосування методів калькулювання собівартості продукції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На проблеми організації та методики обліку витрат, а також їх інформаційне забезпечення в системі управління підприємством звертали та звертають увагу як вітчизняні, так і зарубіжні дослідники. Вітчизняні і зарубіжні методи і процеси обліку витрат досліджують такі науковці як І. Белова, Р. Бруханський, О. Гудима, С. Голов, К. Друрів, Л. Дороженко, О. Корольова, І. Лепетан, Є. Мних, І. Палюк, В. Сопко, Н. Тарасенко, Ю. Товстопят, І. Фаріон та інші. Разом з тим, у вітчизняних наукових дослідженнях немає єдності і цільності у підходах до класифікації обліку витрат. Наприклад, такий науковець як Сопко В. В. виділяє такі методи бухгалтерського обліку витрат процесу виробництва як однопередільний і багатопередільний, нормативний і ненормативний, безнапівфабрикатний і напівфабрикатний, [5] а такі науковці як Бруханський Р. Ф. та Скирпан О.П виділяють класифікацію, яка враховує технологічні і організаційні особливості процесу виробництва з орієнтацією на повноту відображення витрат в обліку [1]. Залежно від контролю за нормами витрат виділяють такі методи обліку:

1) повної і неповної собівартості;
2) нормативної і фактичної собівартості;
3) позамовний і попроцесний і т.д. [4].

Науковці Товстопят Ю., Чернишова Н. [6] виділяють такі методи обліку витрат: подетальний, за окремими виробами, за групами виробів, за замовленнями, за процесами, за виробницвами. В зарубіжних країнах використовують такі методи обліку витрат, як:

1) Директ – костинг ;
2) Стандарт – костинг ;
3) Метод АВС ;
4) Кайзен – костинг ;
5) Таргет – костинг;
6) Бенчмаркетинг.

1. *Директ-костинг* (від англ. *Direct c*osts – *прямі витрати*) – це система обліку прямих витрат. Розрахунок маржинального доходу дозволяє визначити, чи покриває він постійні витрати, які одразу відносимо на фінансовий результат. Як для виробничих, так і для торговельних підприємств у такій системі аналізу можна умовно об'єднати підходи до планування. Тому що ця система передбачає, що рішення приймаються, виходячи не з фактичної повної собівартості виготовленого товару, а з можливих угод з реалізації готової продукції. Для того, щоб відповідати вимогам ринку і підвищити свою економічну ефективність, виробничому підприємству потрібно досить чітко і правильно спланувати виробничу модель на основі системи [4]. Для цього необхідно зробити деякі розрахунки, а саме:

1. Визначити можливі межі випуску одиниці кожного виду продукції.

Для цього необхідно визначити попередні висновки щодо варіантів обсягу виробництва та ціни окремих продуктів. Для прийняття конкретних рішень потрібно визначити не лише можливі обсяги випуску продукції за видами, а й собівартість виробів для порівняння ресурсоємності з точки зору змінних матеріальних, трудових і тимчасових витрат.

2. Виділити прямі витрати на виробництво за видами.

До прямих витрат у собівартості продукції включаються такі статті собівартості продукції як «Основні сировина і матеріали», «Допоміжні сировина і матеріали», «Паливо і енергія для технологічних цілей за видами обладнання» та «ФОП виробничих працівників за видами посад» [3].

Для кожної статті ми визначаємо призначення деталізації для прийняття управлінських ріщень з метою здешевлення виробництва. Частіше всього частина прямих виробничих витрат не потрапляє у калькуляцію першого рівня до того часу, поки не буде проведено детальний аналіз витрат, які залишилися.

Усі витрати, що пов'язані безпосередньо з одиницею окремого виду продукції, мають включатися до його прямої собівартості. Але, як показує практика, залишається багато витрат змішаного типу, які досить важко розрахувати на одиницю продукції. Наприклад, під час виготовлення певних видів продукції обладнання зношується більше. А це вимагає, насамперед, регулярного профілактичного або капітального ремонту або взагалі заміни обладнання. Тому навіть найскрупульозніший облік прямих витрат не може виключати певні відхилення від реального стану справ [6].

3. Визначити рівень постійних витрат виробництва .

Постійні витрати підприємства поділяємо за такими групами статей витрат як: «Оренда на утримання виробничих площ», «Управління виробництвом», «Амортизація обладнання», «Фінансові витрати". І для кожної статті визначаємо призначення деталізації для прийняття управлінських ріщень з метою здешевлення виробництва [5].

Для проведення аналізу перспектив виробництва в системі директ-костингу не вистачає інформації про коефіцієнт маржинального доходу (Кмд). Його розрахуємо за кожним видом продукції. Для розрахунку використовуємо формулу:

$$Кмд = (В\ відп.\ од. - В\ пв) \div В\ відп.\ од. - В\ зб.\ відн., (1)$$

де, *В відп. од.* – відпускна ціна одиниці реалізованої продукції;

В пв. – собівартість прямих витрат;

В зб.відн. **–** відносні витрати на збут [5].

4. Визначаємо питому вагу відносних витрат на збут у структурі прямого маржинального доходу. Для визначення питомої ваги, витрати на збут розподіляються за елементами, а елементи, в свою чергу , за статтями. Для кожної статті розраховується питома вага. Визначивши чотири вищевказаних кроки, виробниче підприємство зможе:

- оцінити свої можливості з точки зору збільшення обсягів випуску продукції;
- знизити виробничі витрати на одиницю випуску продукції;
- визначити рівень витрат на збут;
- оцінити постійне утримання виробництва [7].

2. *Стандарт-кост* — це заздалегідь визначені або передбачені кошториси витрат на виробництво одного виробу або декількох виробів одного виду протягом певного звітного і попереднього періоду, з якими порівнюють фактичну собівартість.

«Стандарт **–** кост» базується на нормуванні витрат до початку виробничого процесу за статтями витрат:

- основні матеріали;
- заробітна плата виробничого персоналу;
- виробничі накладні витрати;
- комерційні витрати [4].

Підприємства, які використовують систему «стандарт-кост**»** ведуть облік відхилень фактичних витрат від стандартних норм, зазвичай, на таких рахунках як: відхилення по витратам матеріалів, заробітної плати, накладних витрат, відхилення від стандартної комерційної собівартості [8].

3. *АВС-калькулювання* – це метод калькулювання, що передбачає спочатку групування накладних витрат за основними видами діяльності, а потім розподіл їх між видами продукції, виходячи з того, які види діяльності потрібні для виготовлення цієї продукції.

Метод АВС має багато переваг у відмінності від інших традиційних методів калькулювання. Завдяки своїм перевагам метод інтенсивно розширює свої теоретичні аспекти, а також широко використовується на практиці. Метод АВС – це метод, який являє собою технологію, що виходить за рамки простого обліку

витрат і перетворюється на ефективну технологію управління витратами, саме тому він дає змогу інакше поглянути на облік витрат і управління ними [4].

Проте однією з найважливіших причин недостатньо швидкого впровадження АВС-методу є старі традиції у сфері бухгалтерського обліку, від яких не просто відмовитися. Фахівці з управлінського обліку, які використовують традиційні методи обліку витрат, часто вважають, що якщо підприємство приносить дохід, то не потрібно нічого змінювати, не усвідомлюючи, що можна управляти підприємством ефективніше і отримувати більший дохід. Отже, впровадження системи АВС в практику роботи вітчизняних підприємств забезпечить достовірне обчислення собівартості конкретних виробів, що значно підвищить об'єктивність оцінки рентабельності продукції [2].

4. *Кайзен-костинг (Kaizen costing)* - це система управління витратами, яка підтримує стратегію оптимізації витрат та направлена на підвищення ефективності виробничих процесів, а також приводить до запланованих результатів. Цей метод, зазвичай, використовується в японській моделі стратегічного управління витратами. Основною його метою є досягнення цільової собівартості на етапі його виготовлення, а головною задачею - ліквідація різниці між фактичною і цільовою собівартістю шляхом залучення всього персоналу компанії [2]. Поняття «кайзен-костинг» означає забезпечення потрібного рівня собівартості продукту і пошук певних можливостей зниження витрат до деякого цільового рівня. Вважається, що справне використання принципів кайзен-костинг дозволяє досить відчутно знижувати витрати на стадії виробництва – до 5% [3].

5. *Таргет-костинг* **–** це управління витратами за цільовою собівартістю. Основне завдання, яке вирішує цей метод – це модифікація методології обліку витрат і калькулювання собівартості нових (інноваційних) продуктів. Таргет-костинг передбачає розрахунок собівартості виробу, виходячи з попередньо встановленої ціни реалізації, яка фактично є очікуваною ринковою ціною продукту або послуги. Використання концепції цього методу не настільки складне, щоб стати неможливим для українських підприємств, але є певні перешкоди за яких система таргет – костингу може бути провальною, а саме : для ефективного впровадження цього методу у вітчизняні організації потрібно, в першу чергу, створити цілісну і налагоджену систему управлінського обліку, а через часту розбалансованість внутрішнього механізму та відсутність системи інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень ця система не зможе мати місце у вітчизняних організаціях.

6. *Бенчмаркінг* - це один з нових методів управління витратами. Він являє собою спосіб оцінки стратегій і цілей роботи організації порівняно з успішними підприємницькими організаціями для визначення свого місця на конкретному ринку. Основними перевагами цього методу є відсутність потреби у винаході власних способів зменшення витрат і вдосконалення процесів у діяльності підприємства, тому що це вже зроблено лідером ринку або підприємством, взятим за зразок; можливість комбінування різних методів, що забезпечили успіх у зменшенні витрат іншим підприємствам. У практиці вітчизняних промислових підприємств для забезпечення ефективності бенчмаркинг майже не використовується. Це пов'язано, з одного боку, із слабкістю методологічної бази, яка вже існує, і відсутністю методичних рекомендацій для його застосуванню на практиці, з іншого боку, з практичними проблемами, що виникають при його використанні в діяльності українського бізнесу. У зв'язку з цим, виникає потреба у створенні методичних положень використання бенчмаркинга в управлінні ефективністю підприємства і рішенні практичних проблем, що перешкоджають його розвитку у вітчизняній промисловості [6].

Висновки. У вітчизняній практиці використовується досить багато методів калькулювання собівартості продукції. І хоча кожен з них має свою індивідуальну структуру, свій підхід до розподілу витрат за певними елементами, але у кожному методі зберігається головна суть – це забезпечувати управлінців інформацією такого виду, яка б дозволила контролювати витрати та сприяти їх скороченню.

Розглянуті зарубіжні методи обліку витрат доцільно впроваджувати в Україну, тому що вони є досить прогресивними та ефективними у їх використанні. Хоча, через не зовсім досконалу систему управління витратами в Україні, є певні методи, які не зможуть вільно функціонувати у вітчизняних організаціях. Тому лише системний підхід до вивчення найкращих аспектів організації бухгалтерського обліку в зарубіжних країнах для практичного їх впровадження в Україні дасть змогу забезпечити ефективне управління підприємством. Для цього потрібно добре знати особливості бухгалтерського обліку в економічно розвинутих країнах з метою дальшого удосконалення його у вітчизняній практиці. А також обирати ефективні методи, звертаючи увагу не на максимальну кількість переваг, а на мінімальну кількість недоліків [6].

Згідно з Методичними рекомендаціями бухгалтерського обліку, розробленими відповідно до міжнародних стандартів бухгалтерського обліку , на вітчизняних підприємствах доречно використовувати систему, яка відкриває нові можливості для вдосконалення обліку і аналізу витрат – «директ-костинг» та систему «стандрт-кост» [2]. Також, для сучасних підприємств, дуже важливим є завдання здешевлення продукції на основі запровадження нових прогресивних технологій, тому доцільно використовувати елементи системи таргет-костинг (в інноваційних галузях з коротким життєвим циклом продуктів) і

системи кайзен-костинг (в традиційних галузях, продукція яких характеризується довготривалим життєвим циклом). На застосування того чи іншого методу обліку витрат суттєвий вплив мають особливості технологічного процесу. Разом з тим, застосування найпередовіших методів обліку не дасть бажаних результатів, якщо в їх скороченні не будуть зацікавлені всі виконавці, що приймають участь у виробничому процесі.

Список використаних джерел:

1. Бруханський Р.Ф., Скирпан О. П. Бухгалтерський облік. Тернопіль : ТНЕУ, 2014. 444 с.
2. Воронова Е.Ю. Управлінський облік на підприємстві : навч.посібник. / Е.Ю. Воронова, Г.В. Улина. М. : ТК Велби, В-во Проспект, 2006. 248с.
3. Kaizen Costing and Value Analysis // IFS White Paper, Oktober 2001. PP. 4-11.
4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати»: Затв. Наказом МФУ від 30.11.2001 № 559. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00#Text (дата звернення 05.11.2021).
5. Сопко В., Гуцайлюк З., Щирба М., Бенько М. Бухгалтерський облік: навч. посібник. Тернопіль : Астон, 2005. 496 с.
6. Товстопят Ю., Чернишова Н. Методи обліку витрат виробництва та калькулювання собівартості продукції. *Податковий кодекс.* 2014. № 22.
7. Прендзевська О. Директ-костинг: опановуємо разом. URL: https://uteka.ua/ua/publication/commerce-12-biznes-dosvid-46-direkt-kostingopanovuyemo-razomhttps://uteka.ua/ua/publication/commerce-12-biznes-dosvid-46-direkt-kostingopanovuyemo (дата звернення 05.11.2021).
8. Волобуєва Ю.В. Особливості систем калькулювання «стандарт-кост», «директ-костинг і нормативного методу». URL: http://www.spilnota.net.ua/ua/article/id-3237/ (дата звернення 05.11.2021).

ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ ТА СПЕЦИФІКА ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НА ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Годунов І., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Облік і оподаткування», спеціалізація «Облік і оподаткування»
Наук. кер. – Маначинська Ю. А.

У статті розкрито економічний зміст та специфіку формування фінансових результатів на торговельних підприємствах. Досліджено комплекс ключових факторів, що чинять безпосередній вплив на фінансові результати в секторі торгівлі.

The article reveals the economic content and specificity of the formation of financial results at trade enterprises. A set of key factors that have a direct impact on financial results in the trade sector are investigated in the article.

Актуальність даної теми полягає в тому, що торговельні суб'єкти, навіть за умов гіперінфляції на вітчизняному ринку, намагаються різними дієвими способами забезпечити бажане позитивний рівень фінансових результатів господарювання, оскільки від рівня останнього обумовлюється їх загальна платоспроможність в ході основних операцій. Саме він слугує індикатором кінцевої результативності, прибутковості, розвитку суб'єкта ринку та стабільному утриманню долі ринку в якій функціонує. У зв'язку із цим постійний моніторинг такої важливої категорії, за кризових тенденцій вітчизняної економіки, як фінансові результати, її взаємозв'язку та взаємообумовленості із низкою інших індикаторів потенціалу зростання, виступає першоосновою для подолання негативних проявів погіршення ефективності торгівлі.

В епоху інституційних перетворень з переважаючим акцентом на інноваційні аспекти розвитку всіх секторів бізнес середовища, в тому числі й діяльності торговельних суб'єктів, на перший план виходить формування якісної обліково-аналітичної основи при формуванні фінансових результатів від їх господарської діяльності. Оскільки підвищення кінцевих результатів фінансово-господарської діяльності виступає в якості основи ефективності функціонування, тому детальний розгляд даних аспектів виступає об'єктивно необхідним питанням.

Метою статті є обґрунтування необхідності детального та всебічного дослідження економічного змісту формування фінансових результатів на торговельних підприємствах.

Об'єктом дослідження є процес формування фінансових результатів діяльності на вітчизняних підприємствах торгівлі.

Предметом дослідження є комплекс теоретичних, методичних й прикладних проблем з питань розкриття економічного змісту фінансових результатів діяльності торговельного підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Низка проблем щодо розкриття особливостей формування фінансових результатів та торговельних підприємствах розглядається у працях як вітчизняних, так і зарубіжних вчених-економістів. Зокрема праці таких вчених, як С.М. Бурлака [1], Т.В. Губкевич, Л.В. Гуцаленко, Г.М. Давидов, Н.І. Дорош, В.О. Іваненко, В.В. Кірсанова, І.В. Ксьонжик, А.Д. Ларіонов, Т.І. Лункіна, Т.В. Машошина, З.Р. Мандражи [2], О.В. Мурашко, Т.М. Одівцова, О.П. Остапенко, О.О. Осадча, О.В. Овсічук, А.М. Панченко, І.А. Петренко, Н.В. Потриваєва, О.Ю. Редько,

А.Ю. Рогов, Н.О. Селезньова, Л.С. Стасюк, Л.Л. Тягнирядно, Т.Р. Фецович, Т.М. Чернявська [3], Л.І. Чернишова та інші. Та навіть віддаючи належне місце напрацюванням вчених всерівно ціла низка моментів та актуальних питань залишається поза увагою, саме в рамках обраної тематику, у зв'язку із цим численні задачі стосовно якісної оцінки досягнення бажаних фінансових результатів із взяттям до увагу особливості торговельного сектору задля розробки ґрунтовних та раціональних пропозицій рекомендаційного характеру. Першочергово останні повинні стосуватися не лише змісту ключового поняття але й хоча б поверхнево торкатися аспектів їх формування на основі поглибленої системи аналітичного обліку із врахуванням змін чинного правового оточення.

Результат досліджень. При зміні підходів до традиційних управлінських концепцій в міру розвитку партнерства в рамках не лише внутрішніх взаємозв'язків, але й міжнародного співробітництва на довготривалій основі, роль кінцевих фінансово-економічних результатів будь-якого суб'єкта ринку в досягненні кінцевої мети його господарювання важко переоцінити. Тобто їх позитивний рівень, що знаходить форму виразу через показник одержаного прибутку виступає в якості основоположного поняття при оцінці благополуччя торговельного суб'єкта ринку. Саме за рахунок прибутку утворюється певна економічна безпека торговельного підприємства, за рахунок гарантійного страхування майбутньої діяльності на ринку, на базі формування резервів для подолання можливих труднощів зі збутом.

Ефект від діяльності в середовищі ринкової кон'юнктури, що склалася, першочергово визначається системою показників рентабельності, що також тісно пов'язані із категорією прибутку торгового суб'єкта. Адже в міру приросту даного показника зростає й загальний рівень привабливості торговельного підприємства для інвесторів, кредиторів та постачальників капіталу, як із внутрішнього так і зовнішнього середовища. Все в свою чергу забезпечує залучення потрібної суми фінансових ресурсів, зокрема й в готівкові формі, що потрібні торговому суб'єкту для подальшого функціонування в умовах інституціональних змін.

За рахунок того, що такі показники, як рентабельність та сума одержаного прибутку знаходяться у прямо пропорційній залежності, то зрозуміло, що приріст першого можливий лише в силу зростання фінансових результатів діяльності торговельного суб'єкта. Для більш детальнішого розкриття значення та змістового наповнення ключової категорії фінансових результатів, варто порівняти, тобто здійснити співставлення підходів до їх визначення серед низки численних напрацювань на науковій ниві.

Спробуємо узагальнити існуючі у сучасній вітчизняній практиці підходи вчених-економістів, на підставі їх порівняння, задля більш детальнішого пізнання до важливої категорії всіх століть й XXI століття не є винятком, як фінансові результати. Так, В.М. Гриньков, В.О. Коюда [4] досить поглиблено із врахуванням аспектів фінансування торговельних суб'єктів ринку досліджували формування їх величини під дією утворюючих факторів. Серед яких вчені звертали увагу на традиційний їх розподіл на зовнішні та внутрішні, при цьому в склад перших вони відносили саме спектр дії інституціонального середовища, що включає низку соціально-економічних, зовнішньо-економічних й природничих зв'язків, а також безпосередньо цінової політики щодо покупних товарів. До категорії внутрішнього факторного середовища дії, а саме функціонування торговельного суб'єкта, то до його складових слід відносити: вартісний обсяг продажу; рівень собівартості товарів; структуру товарообороту; цінову варіацію та інші [4].

Водночас у працях А.С. Філімоненкова [5], знаходимо саме економічну сторону висвітлення змісту даної категорії, а саме ототожнення її з кінцевим підсумком діяльності, що має грошову форму, тим самим автор навмисно зосереджується саме на фінансовому аспекті утворення результатів.

Також, хотілося б не оминути увагою й праці Р.А. Слав'юка [6], оскільки в них досить помітним є те, що вчений відмічає досить вагому значущість об'єктивного групування затрат, й відповідно доходів згідно вітчизняного законодавчого простору, в тому числі й податкового середовища.

Торговельний суб'єкт одержує прибуток од продажу товарів – гуртової або роздрібної реалізації посередникам або ж кінцевим споживачам, од його рівня залежать майбутній потенціал розширеного відтворення, й одночасно ресурсної основи для самофінансування основної діяльності підприємств й формування рівня соціальної захищеності їх персоналу [6, с.24]. Для торгових підприємств прибуток виступає у якості узагальненого показника фінансового результату, який характеризує загальний рівень ефекту од здійснення торгівлі товарами, за її видами. Саме безпосереднє його одержання обумовлюється тим, що чисті доходи від реалізації товарів перевищують всі витрати обігу, що пов'язані із процесом здійснення торгівлі у відповідному просторовому та часовому інтервалі [6, с.26].

Варто відмітити, що діяльність торговельних суб'єктів досить суттєво обумовлюється дією різноманітного спектру взаємопов'язаних чинників, відповідно даний вплив маже мати, як бажані – позитивні, так і негативних факторів, прослідувати за яких розмежування дає змогу рис. 1.

Серед внутрішніх чинників, що знаходяться в залежності од діяльності торговельного підприємства варто таж виокремлювати: загальний рівень продуктивності праці продавців, собівартість товарів, якісний рівень обслуговування, щодо системи зовнішнього середовища дії, то з рис. 1. помітним є першочергове

превалювання такого показника, як обсяг продажу товарів, інфляційні процеси в державі; варіативну зміну стадій економічного зростання торговельного сектору та інші.

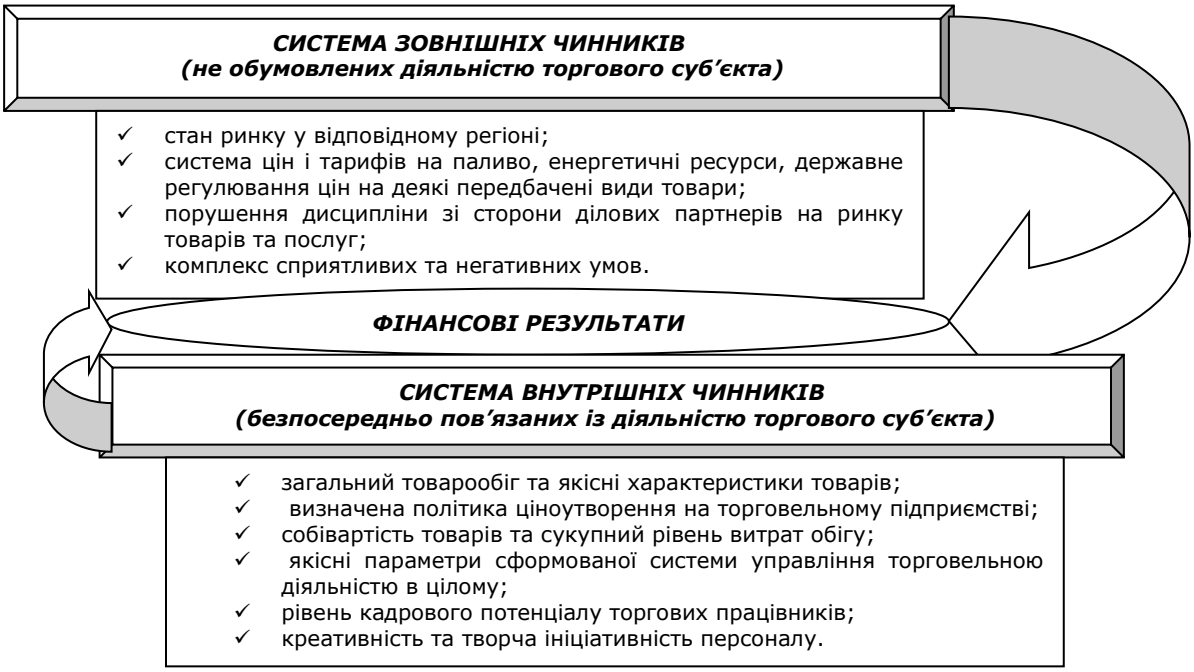

Рис. 1. Комплекс ключових факторів, що чинять безпосередній вплив на фінансові результати торгового суб'єкта

Показник фінансового результату торгового суб'єкта обов'язково охоплює весь спектр його господарської діяльності, тобто за її видами, безпосередньо з акцентом на основну операційну, проте в силу проявів економічної нестабільності переважна більшість досліджуваних суб'єктів ринку акцент здійснює саме на іншу операційну.

Задля максимізації фінансових результатів діяльності в секторі торгівлі варто всебічно сприяти зростанню рівню товарообігу; кардинально змінити систему фінансових потоків та взаєморозрахунків, з ціллю сприяння відкритості торгівлі, а також стимулювання ринкових партерів в напрямі збільшення доходів й відповідно суттєвого скорочення затратної складової в ході товарообігу [6, с.27].

Фінансовий результат, як ключове поняття дослідження у позитивній формі вираження, тобто прибутку, за ринкових умов, класифікується за різними ознаками, які слід розкрити більш детально (рис. 2).

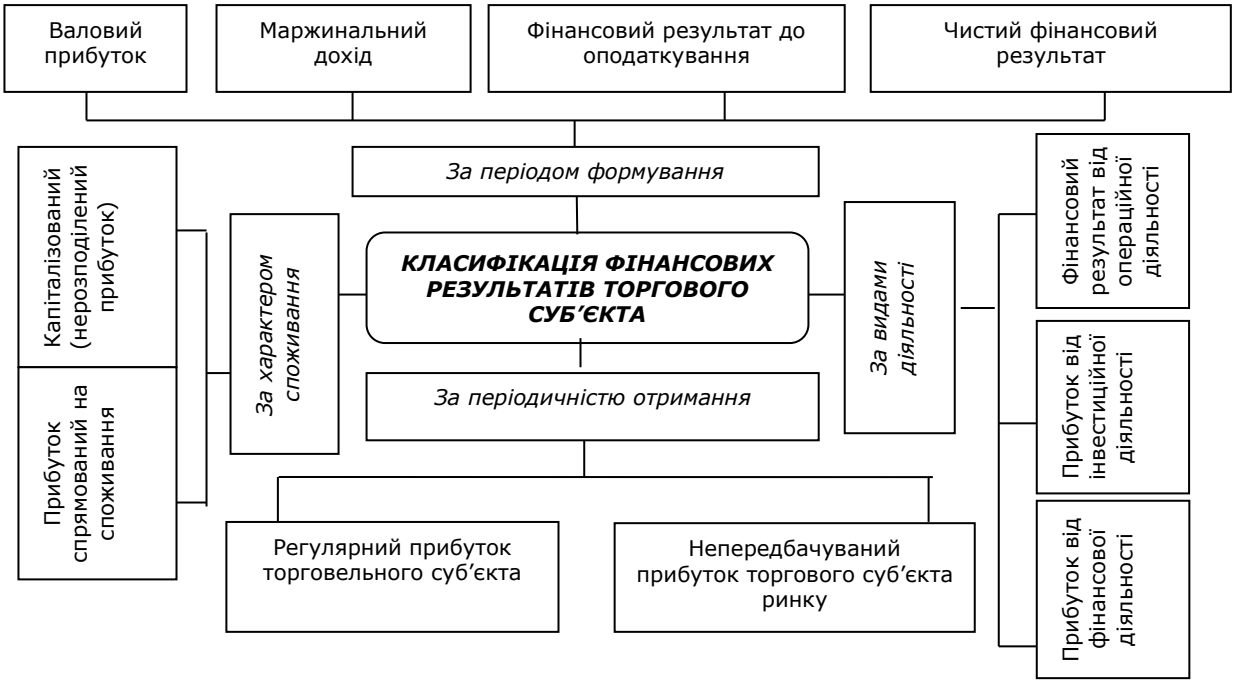

Рис. 2. Схематична класифікаційна характеристика фінансових результатів суб'єкта торговельної сфери економіки

Висновки. Загалом, якщо підбити підсумки здійсненої полеміки в ході розкриття економічної природи категорії «фінансові результати», варто відмітити, що аспекти її походження постійно вивчаються науковцями з різних галузей науки, і досить значний доробок стосується саме торговельного циклу. Зміт фінансових результатів з точки зору економічного трактування формується поетапно в ході здійснення торговельного процесу суб'єкта ринку, у тому числі із врахуванням інших видів діяльності, та першпочатково набуває форм чистого доходу або ж прибутку, що торговельне підприємство залишає на розпорядження у власних цілях. Тобто на який спектр дій не була б спрямована діяльність суб'єкта, все рівно основна мета спрямована на отримання необхідної суми прибутку, проте напрями його споживання в ході торговленої діяльності все рівно будуть визначатися управлінцями керівної ланки [4]. В загальному категорія фінансових результатів виступає в якості ключової в силу сформований умов виживання торговельних суб'єктів, які постійно диктуються умовами гіперінфляції та відсутністю належного рівня платоспроможного попиту населення країни.

Список використаних джерел:

1. Бурлака С.М. Особливості визначення фінансових результатів діяльності підприємств // Управління розвитком. 2020. № 15. С. 91 – 94.
2. Мандражи З. Р., Лошакова Є.В. Використання комп'ютерних технологій в удосконаленні аналізу доходів і фінансових результатів діяльності підприємств // Вісник ЖДТУ. 2021. № 1. С. 133-136
3. Чернявська О. В., Горбунова О.А. Інформаційне забезпечення управління фінансовими результатами торговельного підприємства // Вісник Маріупольського державного університету. Сер. : Економіка. 2019. Вип. 2. С. 107-114.
4. Гринькова В.М., Коюда В.О. Фінанси підприємств : навч. посіб. К. : Знання. Прес 2018. 424с.
5. Филимоненков А. С. Фінанси підприємств : навч. посіб.2-ге вид., переробл. і допов. К. : МАУП, 2019. 328 с.
6. Слав'юк Р. А. Фінанси підприємств : навч. посіб. вид. 2-ге, доповн. і переробл. Луцьк : Ред.- вид. відд. «Вежа» Волин. держ. ун-ту ім. Лесі Українки, 2018. 456 с.

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ДОХОДІВ В ТОРГІВЛІ

Донцов К., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Облік і оподаткування», спеціалізація «Облік і оподаткування»
Наук. кер. – Маначинська Ю. А.

У статті розкрито особливості організації бухгалтерського обліку доходів на торговельних підприємствах. Досліджено особливості моделі функціонально секторної організаційної структури бухгалтерської служби на торговельному підприємстві та узагальнення інформації про доходи від реалізації в облікових регістрах та звітності.

The article reveals the peculiarities of the organization of accounting of revenues at trade enterprises. The features of the model of the functionally sectoral organizational structure of the accounting service at a trading enterprise and generalization of information on income from sales in accounting regiments and reporting are investigated in the article.

Актуальність даної теми полягає в тому, що для торговельного сектору спонукальним мотивом для поступального зростання є потужне фінансове забезпечення такого процесу. В сучасних умовах керування бізнесом фінансова діяльність торговельного підприємства поєднує такі складові, як планування джерел фінансування та пріоритетних напрямів використання ресурсного потенціалу; сприяння збереженню належного рівня ліквідності з відповідною аналітичною оцінкою звітних форм; аудиту за формуванням фінансового забезпечення управління та його раціональним розподілом й споживанням в цілому. Проте найбільш вагомою фінансовою складовою діяльності підприємств сектору торгівлі, поміж обрання ефективної форми розрахункової дисципліни, оптимізації запозичень коштів, виступає раціональна організація обліку.

Саме доходи виступають досить важливою категорією в системі ринкових відносин. Важливим фундаментом діяльності будь-якого суб'єкта господарювання, у тому числі й торговельного є отримання необхідного рівня доходів. Лише за сприяння ефективної системи бухгалтерського обліку безперервно забезпечується формування інформаційного ґрунту про доходи торговельного підприємства.

Метою статті є обґрунтування необхідності детального та всебічного дослідження особливостей організації бухгалтерського обліку доходів від реалізації товарів на торговельному підприємстві.

Об'єктом дослідження є процес організації бухгалтерського обліку доходів від реалізації на торговельних підприємствах.

Предметом дослідження є комплекс теоретичних, методичних й прикладних проблем з питань розкриття особливостей організації бухгалтерського обліку доходів на торговельних підприємствах.

Дослідженням проблемних аспектів бухгалтерського обліку доходів на торговельних підприємствах присвячені праці, як вітчизняних, так зарубіжних науковців, зокрема: Н.Г. Бєлова, Ф.Ф. Бутинця, М.А. Вахрушена, В.Г. Гетьмана, В.В. Говді, А.А. Голованова, С.Ф. Голова, Г.С. Кличова, Є.І. Костюкова, Д.А. Ларинова, Б.Г. Маслова, В.Б. Моссаковського, В.Ф. Палія, Г.В. Постнікова, М.С. Пушкаря, Ю.І. Сігідова, Я.В. Соколова, В.В. Сопко, Л.В. Сотнікова, Б.Н. Хосієва, Л.І. Хоружного, А.Д. Шеремєта та інших. Проте низка аспектів щодо трактування змісту доходів, організації та методики їх обліку, процедури їх формування й розподілу в ході здійснення фінансово-господарської діяльності дає змогу стверджувати, про недостатність дослідження даних питань, та наявність низки проблемних аспектів. В силу чого, вважаємо за доцільне продовжити дослідження даної категорії, як з економічної точки зору, так і зі сторони аспектів обліково-аналітичних процедур. Все відповідно визначає актуальність даного дослідження та важливе значення при керуванні основною діяльністю торговельного підприємства.

Результат досліджень. Першочерговим принципом раціональної організації обліку в оптовій торгівлі є звітність МВО у передбачені заздалегідь, визначені строки, а також ефективна організація аналітичного обліку ТМЦ в бухгалтерській службі в розрізі місць їх безпосереднього збереження.

Нормативним ґрунтом організації бухгалтерського обліку доходів виступає НП(с)БО 15 «Дохід», затверджене Наказом Міністерства Фінансів України №290 від 29.11.1999р. (зі змінами від 27.06.2013р. №627) [1], а також Наказ про облікову політику. Саме у відповідності до даного Наказу, обліковий процес на торговельному приватному підприємстві організовано за журнально-ордерною формою бухгалтерського обліку.

НП(С)БО 15 «Дохід» [1] передбачено основні умови, у відповідності до яких досліджуване приватне підприємство повинне здійснювати визнання доходів від гуртового продажу товарної маси в розрізі асортименту:

- у майбутньому очікується зростання економічних вигід;
- їх оцінку можна об'єктивно обчислити.

При цьому, під збільшенням економічних вигід мається на увазі зростання сукупної вартості активів чи скорочення вартості зобов'язань суб'єкта господарювання у відповідному періоді.

Продаж товарів оптом організовується на основі укладення договорів, переважна більшість із них у безготівковій формі, тому за таких взаємовідносин оформляються такими документами, як накладні, рахунки-фактури, ТТН (товарно-транспортні накладні).

Належний рівень організації обліку доходів на торговельному підприємстві забезпечує власний структурний підрозділ – служба бухгалтерського обліку, який має функціонально-секторну структуру, схема організації будови якої представлено на рис. 1.

Слід зазначити, що характер передачі розпоряджень за функціонально-секторної структури на торговельному підприємстві обумовлюється ієрархічністю побудови облікового апарату, під керівництвом головного бухгалтера.

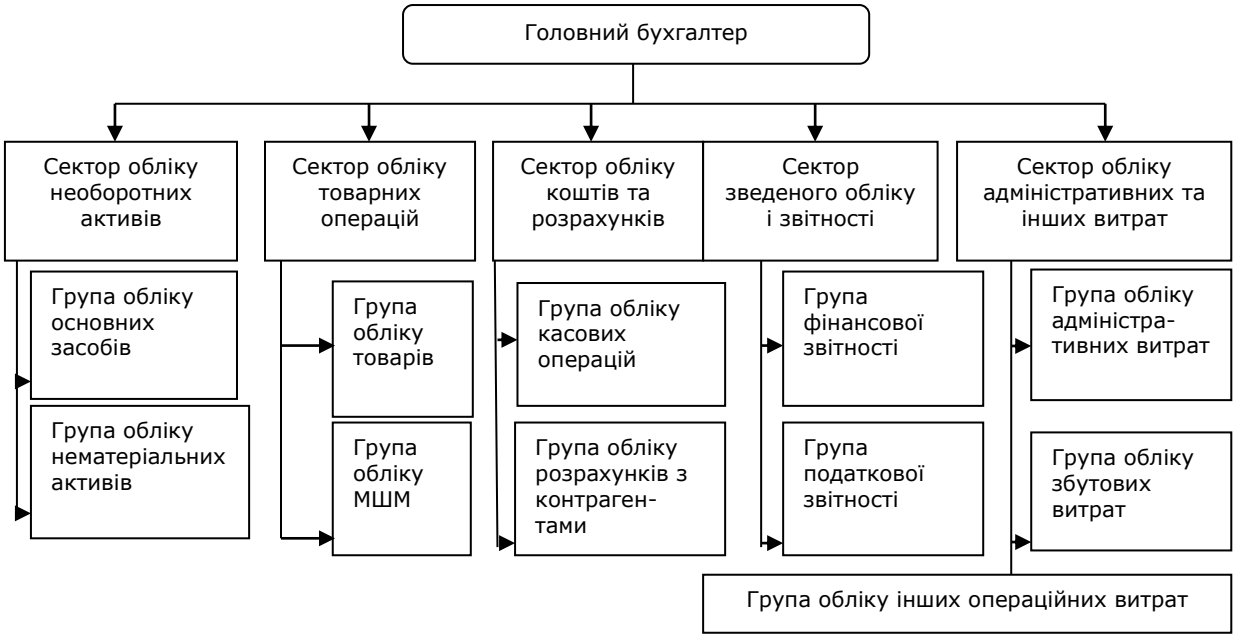

Рис. 1. Модель функціонально-секторної організаційної структури бухгалтерської служби на торговельному підприємстві

З рис. 1 бачимо, що утворення секторів та груп бухгалтерського обліку здійснюється за принципом спеціалізації облікових робіт в розрізі ключових об'єктів облікового відображення, при цьому ділянка обліку доходів акумульована в секторі обліку коштів та розрахунків.

Торговельне підприємство в ході здійснення операційної діяльності отримує наступні види доходів, а саме: доходи від реалізації товарів та інші операційні доходи. При опрацювання спеціальної вітчизняної літератури було виявлено низку проблемних аспектів при здійсненні організації обліку доходів за сучасних умов господарювання, це першочергово стосується наукових публікацій А.Н. Губіна [2], С.Р. Добриніна [3], зокрема вчені пропонують низку удосконалень організації даної ділянки облікового процесу, що в узагальненій формі подані в додатку Д.1.

У відповідності до п.5 НП(с)БО 15 «Дохід» [1] доходи визнаються в ході збільшення вартості активів (або ж скорочення вартості зобов'язань), що в комплексі забезпечує приріст власного капіталу. При цьому, за умов такого зростання (чи скорочення), до уваги не береться збільшення капіталу, коли він поповнюється за рахунок внесків його засновників. Окрім того, в обов'язковому порядку оцінка доходів повинна бути здійснена ретельно та об'єктивно.

Підприємства застосовують низку визначених вищезгаданим Положенням (стандартом) критеріїв при здійсненні процедури визнання доходів окремо по відношенню до кожної операції в ході торговельного циклу. Окрім того, п.6.1 – п.6.8 НП(с)БО 15 «Дохід» [1] визначено спектр надходжень він інших осіб, що не визнаються доходами.

п.8 НП(с)БО 15 «Дохід» [1] передбачено, що дохід (виручку) від реалізації товарів на торговельному підприємстві слід визнавати, лише при виконанні цілої системи ключових умов:

- гуртовим покупцям товарів передається спектр ризик та вигід, що першочергово обумовлено правонаступництвом на цінності;
- підприємство не контролює в подальшому реалізовані гуртом товарно-матеріальні цінності, тобто втрачає на них право;
- сукупну суму доходу від гуртової реалізації товарів підприємства можна об'єктивно та достовірно оцінити в цілому;
- існує впевненість у тій обставині, при якій в майбутньому в результаті здійснення господарської діяльності підприємством можна буде досягти збільшенню економічних вигод;
- витрати, які мають пряме відношення, до вищезазначеної операції, можна об'єктивно оцінити в комплексі.

Важливим при забезпеченні належного рівня організації доходів на підприємстві виступає суворе дотримання принципу нарахування та відповідності, який визначений ст. 4 Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16 липня 1999р. № 996- XIV [4].

Даний принцип передбачає, що на торговельному підприємстві при формуванні фінансового результату за завітний рік порівнюють доходи звітного року із витратами, які досліджуване приватне підприємство понесло задля отримання цих доходів в ході торговельного циклу. Окрім того, як доходи, так і витрати підприємство відображає в обліку та звітності тільки у момент їх появи, тобто до уваги не беруться конкретні дати поступлення чи сплати коштів у готівковій чи безготівковій формі перерахувань.

У наукових напрацюваннях вітчизняних вчених, зокрема Т.Є. Кучеренка [5], досить детально обґрунтовано методологічні особливості принципу відповідності доходів і затрат у відповідності до Національних стандартів обліку та його практичного прояву у формах фінансової звітності суб'єкта. Вчений зазначає, що значимість даного принципу полягає у їх визначенні у звітності та економічному обґрунтуванні сум доходів і затрат, що безпосередньо формують фінансові результати звітного періоду. При цьому забезпечується природній та органічній зв'язок між видами діяльності суб'єкта ринку, тобто: операційною, фінансовою та інвестиційною [5].

Коли підприємство функціонує у сфері оптової торгівлі, тобто товари реалізує за цінами закупівлі ($Ц_{зак}$), що містить такі складові: ціни придбання (або так званої відпускної ціни, або ж ціни закупівлі іншого суб'єкта господарювання), без ПДВ ($Цзак.без\ ПДВ$), без постачальницько-збутової надбавки (оптової), ($Сн.сб.$), та ПДВ, що включений до ціни в гуртовій ланці торгівлі ($ПДВ_{опт}$):

$$Ц_{зак} = Цзак.без\ ПДВ + Сн.сб. + ПДВ_{опт}, \quad (2.1)$$

Отже, оптові ціни на торговельному підприємстві, це ціни, за якими досліджуване підприємство реалізує та закуповує продовольчі та непродовольчі товари (у інших суб'єктів здійснення торговельної діяльності).

п.7 НП(с)БО 15 «Дохід» [1] передбачено основні групи, за якими доходи класифікуються у бухгалтерському обліку, а саме: дохід та чистий дохід від реалізації товарів; інші операційні доходи;

фінансові доходи та інші доходи, проте оскільки підприємство акцент здійснює тільки на основну операційну діяльність, то останніх трьох із перелічених видів доходів підприємство не отримує. Тобто приватне підприємство займається лише операційною та іншою операційною діяльністю на ринку м. Чернівці та Чернівецької обл.

У відповідності до Інструкції про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, що затверджена Наказом МФУ від 30 листопада 1999 р. № 291 (зі змінами від 18 червня 2015р. № 573) [6] на торговельному підприємстві для узагальнення інформації про доходи використовуються рахунки Класу 7. «Доходи і результати діяльності».

Кожен вид доходів торговельне підприємство відображає на окремому субрахунку до рахунку 70 «Доходи від реалізації» в розрізі кожного виду діяльності, який підлягає ліцензуванню, а саме 702 «Дохід від реалізації товарів», щодо іншої операційної діяльності, то Інструкцією для цього передбачено рахунок 71 «Інший операційний дохід». Дані рахунки бухгалтерського обліку відносяться до тимчасових, тобто вони на кінець звітного періоду не містять залишку, оскільки закриваються на рахунок визначення фінансового результату звітного періоду одночасно із паралельним списанням затрат, що були понесені торговельним підприємством для одержання зазначених доходів.

Узагальнення даних про доходи одержані торговельним підприємством при журнально-ордерній формі здійснюється у Журналі №6 (70, 71), при цьому у Відомості 6.1 більш деталізовано накопичуються дані в розрізі окремих складових отриманих доходів. Загальні підбиті підсумки згідно записів у Журналі №6, після підписання головним бухгалтером досліджуваного приватного підприємства, заносяться в Головну книгу, у розрізі відкритих рахунків для обліку доходів, а саме 70 «Доходи від реалізації» та 71 «Інший операційний дохід», що потім знаходить відображення у Звіті про сукупний дохід.

Висновки. Використання усіх показників, які складають вагомий інтерес на ділянці аналізу фінансових результатів, що формуються із зовнішніх та внутрішніх джерел, дає змогу створити на аграрному підприємстві цілеспрямовану систему об'єктивного та реалістичного інформаційного забезпечення для проведення такої оцінки кінцевого рівня результативності [4]. Саме вдало налагоджений процес аналізу дає змогу приймати не лише стратегічно важливі рішення для торговельного підприємства, але й здійснювати процес оперативного управління процедурою формування та споживання чистого прибутку, що отриманий у поточному періоді.

Список використаних джерел:

1. Дохід: Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15: чинний від 1999-11-29 / Офіц. вид. К. : Уряд. вид-во, 2021. №290. (Офіційне видання Міністерства фінансів України). URL. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99#Text (дата звернення: 04.11.2021)
2. Губіна А.Н. До питання організації обліку доходів торговельних організацій // Вісник Білгородського університету споживчої кооперації. 2020. № 1(29). С. 56 – 61.
3. Добронравова К.П. Оцінка впливу цінового фактору на формування доходів підприємств роздрібної торгівлі // Науковий вісник Саратовського економічного університету. 2019. №5 (32). 24 – 32.
4. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16 липн. 1999 р. № 996-XIV: за станом на 03 вересня 2015 р. N 675-VIII / Верховна Рада України. Офіц. вид. К. : Парлам. вид-во, 2021. (Офіційне видання Верховної Ради України). URL. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text (дата звернення: 04.11.2021)
5. Кучеренко Т.Є. Принцип нарахування та відповідності доходів і витрат у фінансовій. URL. http://magazine.faaf.org.ua/princip-narahuvannya-ta-vidpovidnosti-dohodiv-i-vitrat-u-finansoviy-zvitnosti.html (дата звернення: 07.11.2021)
6. Про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій : Наказ МФУ від 30.11.1999 р. № 291. Інструкція. URL. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99 (дата звернення: 07.11.2021)

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ПЕРЕРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Дронюк Н., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Облік і оподаткування», спеціалізація «Облік і оподаткування»
Наук. кер. – Лучик С. Д.

Стаття розкриває економічну сутність понять «органічна продукція», «органічне виробництво». Висвітлено особливості організації ведення синтетичного і аналітичного обліку виробництва органічної продукції на підприємствах переробної промисловості. Визначені пропозиції щодо удосконалення облікової політики підприємства в частині виробництва та реалізації органічної продукції.

The article reveals the economic essence of the concepts of "organic products", "organic production". The peculiarities of the organization of synthetic and analytical accounting of organic production at the enterprises of the

processing industry are highlighted. Proposals for improving the accounting policy of the enterprise in terms of production and sale of organic products are identified.

Актуальність теми дослідження. Облік як інформаційна база системи управління суб'єкта господарювання забезпечує керівників різних рівнів необхідними даними про процеси і явища, які відбуваються на підприємстві. Саме облік є джерелом інформації для виконання інших функцій управління — планування, аналізу та контролю. Виробництво органічної продукції та доведення її до споживачів характеризується значними витратами ресурсів і різними часовими проміжками. Питання обліку органічної продукції залишаються недостатньо досліджені і потребують подальшого вивчення.

Метою статті є дослідження особливостей обліку органічної продукції на підприємствах переробної промисловості.

Об'єктом дослідження є процеси виробництва органічної продукції на підприємствах переробної промисловості.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних і практичних засад обліку органічної продукції на підприємстві ТОВ «Консервний завод «Консерваторія».

Органічною продукцією згідно Закону України «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції» вважається сільськогосподарська продукція, у тому числі харчові продукти та норми, отримані в результаті органічного виробництва [5]. Ключовим у визначенні є те, що продукція виробляється у результаті органічного (сертифікованого) виробництва. Органічне виробництво спрямоване на імплементацію нових правил та методів у сфері безпечності та якості харчових продуктів. Органічне виробництво передбачає певні етапи переходу від звичайного виробництва до виробничих процесів, які спрямовані на підтримку оптимального стану економіки на соціальному, екологічному та економічному рівнях. Водночас кожен етап виробництва повинен знаходитися під суворим контролем органу сертифікації, який засвідчує дотримання вимог та стандартів органічного виробництва шляхом видачі відповідного сертифікату.

З метою врегулювання питання переходу до виробництва органічної продукції відповідно до законодавства України, а також надання можливості всім виробникам органічної продукції долучитися до програми державної підтримки органічного виробництва у 2021 році, 14 липня 2021 року прийнято Закон України «Про внесення змін до розділу XI «Перехідні положення» Закону України «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції. Зміни спрямовані на недопущення зупинення торгівлі органічною продукцією на території України, пов'язаного з неможливістю виконання вимог Закону, а також усунення перешкод для отримання українськими виробниками державної підтримки у сфері органічного виробництва та обігу органічної продукції.

Об'єктів обліку органічного виробництва є доволі багато: ресурси, продукція, процеси виробництва, постачання та реалізації, відповідно доходи, витрати, фінансової результати тощо. Об'єкти обліку визначаються з врахуванням галузі виробництва та продукції, яка виробляється. Одним із підходів до визначення об'єктів обліку можна обрати класифікацію органічної продукції. Так, вивчаючи асортимент органічного виробництва, дослідники вносять пропозиції щодо класифікації органічної продукції [1, с. 38]:

I — непереробленa органічна продукція:

продукція сільського господарства: зернові та зернобобові; картопля, овочеві та баштанні; плоди, ягоди та виноград; олійні; м'ясо; молоко; яйця; мед;

продукція лісового господарства: дикорослі рослини; горіхи; гриби; лікарські трави;

продукція рибного господарства: риба; морепродукти;

II — перероблена органічна продукція: напівфабрикати; хліб і хлібобулочні вироби; м'ясопродукти; молочні продукти; борошно; крупи; олія; цукор; напої; варення, джеми тощо;

III — послуги: консультаційні; освітні; дорадчі; інспекція; сертифікація.

Сьогодні більшість українських виробників органічної продукції займаються цим процесом продукції паралельно з традиційним виробництво. Така тенденція характерна як для сільськогосподарських товаровиробників, які вирощують органічну продукцію, так і для переробних підприємств, які виробляють молочну, сокову продукцію та інші види. Це пояснюється тим, що органіка, не дивлячись на динаміку розвитку, поки що залишається новим напрямом. Відповідно, більшість виробників займаються нею в експериментальному напрямку, як додаток до основного традиційного виробництва.

Недосконаліть обліку виробництва органічної продукції на вітчизняних підприємствах провокує відсутність:

- спеціалізованих методичних рекомендацій із обліку виробництва органічної продукції;
- типових прикладів Наказу про облікову політику для підприємств, які виробляють органічну продукцію;
- відображення обліку «прихованих» витрат, які були понесені на виробництво органічної продукції;

- організації первинного обліку господарських операцій, пов'язаних із органічним виробництвом щодо використання ресурсів, оприбуткування продукції та її реалізації, результатів діяльності та визначення фінансових результатів тощо.

Тому вважаємо, що підприємство, яке планує займатися органічним виробництвом або переробкою органічної сировини, повинно розробити стратегічний план, в якому обґрунтувати і передбачити заходи спрямовані на технологію виробничого процесу органічної продукції. Це вимагає розширення об'єктів обліку та системи формування даних, доповнення нормативного регулювання облікових процесів, що пов'язане, насамперед, із використанням облікової інформації для прийняття управлінських рішень. Крім цього, облікові дані служать базою для здійснення аналізу результатів виробництва органічної продукції, проведення контролю їх рівня та розробки виробничих завдань на перспективу, що складає базу управління витратами [3].

Вищевикладене зумовлює новий підхід до системи обліку готової продукції підприємств, які виробляють органічну продукцію, з виділенням таких завдань [4, с. 55]:

1) виокремлення об'єктів обліку виробництва та стану готової продукції (в т.ч. органічної і традиційної);
2) формування первинних документів (за виокремленими об'єктами);
3) узагальнення даних на рахунках синтетичного та аналітичного обліку;
4) обґрунтування статей фінансової, податкової та статистичної звітності;
5) забезпечення належного контролю за виробництвом, рухом та процесом реалізації продукції.
6) об'єктами обліку в органічному виробництві сировини для переробки є ресурси, продукти та процеси, які не містять генетично модифікованих організмів і речовин та при виробництві яких:
7) у рослинництві заборонено використовувати ядохімікати для боротьби з бур'янами, шкідниками й хворобами рослин, а також мінеральні добрива синтетичного походження, при цьому захист рослин здійснюється переважно препаратами натурального походження, а для живлення ґрунту й рослин використовуються органічні добрива;
8) у тваринництві не дозволяються застосовувати стимулятори росту, гормони й антибіотики, а для лікування тварин використовуються профілактичні засоби й гомеопатичні препарати [2].

Для вирішення проблем інформаційного забезпечення в сфері розвитку органічного виробництва необхідно забезпечити організацію первинного обліку господарських операцій, пов'язаних з органічним землеробством, щодо використання ресурсів, оприбуткування продукції (результатів) діяльності та її реалізації, визначення фінансових результатів. Зокрема для підтвердження достовірності обліку виробництва органічної сировини кожне господарство повинно вести таку документацію [6]:

- зберігати оригінали квитанцій/рахунків на всі куплені засоби (напр., добрива, пестициди, насіння) так само, як і на продану продукцію;
- вести польовий журнал (окремо для органічної та неорганічної частин господарства, якщо стосується) та реєструвати там і використання засобів (дата, діяльність, використаний засіб, кількість) та дати посіву і збору врожаю;
- мати зведені дані використання ЗЗР і добрив по кожному полю за рік (що вносилося, в якій кількості та під яку культуру);
- мати план сівозміни, карту полів (де буде відмічено розміри полів, відповідна нумерація, поля з позначенням можливого ризику перенесення з боку сусідніх полів) господарства, схеми виробничих приміщень;
- вести реєстр збору врожаю, мати записи із зберігання та реалізації продукції. Ці записи повинні відображувати баланс продукції в господарстві. Нині типові документи для обліку витрат та виходу органічної продукції відсутні, тому ми погоджуємося з думкою Я.П. Мельничук, що у реквізитах документів має відображатися специфіка діяльності підприємства позначкою "Органічне виробництво"[7].

Якщо підприємство забезпечує виробництво органічної продукції паралельно зі звичайною, то існує ризик «змішування» продукції між собою як в кількісному (на складах), так і у вартісному (у первинних документах та регістрах синтетичного обліку) вимірниках. Аби уникнути цього необхідно розмежовувати первинні документи з виробництва органічної та неорганічної продукції. Для цього на підприємстві можна розробити бланки двох форм, на одній із яких зробити позначку «органічне виробництво». Це дасть змогу постачати на ринок чисту органічну продукцію, а також правильно визначати витрати, понесені на її виробництво, формувати собівартість, ціну, а також фінансовий результат від ведення органічного виробництва. Скоріше за все, це також унеможливить перенесення частини витрат, понесених на виробництво традиційної продукції на органічну. Оскільки відомо, що при вирощуванні органічної сировини собівартість органічної продукції частково знижується за рахунок відсутності внесення хімічних та мінеральних добрив, протравлювання рослин від шкідників тощо. Але при цьому її ціна на 30-50% вища від аналогу традиційної продукції за рахунок великих витрат ручної праці, корисності органіки та з метою уникнення збитків, що може понести господарство при високому рівні ризику неврожаю такої продукції.

Необхідний специфічний підхід до формування виробничої собівартості органічних продуктів на деяких бухгалтерських рахунках, які потребують виділення окремих статей витрат, що показуватимуть вартість та кількість використання ресурсів, котрі не шкодять навколишньому середовищу. Зокрема, це стосується рахунків:

23 «Виробництво»;

25 «Напівфабрикати»;

26 «Готова продукція»;

27 «Продукція сільськогосподарського виробництва»;

28 «Товари».

Також варто створити окремі аналітичні рахунки для процесу виробництва органічної продукції, отримання доходів та формування фінансових результатів. Наприклад, додати такі аналітичні рахунки:

рахунок 23 «Виробництво», субрахунок 231 «Виробництво сокової продукції», аналітичний рахунок 231.1 «Виробництво фруктових соків», 231.1-ОРГ «Виробництво органічного фруктового соку»;

аналітичний рахунок 231.2 «Виробництво фруктово-овочевих соків», 231.2-ОРГ «Виробництво органічного фруктово-овочевого соків».

Також додати до рахунку 26 «Готова продукція», субрахунок 261-ОРГ «Органічні фруктові соки»;

Субрахунок 262-ОРГ «Органічні фруктово-овочеві соки».

Такі аналітичні рахунки доцільно прописати в робочому плані рахунків, який є додатком до наказу про облікову політику підприємства.

При зберіганні органічної продукції (сировини) на складах повинні забезпечуватися ідентифікація органічної продукції, її партій і запобігання будь-якому змішуванню або обміну з неорганічною продукцією та/або речовинами, які не відповідають вимогам органічного виробництва або забрудненню такими продуктами та/або речовинами.

Висновки. Таким чином, через велику кількість додаткових умов ведення бухгалтерського обліку при виробництві органічної продукції деякі підприємства, які мають на меті великі масштаби поставок, можуть розробити для себе окремий наказ облікової політики підприємства щодо виробництва органічної продукції. При цьому держава має врегулювати і це питання, розробивши методичні рекомендації для бухгалтерії екологічного господарства. На основі цих рекомендацій господарства-початківці в органіці матимуть змогу уникнути помилок в обліку, а разом з тим – і у організації своєї майбутньої діяльності.

Додатки до спеціалізованої облікової політики мають містити крім уже згаданих робочого плану рахунків та спеціалізованих форм первинних документів також оперограми за цими документами, основним виконавцем у яких має бути бухгалтер з обліку виробництва органічної продукції, графіки документообігу та поданий у табличній формі список номенклатур калькуляційних статей та визначення методики калькулювання виробничої собівартості продукції.

Список використаних джерел:

1. Захарова Д.С. Ефективність виробництва органічної продукції сільськогосподарських підприємств: дис. канд. економ. наук: 08.00.04 / Захарова Дарина Сергіївна. Рівне: НУВГП, 2015. 220 с.
2. Мороз Ю.Ю. Становлення органічного сільського господарства в Україні: обліковий аспект та аудит. URL. http://znau.edu.ua/media/nauka_innovation/organic/Organic_20132.pdf (дата звернення: 01.09.2021).
3. Пасемко Г.М. Обліково-аналітичне забезпечення ведення органічного сільськогосподарського виробництва. *Вісник ЖНАЕУ.* 2016. № 1 (54). Т. 2. С. 190–197.
4. Подолянчук О.А. Сутність та основи обліку органічної продукції. *Агросвіт*. 2019. № 16. С. 51—57.
5. Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини: Закон України від 03.09.2013 р. №425VII. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/425#18 (дата звернення: 01.09.2021).
6. Скидан О.В., Гринишин В.Є. Програмування розвитку органічного виробництва в регіоні. URL: http://znau.edu.ua/media/nauka_innovation/organic/Organic_20132.pdf (дата звернення: 01.08.2021).
7. Мельничук Я.П. Документальне оформлення витрат і виходу продукції рослинництва органічного походження. *Вісник ЖДТУ.* 2016. № 2 (76). С. 27—32.

ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ ПОКАЗНИКІВ ПРИ ОЦІНЦІ ФІНАНСОВОГО РЕЗУЛЬТАТУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Кудрик В., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Облік і оподаткування»
Наук. кер. – Багрій К. Л.

У статті розкрито сутність категорії фінансового результату та його основних складників. Визначено його місце та роль в економічному розвитку господарської діяльності підприємства. Здійснено порівняння категорій «фінансовий результат» та «прибуток». Розглянуто два принципові підходи до розрахунку фінансових результатів діяльності підприємства. Проаналізовано значимість фінансового результату для забезпечення економічного зростання та розвитку підприємства.

The article reveals the essence of the category of financial result and its main components. Its place and role in the economic development of economic activity of the enterprise are determined. The categories "financial result" and "profit" are compared. Two basic approaches to the calculation of financial results of the enterprise are considered. The significance of the financial result for ensuring economic growth and development of the enterprise is analyzed.

Актуальність теми. У здійсненні виробничо-фінансової діяльності підприємств задіяна велика кількість взаємопов'язаних матеріальних, трудових і фінансових ресурсів. Головною метою будь-якого підприємства є отримання позитивного фінансового результату та пошук шляхів його збільшення.

У ринкових умовах ведення господарської діяльності, підприємства мають забезпечити собі стійкий економічний розвиток із врахуванням особливостей ринкової кон'юнктури та результативно вести господарський процес, підвищувати рівень самофінансування та інноваційного удосконалення своєї діяльності. В таких умовах, дослідження діалектики категорії фінансового результату, його взаємозв'язку та взаємодії з іншими економічними показниками, та формування на цій основі стійких передумов для зростання прибутковості, конкурентоспроможності та забезпечення стабільного розвитку господарської діяльності підприємства в довгостроковій перспективі представляють суттєву наукову та практичну цінність.

Вагомий внесок у дослідження теоретичних засад категорії фінансового результату здійснили такі провідні зарубіжні та вітчизняні вчені: І. О. Бланк [1], О. В. Будько [2], Ф. Ф. Бутинець [3], А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк [4], С. Л. Лондар, О. В. Тимошенко [5], Р. В. Скалюк [10, 11] та інші науковці.

Але, незважаючи на вагомий науковий доробок зазначених вчених з досліджуваного питання деякі проблемні питання потребують більш детального їх вивчення та вирішення, оскільки економісти найчастіше розглядають питання управління прибутком, а не фінансовими результатами підприємства.

Незважаючи на інтерес науковців до обраної проблематики, дослідження категорії «фінансовий результат», як багатогранного показника ефективності діяльності підприємства, не втрачає актуальності. Ведуться досить активні дискусії щодо тлумачення сутності даного поняття. Тож, додаткової уваги заслуговує дослідження діалектики категорії фінансового результату.

Головна **мета** статті полягає в дослідженні ролі та значенні фінансового результату, визначенні його взаємозв'язку з іншими ключовими економічними показниками в системі розвитку господарської діяльності підприємства та виявленні важливості позитивного значення показника фінансового результату для забезпечення оптимізації результативності, платоспроможності, сталого економічного зростання та розвитку підприємства.

Об'єктом дослідження є фінансові результати діяльності підприємства та основні фінансові показники, що дозволяють оцінити фінансовий результат.

Предметом дослідження є фінансові показники, що необхідні для оцінки фінансового результату діяльності підприємства.

Виклад основного матеріалу. Тема фінансових результатів діяльності підприємства завжди актуальна і є предметом постійного обговорення серед науковці та практиків у сфері економіки та управління підприємством. Тому для того, щоб визначити роль та значення показників фінансового результату необхідно звернутися до наукових праць відомих вчених, які займалися дослідженням даного питання та проаналізувати трактування даної категорії.

Аналізуючи наведені визначення категорії «фінансовий результат» можна зробити висновок, що такі науковці як: Ф. Ф. Бутинець, А. Г. Загородній і Г. Л. Вознюк, Н. М. Ткаченко, В. М. Опарін, Л. М. Худолій розглядають фінансовий результат як результат співставлення доходів та витрат підприємства. Такі науковці як: С. Л. Лондар та О. В. Тимошенко, а також А. Г. Загородній та Г. Л. Вознюк характеризують фінансовий результат з точки зору власного капіталу – приріст чи зменшення. Р. В. Скалюк зазначає, що фінансовий результат є якісним та кількісним показником діяльності підприєм ства. Також автори: Ф. Ф. Бутинець, А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк, А. Д. Мочерний, М. С. Пушкар, Н. М. Ткаченко, В. М. Опарін, Л. М. Худолій, М. С. Чебанова та С. С. Василенко наводять форми вираження фінансового результату – прибуток або збиток [12].

У науковій літературі часто спостерігається ототожнення понять «фінансовий результат» та «прибуток», проте варто зауважити, що категорія фінансового результату є ширшою порівняно з категорією прибутку. Це пояснюється тим, що показник прибутку виступає у одній із двох форм (прибуток або збиток) та показує відображення фінансового результату господарської діяльності підприємства. Прибуток характеризує позитивне значення фінансового результату, що свідчить про високу результативність господарської діяльності, ефективне використання капіталу, а також виступає в якості своєрідної винагороди за ризик та непередбачуваність комерційної діяльності підприємства [11].

Від'ємне значення категорії фінансового результату знаходить своє відображення у показнику збитку, який свідчать про низький рівень або відсутність результативності господарської діяльності, неефективне управління ресурсним, виробничим та економічним потенціалами підприємства, неефективне використання наявного капіталу, низьку якість роботи менеджменту підприємства тощо.

Відповідно до Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [7] величина фінансового результату будь-якого виду господарської діяльності підприємства (операційної, інвестиційної, фінансової, звичайної, надзвичайної) визначається як різниця між сумою доходів та пов'язаною з нею величиною витрат відповідного виду діяльності підприємства. Тобто, фінансовий результат господарської діяльності (чистий прибуток або збиток) розраховується як різниця доходів та витрат від усіх видів діяльності підприємства, що зменшена на суму нарахованих податків на прибуток. З огляду міжнародної та вітчизняної практики, для визначення фінансових результатів використовують два методи, а саме: метод «витрати-випуск», а також «балансовий» метод.

Визначення фінансового результату за методом «витрати-випуск» передбачає співставлення відповідних доходів та витрат із наступним їх коригуванням на суму зміни залишків запасів та незавершеного виробництва. Суть балансового методу полягає у визначенні фінансового результату на підставі зміни величини чистих активів або власного капіталу впродовж звітного періоду. Наявність двох методів визначення фінансового результату ґрунтується на базових положеннях теорії балансу, зокрема наявності його статичної та динамічної моделей.

За статичним підходом, який лежить в основі балансового методу визначення фінансового результату, вказується, що «бухгалтерський баланс має завдання огляду і констатації майнового стану підприємства на конкретний момент часу, і, одночасно, шляхом порівняння балансів за різні моменти часу, повинен бути засобом оцінки результатів діяльності підприємства за періоди між складанням балансу». За динамічного підходу фінансовий результат визначається як різниця між виручкою і витратами від реалізації, при цьому, зміни у вартості майна не слід враховувати [17, с.26].

Як система показників, фінансові результати становлять інтерес для власників бізнесу, для менеджерів вищої ланки, для робітників підприємства, постачальників, фінансових установ, держави. Їх зацікавленість зумовлена участю у діяльності підприємства прямо чи опосередковано.

Також існує думка, що величину фінансового результату вітчизняних підприємств можна визначити «як приріст (зменшення) вартості власного капіталу, який утворився в процесі підприємницької діяльності», що є можливим на основі класичного балансового рівняння, з якого випливає, що величина власного капіталу розраховується як різниця між активами підприємства та його зобов'язаннями [2, с. 24]. При цьому, даний показник особливо важливий тоді, коли власник планує його продати на ринку капіталів. Важливість результату у вигляді приросту власного капіталу зумовлена тим, що він є ключовим поточним індикатором інтересів власника, і саме такий приріст далі впливатиме на розмір прибутку і безпосередньо формуватиме головний ринковий результат (приріст вартості підприємства) [14].

Проте, важливо сказати, що кількісна зміна власного капіталу не завжди буде дорівнювати сумі фінансового результату, розрахованого як різниця між доходами та витратами, тому що на підприємстві є ряд господарських операцій, які можуть приводити до зростання вартості власного капіталу підприємства (дооцінка необорот них активів, безкоштовне отримання основних засобів, додаткові внески власників), і в той же час, не мають відношення до приросту величини фінансового результату. Враховуючи вищесказане, можемо говорити про те, що сума фінансового результату та вартість власного капіталу підприємства здійснюють взаємний вплив один на одного, але динаміку зміни (приріст, зменшення) даних показників не можна ототожнювати.

Таким чином, підхід щодо розрахунку фінансового результату як зміни вартості власного капіталу впродовж звітного періоду є не зовсім доцільним, оскільки не здатний об'єктивно відобразити точну величину отриманого підприємством фінансового результату, розрахованого як різниця доходів та відповідних їм витрат. Значимість показника фінансового результату проявляється не лише через зростання розміру власного капіталу підприємства. Так, збільшення частки нерозподіленого прибутку (капіталізованого позитивного значення фінансового результату) спочатку створює «можливість самозростання вартості капіталу» [1, с. 14], яка є основним джерелом збільшення величини чистих активів, сформованих за рахунок власного капіталу. У свою чергу, вартість чистих активів здійснює суттєвий вплив на формування ринкової вартості підприємства, яку розраховують за умов об'єднання, продажу, поглинання підприємства.

Таким чином, позитивне значення фінансового результату є важливим індикатором зростання власного капіталу, що забезпечує платоспроможність, фінансову незалежність, ділову репутацію та зростання вартості підприємства на ринку.

Отже, фінансовий результат є визначальним критерієм ефективності господарювання, а позитивне значення фінансового результату визначає можливість подальшого розвитку підприємства та створює запас фінансової стійкості, який дає підприємству змогу оперативно реагувати на зміни у ринковій кон'юнктурі. Найважливішою категорією, що відображає саме позитивний фінансовий результат діяльності підприємства, є прибуток. Беручи до уваги головну мету діяльності підприємства щодо максимізації прибутку, можна говорити про важливість планування фінансових результатів та прибутку, зокрема, у довгостроковому періоді. Тому для під вищення конкурентоспроможності підприємства доцільно дуже ретельно здійснювати вивчення та робити аналіз зміни показника прибутку.

Висновки. Таким чином, можна стверджувати, що фінансовий результат є досить складною та багатовимірною категорією. Фінансовий результат у формі прибутку виступає головною метою діяльності підприємства та є одним з ключових показників, який визначає ефективність його діяльності.

Величина фінансового результату є базисом, який забезпечує не тільки життєздатність підприємства, а й відображає рівень результативності, прибутковості господарської діяльності, можливості кількісного зростання основних економічних показників (обсягу виробництва й реалізації, продуктивності праці) та характеризує потенціал стійкого розвитку підприємства. Тому якісне планування, управління та ефективне використання механізмів підвищення показника фінансового результату є необхідним та дозволить задовольнити потреби різних груп зацікавлених осіб, а також отримати більш повну і достовірну інформацію про результати діяльності підприємства для подальшого прийняття ефективних управлінських рішень.

Список використаних джерел:

1. Бланк И. А. Управление прибылью: учебник. 3-е изд., перераб. и доп. Київ : Ника-центр, 2007. 768 с.
2. Будько О. В. Облік і аналіз фінансових результатів підприємств чорної металургії: дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.04. Київ : 2004. 252 с.
3. Бутинець Ф. Ф. Бухгалтерський фінансовий облік: підручник. Житомир : Рута, 2001. 672 с.
4. Фінансово-економічний словник: навчальний посібник / А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк. Київ: Знання, 2010. 1072 с.
5. Левицких О. О. Анализ и планирование финансовых результатов в системе управления эффективностью деятельности промышленного предприятия // Фундаментальные исследования. 2011. 12. Ч. С. 634-639.
6. Основы экономической теории: учебник / С. В. Мочерный, В. К. Симоненко, В. В. Секретарюк, А. А. Устенко; Под общ. ред. С. В. Мочерного. Київ: Знания, 2000. 601 с.
7. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» від 07.02.2013 р., №73. URL : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0336–13#n17
8. Опарін В. М. Фінанси (Загальна теорія): навчальний посібник. 2-ге вид., доп. і перероб. Київ: КНЕУ, 2002. 240 с.
9. Пушкар М. С. Фінансовий облік: підручник. Тернопіль: Карт-бланш, 2002. 628 с.
10. Скалюк Р. В. Економічний механізм управління фінансовими результатами промислових підприємств: теоретичні основи забезпечення функціонування // Економічний вісник Донбасу. 2011. №2. С. 86–93.
11. Скалюк Р. В. Сутність та значення фінансових результатів в системі розвитку господарської діяльності промислових підприємств // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. 2010. Вип. 18(1). Економічні науки. С. 135-141.
12. Облік фінансових результатів: проблеми та шляхи вдосконалення / Т. І. Тесленко, Н. В. Конькова // Бізнес Інформ. 2013. № 4. С. 356-360.
13. Ткаченко Н. М. Бухгалтерський фінансовий облік, оподаткування і звітність: підручник. 5-те вид. допов. і перероб. Київ: Алерта, 2011. 976 с.
14. Фінансово-економічні аспекти оцінки результатів і ефективності діяльності підприємства / А. М. Турило, О. А. Зінченко // Фінанси України. 2008. №8. С. 35-44.
15. Худолій Л. М. Теорія фінансів: навчально-методичний посібник. Київ : Вид-во Європ. ун-ту, 2003. 167 с.
16. Чебанова М. С. Бухгалтерський облік: навчальний посібник Київ : Академія, 2002. 671 с.
17. Обліково-інформаційна система управління прибутком торговельних підприємств : [монографія] / Л. М. Янчева, І. Б. Чернікова, С. О. Кузнецова. Харків : ХДУХТ, 2012. 217 с.

УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ ТА ПІДРЯДНИКАМИ В ПОЛІГРАФІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Лотар В., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ

Спеціальність «Облік і оподаткування», спеціалізація «Облік і оподаткування»

Наук. кер. – Лучик С. Д.

У статті уточнено значимість обліку розрахунків з постачальниками та підрядниками як інструмента контролю платоспроможності підприємства та запропоновано напрями удосконалення управлінського обліку даних розрахунків. З метою визначення цих напрямів удосконалення, проведено дослідження особливостей розрахункових операцій з постачальниками та підрядниками, наведено пропозиції науковців щодо даного питання.

The relevance of the accounting of payments to the suppliers and to the contractors as an instrument of control of the Company's financial solvency was clarified in this article as well as the ways of improving of the management accounting of the above-said payments were proposed. In order to determine these ways of improving, a research of the peculiarities of payment transactions to the suppliers and to the contractors was done and also the scientists' proposals concerning this issue were given.

Актуальність даної теми полягає в тому, що процесі здійснення підприємницької діяльності суб'єкт господарювання взаємодіє з іншими організаціями, підприємствами, які поставляють матеріальні цінності що є необхідними для забезпечення звичайної діяльності підприємства. І саме в результаті цього виникають розрахунки з постачальниками та підрядниками**.**

Метою статті є розробка заходів щодо удосконалення управлінського обліку розрахунків з постачальниками та підрядниками, що сприятимуть зміцненню фінансового стану підприємства.

Об'єктом дослідження є виробництвом паперових канцелярських виробів, друкуванням газет, книг та іншої продукції палітурною діяльністю і наданням пов'язаних з нею послуг.

Предмет дослідження полягає в дослідженні теоретичних, економічних, організаційних характеристик обліку розрахунків з постачальниками та підрядниками.

Дослідженню особливостей обліку розрахунків підприємства з постачальниками і підрядниками присвячено роботи таких вчених, як П.С. Безрукіх, О.С. Бородкін, Ф.Ф. Бутинець, С.Ф. Голов, О.М. Головащенко, В.М. Костюченко, В.Ф. Палій, М.С. Пушкар, Я.В. Соколов, В.О. Шевчук та інших. В працях цих дослідників розкрито сутність поточних зобов'язань, організацію обліку, а також їх вплив на фінансовий стан підприємства.

На сьогодні існуюча система розрахунково-платіжної дисципліни між суб'єктами господарювання різних організаційно-правових та правових форм власності потребує постійного вдосконалення. Перш за все, це стосується комплексного врахування вимог сучасного грошового обігу задля покращення їх фінансового становища на ринку загалом. Погіршення фінансового становища спонукає не ритмічність та не рівномірність поставок товарів, що в цілому сприяє погіршенню ліквідності та платоспроможності [3].

Питання про надходження товарів та розрахунків з постачальниками і підрядниками за отримані товари, виконані роботи, надані послуги підприємств різних організаційно-правових форм власності, були і будуть залишатися одними з найбільш актуальних, незалежно від суспільного становища [4].

Оптимальна організація процесу постачання та розрахункових відносин з постачальниками і підрядниками в значній мірі визначається якісним управлінням. Важливе значення для здійснення такого управління має, на нашу думку, організація обліку. Облік має бути побудований таким чином, щоб забезпечити управління необхідною, своєчасною інформацією для прийняття управлінських рішень та здійснення своєчасних розрахунків за отримані товарно-матеріально цінності [2].

Видавнича справа — сфера суспільних відносин, яка охоплює організаційно-творчу і виробничо-господарську діяльність юридичних і фізичних осіб, зайнятих створенням, виготовленням і розповсюдженням видавничої продукції [7].

Видавнича справа складається з:

1) видавнича діяльність - сукупність заходів, спрямованих на підготовку і випуск видавничої продукції у світ;

2) виробництво видавничої продукції — процес відтворення визначеним тиражем видавничого оригіналу поліграфічними або іншими технічними засобами;

3) розповсюдження видавничої продукції — доведення видавничої продукції до споживача через торговельну мережу або іншими способами.

Суб'єктами видавничої діяльності є:

1) видавець - юридична чи фізична особа, яка займається підготовкою і випуском видання;

2) виробник видавничої продукції - юридична чи фізична особа, яка займається виготовленням замовленого тиражу видання;

3) розповсюджувач видавничої продукції - юридична чи фізична особа, яка займається рекламою видавничої продукції.

Суб'єкти видавничої діяльності, крім видавців і розповсюджувачів друкованих засобів масової інформації, реєструються в Державному реєстрі України видавців, виробників і розповсюджувачів видавничої продукції зі сплатою реєстраційного збору у розмірі 25 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Для реалізації видавничої продукції укладають договори поруки, комісії або купівлі-продажу залежно від умов співпраці видавця з реалізатором [7].

На підприємствах, що займаються видавничою діяльністю, форми та порядок розрахунків з постачальниками та підрядниками визначаються так званими господарськими договорами, внаслідок

виконання яких у підприємства виникають поточні зобов'язання - кредиторська заборгованість. Тому облік розрахунків з постачальниками та підрядниками є важливою ділянкою бухгалтерського обліку на підприємстві, оскільки на цьому етапі формується частина доходів і грошових надходжень підприємства [7].

До особливостей обліку видавничої діяльності відносять:

1) облік видавничої діяльності має особливості залежно від суб'єктів видавничої діяльності, тобто він відрізняється у видавництва, у виробника та у розповсюджувача видавничої продукції;

2) мають місце специфічні витрати: авторський гонорар, ціна паперу на певне видання, реклама, витрати на поліграфічні роботи, на підготовку оригінал-макету тощо. Витрати видавництва і друкарні є різними;

3) прибуток визначається за кожним виданням, і облік витрат виробництва ведеться в розрізі окремих видань на окремих субрахунках рахунку 23;

4) для видавничої діяльності характерними є такі ділянки обліку, як облік браку, давальницької сировини, поворотних відходів;

5) видавнича продукція характеризується такими параметрами: обсяг видання, формат, тираж, художньо-технічне оформлення, розмір винагороди авторам основного тексту, перекладачам, верстальникам, художникам;

6) працівники друкарні мають пільги за працю у важких і шкідливих умовах (додаткова відпустка, компенсації, робочий тиждень не більше 36 годин, достроковий вихід на пенсію, право на пільгову пенсію).

Для обліку розрахунків з постачальниками та підрядниками на підприємствах, що займаються видавничою (поліграфічною) діяльність призначений рахунок 63 «Розрахунки з постачальниками та підрядниками», він є активно-пасивним, тому що може мати одночасно два сальдо: за дебетом – сума дебіторської заборгованості, та за кредитом – кредиторської [5].

Дебет рахунку 63 (борги нам) потрібно відобразити в активі балансу, а кредит рахунку 63 (наші зобов'язання) – в пасиві балансу. Згідно з планом рахунків рахунок 63 знаходиться в класі 6 «Поточні зобов'язання», тобто є пасивним [5].

Рахунок 63 кредитують на суму фактично одержаних товарно-матеріальних цінностей, спожитих робіт і послуг в кореспонденції з дебетом матеріальних і затратних рахунків. Запис роблять на підставі товарно-транспортних накладних, накладних, рахунків-фактур, актів приймання виконаних робіт і послуг [5].

Нормативно-правове регулювання розрахунків з постачальниками та підрядниками здійснюється на основі значної законодавчої бази (Кодекси України (Податковий, Господарський, Цивільний), Закони України, П(С)БО, М(С)БО, інструкцій, методичних рекомендацій та ін.). На підприємствах, що займається поліграфічною діяльності особливу увагу звертають на Закон України «Про видавничу діяльність» (1997 рік).

Недоліком розрахунків з постачальниками та підрядниками на підприємстві є порушення «Інструкції про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів капіталу, зобов’язань і господарських операцій підприємств і організацій» щодо порядку відображення авансових платежів, які перераховуються постачальникам та підрядникам.

Тому пропонується авансові платежі на користь постачальників відображати не на дебеті рахунку 631 «Розрахунки з вітчизняними постачальниками», що приводить до формування на ньому дебетового сальдо, а на дебеті рахунку 371 «Розрахунки за авансами виданими», як того вимагає «Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів капіталу, зобов’язань і господарських операцій підприємств і організацій» [3].

З метою покращення розрахункової дисципліни та для скорочення кредиторської заборгованості пропонується вдосконалити ділянку організацію обліку досліджуваної ділянки, а саме [3]:

- контролювати співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості, оскільки перевищення дебіторської заборгованості над кредиторською створює загрозу фінансовій стійкості підприємства і тому необхідне залучення засобів з додаткових джерел, а перевищення кредиторської заборгованості над дебіторською призводить до неплатоспроможності підприємства;

- періодично проводити аналіз складу і структури дебіторської і кредиторської заборгованості за конкретними постачальниками і покупцями, а також щодо термінів утворення або погашення заборгованості;

- контролювати оборотність дебіторської та кредиторської заборгованості, а також стан розрахунків щодо простроченої заборгованості, так як в умовах інфляції будь-яка відстрочка платежу призводить до того, що підприємство реально отримує лише частину вартості поставленої продукції, тому бажано розширити систему авансових платежів;

- організовувати на підприємстві систему аналітичного обліку дебіторської заборгованості не тільки по термінах, але і за розмірами, місцезнаходженням юридичних осіб, фізичних осіб і пропонованих умов оплати;

- організовувати роботу з договорами таким чином, щоб мати можливість в картці клієнта зазначати умови оплати (передоплата або післяплата) та контролювати надходження коштів відповідно до умов договору.

Активне впровадження на практиці зазначених нововведень сприятиме покращенню ділянки організації обліку розрахунків з постачальниками та підрядниками за результатами поточного року. Все це в комплексі забезпечить покращення фінансово-розрахункової дисципліни підприємства, а також забезпечить зміцнення фінансового становища суб'єкта господарювання на ринку в цілому.

Облік розрахунків з постачальниками і підрядниками, а також кредиторської заборгованості здійснюється з метою недопущення прострочення термінів платежу та доведення заборгованості до висування штрафних санкцій до підприємства. Організована належним чином система розрахунків повинна достатньою мірою відображати та характеризувати господарську діяльність з необхідною конкретизацією.

Список використаних джерел:

1.Про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій : Наказ МФУ від 30.11.1999 р. № 291. – [Інструкція] : за станом на 18 червн. 2016 р. № 573. URL : http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99

2. Ковярова Т.В., Кращенко А.О. Стан та шляхи удосконалення обліку розрахунків з постачальниками і підрядниками. URL : https://otherreferats.allbest.ru/audit/00402070_0.html

3. Шилова Т.С., Москалик А.В. Проблеми обліку розрахунків з постачальниками та підрядниками // Материалы IV Междун. науч.-практ. конф. «Проблемы формирования новой экономики XXI века» (22-23 декабря 2011г.). URL : http://www.confcontact.com/20111222/8_shilova.php

4. Орлов І.В. Місце та роль обліку зобов'язань в історії бухгалтерської думки // Міжнародний збірник наукових праць. Випуск № 3(15). С. 201-207

5. Сук Л.К., Сук П.Л. Облік розрахунків з постачальниками да підрядниками // Фінансовий облік [Навчальні матеріали онлайн]. URL : https://pidruchniki.com/1263111343966/buhgalterskiy_oblik_ta_audit/oblik_rozrahunkiv_postachalnikami_pidryadnikami

6. Власюк Г.В. Шляхи вдосконалення бухгалтерського обліку розрахунків з постачальниками. URL : http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=F&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRNSoc_Gum/Dtr_ep/2009_5/files/EC509_09.pdf

7. Бібліотека економіста. URL : https://library.if.ua/book/2/256.html

ДЕЯКІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ ПОТОЧНИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ В ПЕРМАНЕНТНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Перепелюк І., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Облік і оподаткування»
Наук. кер. – Багрій К. Л.

У статті розглянуто сучасні підходи щодо визначення, визнання, оцінки та класифікації поточних зобов'язань підприємства. Проаналізовано методичні засади відображення поточних зобов'язань у системі бухгалтерського обліку та фінансовій звітності, виокремлено основні проблеми та розроблено практичні рекомендації щодо їх вирішення.

The article considers the modern approaches in relation to concerning and confession, estimation and classification of current liabilities of enterprise. The methodical principles of displaying current liabilities in the accounting and financial reporting system are analyzed. The main problems are highlighted and practical recommendations for their solution are developed.

Актуальність. У процесі господарської діяльності підприємств активізуються їхні економічні взаємовідносини з іншими суб'єктами ринку, в тому числі фізичними особами та державними органами, які зумовлюють виникнення зобов'язань, зокрема поточних. Будучи джерелом формування та фінансування активів, останні виконують важливу роль у господарській діяльності підприємств. Здійснюючи суттєвий вплив на фінансову стійкість і платоспроможність суб'єктів господарювання, поточні зобов'язання з огляду на динамічний характер потребують ефективного управління грошовими потоками, а також контролю за фактичним станом розрахунків. Це уможливлюється на основі достовірної, якісної та адекватної інформації про поточні зобов'язання, яка формується в системі бухгалтерського обліку.

Дослідженню поточних зобов'язань присвячені роботи вітчизняних та зарубіжних вчених: С.Л.Березі, О. С. Бородкіна, Б. І. Валуєва, І. О. Власової, О. Н. Волкової, С. Ф. Голова, Н. М. Грабової,

Н. М. Давиденка, І. А. Єфремова, В. П. Завгороднього, Л. М. Кіндрацької, М. Я. Коробова, В. М. Костюченко, М. В. Кужельного, А. М. Кузьмінського, Н. М. Малюги, В. В. Палія, В. В. Панкова, О. А. Петрик, М. С. Пушкаря, Б. Райана, Г. В Савицької та ін.

Критичний аналіз наукових праць провідних вчених та практики господарської діяльності свідчить про те, що окремі теоретичні положення щодо тлумачення поточних зобов'язань є дискусійними, а низка важливих аспектів визначення, класифікації, визнання, оцінки, методики їх обліку потребують уточнення та подальшого вдосконалення.

Метою даної публікації є дослідження теоретичних аспектів та методичних засад обліку поточних зобов'язань в сучасних умовах господарювання і розробка практичних рекомендацій щодо їх удосконалення.

Об'єктом дослідження є поточні зобов'язання підприємства в системі управління підприємством.

Предметом дослідження є деякі аспекти обліку поточних зобов'язань в перманентних умовах господарювання.

В процесі господарювання кожне підприємство повинно володіти засобами, які мають відповідні джерела їх утворення: власні або залучені. Залучені джерела формування господарських засобів, іншими словами зобов'язання - важливий елемент балансу. Сукупна оцінка окремих видів зобов'язань використовується для визначення рівня платоспроможності підприємства, його загальної та швидкої ліквідності. Тому статті зобов'язань у балансі відіграють важливу роль в аналітичних процедурах, що здійснюються як зовнішніми, так і внутрішніми користувачами фінансової звітності, а отже, безпосередньо впливають на ефективність прийнятих управлінських рішень.

Зобов'язання, що відображаються в бухгалтерському обліку, мають юридичний та економічний зміст. Як юридична категорія господарське зобов'язання - це господарські відносини, що регулюються правом. В силу цих відносин одна сторона уповноважена вимагати від іншої здійснення господарських операцій: передачі майна, виконання робіт, надання послуг тощо, а інша сторона зобов'язана виконувати вимоги щодо предмету зобов'язання і має при цьому право вимагати відповідну винагороду - сплату грошей, зустрічні послуги тощо [1, с.18]. Тобто зобов'язання - це заборгованість підприємства іншим підприємствам, організаціям та особам, яка виникає внаслідок здійснення фірмою різних угод. Заборгованість передбачає сплату в майбутньому грошима, товарами або іншими послугами. Юридичним джерелом договірних господарських зобов'язань є господарський договір. Цивільний кодекс України називає господарський договір однією з найпоширеніших підстав виникнення зобов'язань [2].

В бухгалтерському обліку поняття «зобов'язання» вужче, ніж в цивільному законодавстві: зобов'язання характеризуються як оформлені договором цивільно-правові відносини, в силу яких одна сторона зобов'язана здійснити на користь іншої сторони певні дії або утриматись від певних дій, та як сума коштів, яка повинна бути сплачена на певну дату в майбутньому, або існуючі (завдяки минулим операціям чи подіям) зобов'язання підприємства щодо передачі певних активів чи надання послуг іншому підприємству у майбутньому. Зобов'язання існує тільки тоді, коли йому відповідає нормативно-правовий документ [1, с.19].

Відповідно до НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», зобов'язання - це заборгованість підприємства, що виникла внаслідок минулих подій і погашення якої в майбутньому, як очікується, призведе до зменшення ресурсів підприємства, що втілюють в собі економічні вигоди [3].

Подібне визначення наведене в Законі України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» та П(С)БО 11 «Зобов'язання» [4; 5].

Методологічні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про зобов'язання та її розкриття у фінансовій звітності визначає П(С)БО 11 «Зобов'язання» [5]. Відповідно до П(С)БО 11 зобов'язання визнається, якщо його оцінка може бути достовірно визначена та існує ймовірність зменшення економічних вигод у майбутньому внаслідок його погашення. Якщо на дату балансу раніше визнане зобов'язання не підлягає погашенню, то його сума включається до складу доходу звітного періоду.

С. Голов та М. Пушкар розширюють умови визнання зобов'язань, ґрунтуючись на визначених у П(С)БО 11. М. Пушкар до таких умов зараховує: зобов'язання, відображені в теперішньому часі, які вони є наслідком минулих фактів господарського життя (отримані запаси, послуги, завдана шкода, за яку підприємство несе відповідальність); підприємство визнає необхідність майбутніх платежів кредиторам з метою надалі підтримувати господарські зв'язки з ними відповідно до нормального ходу підприємницької діяльності; зобов'язання має бути виконано незаперечно, але майбутні платежі мають імовірний характер, оскільки підприємство може мати ускладнення з платежами; терміни виконання зобов'язань можуть бути визначені, але точна дата невідома; суб'єкт, стосовно якого виникли боргові зобов'язання, має бути ідентифікований як особа чи група осіб, хоча в момент реєстрації зобов'язання суб'єкт міг бути

неідентифікованим [6, с.54]. Таким чином, враховуючи сутність та специфіку зобов'язань, доцільно розширити умови їх визнання в обліку.

Для повного висвітлення інформації про поточні зобов'язання в бухгалтерському обліку важливою умовою є правильна їх класифікація. У міжнародних та національних стандартах бухгалтерського обліку поняття зобов'язань трактуються ідентично, а от класифікація має свої розбіжності, як в законодавчих актах, так і у поглядах вчених.

Відповідно до П(С)БО 11 «Зобов'язання» зобов'язання класифікують на: довгострокові та поточні зобов'язання; непередбачені зобов'язання та доходи майбутніх періодів [5]. НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» визначає поточні зобов'язання як зобов'язання, що будуть погашені протягом операційного циклу підприємства або повинні бути погашені протягом 12 місяців, починаючи з дати балансу [3].

Переважна більшість науковців класифікують зобов'язання за терміном та фактом їх погашення, що базується на вітчизняних стандартах бухгалтерського обліку України. Проте, цей підхід не передбачає чіткого визначення класифікаційних ознак заборгованості. Для вирішення зазначеної проблеми виникає необхідність у розробці комплексного підходу до класифікації зобов'язань, що буде враховувати специфіку окремих видів заборгованості.

Наприклад, для забезпечення надання єдиної загальної класифікації зобов'язань як у науковій бухгалтерській літературі, так і у нормативно-правовій С.І. Травінська пропонує поділ поточних зобов'язань за відповідними критеріями, зокрема: умовами виникнення, співвідношенням прав і обов'язків суб'єктів, визначеністю предмета виконання зобов'язання, за характером взаємозв'язку, за складністю погашення, за часом виникнення, за способом погашення, за можливістю оцінки, за строком погашення, за вартістю, за об'єктом зобов'язання, за формою залучення, за видом діяльності [7].

Оскільки основну частину у структурі поточних зобов'язань становить поточна кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги, для раціонального та своєчасного контролю і управління нею доцільно вести аналітичний облік за певними групами. При цьому варто брати до уваги такі ознаки, як термін погашення та виконання умов погашення.

За терміном погашення заборгованість підприємства доцільно поділити на три групи:

- заборгованість, термін погашення якої не настав;
- відстрочена заборгованість;
- прострочена заборгованість.

Ще одним з дискусійних питань обліку зобов'язань підприємств є достовірність та об'єктивність їх оцінки. Оцінка суттєво впливає на загальний обліковий процес, оскільки завдяки їй можна отримати достовірні дані про наявні ресурси підприємства, достовірну звітність і, як результат, ефективно управляти господарською діяльністю. Зобов'язання традиційно оцінюються сумою коштів, необхідною для погашення заборгованості, або в умовах ринку вартістю товарів і послуг, які потрібно представити. Відповідно до принципу бухгалтерського обліку та фінансової звітності обачності в обліку слід застосовувати такі методи оцінки, які запобігатимуть завищенню оцінки активів і доходів та заниженню оцінки зобов'язань і витрат суб'єктів господарювання. Отже, зобов'язання необхідно оцінювати таким методом, який би не занижував їхню суму. Завдяки дії принципу безперервності оцінку зобов'язань підприємства здійснюють виходячи з припущення, що його діяльність триватиме й надалі. Відповідно до П(С)БО 11 «Зобов'язання» з метою визначення вартості поточних зобов'язань для відображення в балансі використовують оцінку за сумою погашення. Сума погашення - недисконтована сума грошових коштів або їх еквівалентів, яка, як очікується, буде сплачена для погашення зобов'язання в процесі звичайної діяльності підприємства (для оцінки поточних зобов'язань) [5].

Разом з тим, короткострокові кредити банків, на думку науковців, варто оцінювати за теперішньою вартістю, оскільки при отриманні кредиту виникають зобов'язання як за основною сумою боргу, так і за нарахованими відсотками. Нараховуючи відсотки за кредит, підприємство збільшує не тільки свої поточні зобов'язання, але й фінансові витрати. Оцінювання даного виду поточних зобов'язань за теперішньою вартістю дозволить уникнути неправильного відображення нарахування і сплати відсотків у бухгалтерському обліку та викривлення реального фінансового стану підприємства. Кредиторську заборгованість за товари, роботи, послуги, як зазначає Миронова Ю. Ю., доцільно оцінювати за поточною вартістю придбання, оскільки вона враховує чинник інфляції і динаміку цін, але дана умова обов'язково повинна бути зазначена у договорі купівлі-продажу [8].

Нині гостро постає питання своєчасності проведення розрахунків між суб'єктами господарської діяльності, тобто погашення поточних зобов'язань. Порушення строків погашення поточних зобов'язань призводить до їх накопичення та знецінення грошових коштів для кредиторів, що негативно впливає на фінансовий стан підприємств. Вирішення даної проблеми можливе за умов ефективного управління поточними зобов'язаннями на підставі облікової інформації. У зв'язку з цим виникає необхідність

вдосконалення теоретичних і методичних аспектів визнання, класифікації, документування, оцінки та відображення поточних зобов'язань у системі бухгалтерського обліку. Зокрема, залишаються не до кінця вирішеними питання визначення і визнання зобов'язань у вітчизняній практиці. Класифікація зобов'язань відповідно до національних стандартів свідчить про необхідність розробки комплексного підходу, що буде враховувати специфіку окремих видів заборгованості. Остаточно не досліджене та потребує подальшого вивчення питання оцінки зобов'язань та її відображення в бухгалтерському обліку. Розв'язання цих проблем дасть можливість знизити негативний вплив різноманітних факторів та покращити майбутній фінансовий стан підприємства.

Список використаних джерел:

1. Шевчук С. Визнання та оцінка зобов'язань у бухгалтерському обліку і фінансовій звітності / Світлана Шевчук // Бухгалтерський облік і аудит. 2016. № 6. С. 18-23.
2. Цивільний кодекс України : Кодекс України від 16.01.2003 р. № 435-IV. URL: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=43515&test= dCCMfOm7xBWMf8IEZiDJLBiIHdIN.sFggkRbI1c.
3. Національне Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» : наказ Міністерства фінансів України від 07.02.2013 № 73. URL: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13.
4. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16 липня 1999 року № 996-XIУ-ВР URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/996-14.
5. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 11 «Зобов'язання» : наказ Міністерства фінансів України від 31 січня 2000 року № 20 URL: https://buhgalter911.com/normativnaYa-baza/instr-plan-rah/standart-buhgaltersk ogo/ pologhennva-standart- buhgaltersykogo-1021476.html.
6. Самохвал Н. П. Місце поточних зобов'язань в системі бухгалтерського обліку підприємства. URL: http://www.economv.in.ua/pdf/9 2011/17.pdf.
7. Травінська С. І. Класифікація поточних зобов'язань в законодавстві та бухгалтерському обліку. URL: http://bukuniver.edu.ua/Applications/zbirnik/ n6/31 Klas.pdf.
8. Миронова Ю. Ю., Бацман Ю. М., Яценко В. В. Підходи щодо сутності, класифікації та оцінки поточних зобов'язань у системі бухгалтерського обліку підприємства. URL: http://visnvk-onu.od.ua/journal/2016 21 5/44.pdf.

УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ПОТОЧНОЇ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ

Петрушеску Ю., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Облік і оподаткування»
Наук. кер. – Мустеца І. В.

У статті досліджено особливості обліку дебіторської заборгованості на підприємствах торгівлі. Особливу увагу звернуто на актуальність теми наукового дослідження, здійснено огляд наукових домок щодо об'єкту дослідження. Визначені основні проблеми які виникають у процесі організації обліку дебіторської заборгованості підприємства. Обґрунтовано аналітичний та синтетичний облік дебіторської заборгованості на підприємстві оптової торгівлі.

The article examines the features of accounting for receivables at trade enterprises. Particular attention was paid to the relevance of the topic of scientific research, a review of scientific houses on the object of study. The main problems that arise in the process of organizing the accounting of receivables of the enterprise are identified. Analytical and synthetic accounting of receivables at the enterprise is substantiated.

Актуальність дослідження. Розвиток торгівлі значною мірою відображає здатність суспільства вирішувати найважливіші соціально-економічні проблеми. Торгівля в умовах ринкових відносин перетворюється в складну динамічну систему, що функціонує в рамках надзвичайно великомасштабної, соціально-економічної системи ринкового середовища. Весь спектр складних позитивних і негативних процесів, суперечливих тенденцій, що відбуваються в економічному і соціальному житті як країни, так і регіонів, знаходить висвітлення в оптовій торгівлі.

Україна вже тривалий час знаходиться в стані економічної кризи. Об'єктивно в таких умовах найбільш вигідними є галузі, в яких період обороту капіталу мінімальний. Торгівля відноситься саме до таких галузей і в ситуації, що склалася, завдяки високому рівню рентабельності є дуже привабливою. У 2019 році в Україні оптовий товарооборот підприємств оптової торгівлі становив 2322,2 млрд. грн., у 2018 році і 2017 році він склав відповідно 2215,4 млрд. грн. і 1908,7 млрд. грн [13].

Сучасний український оптовий ринок характеризується наявністю великої кількості оптових структур усіх форм власності, а також характерними на них є виникнення дебіторської заборгованості, саме тому випускна кваліфікаційна робота є актуальною.

Проблематикою теми дослідження займаються багато українських науковців, серед них: Бланк І.А., Зудіна Н.Ю., Лігоненко Л.О., Іванілов О.С., Смачило В.В., Дубровська Є.В., Рибкіна О.В. та інші [8,9,10,11,12].

Збільшення дебіторської заборгованості має негативний тренд по відношенню до оборотних активів підприємства, впливає на зменшення ліквідності підприємства, погіршення інвестиційної діяльності та в результаті до банкрутства. Враховуючи вищезазначене можна сказати, що тема випускної кваліфікаційної роботи є актуальною і важливою для багатьох підприємств України, вона охоплює багато секторів економіки і потребує подальших досліджень.

Метою статті є дослідження обліку дебіторської заборгованості підприємств оптової торгівлі.

Виклад основного матеріалу. Головний нормативний документ, яким регулюється порядок ведення обліку на підприємстві та складання фінансової звітності є Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність» [1].

Українські підприємства повинні керуватися такими стандартами (положеннями) бухгалтерського обліку, які регулюють питання методологію обліку дебіторської заборгованості: П(С)БО 10 "Дебіторська заборгованість" [2] та П(С)БО 13 "Фінансові інструменти" [3], в міжнародній практиці використовується МСФЗ 1 "Подання фінансових звітів" [6], МСФЗ 32 "Фінансові інструменти: розкриття та подання"[7] та МСФЗ 39 "Фінансові інструменти: визнання та оцінка" [5].

На нашу думку, на основі аналізу наукових праць і літературних джерел можна виділити найбільш актуальні проблеми організації обліку дебіторської заборгованості:

1. Проблема організації бухгалтерського обліку дебіторської заборгованості та її місце в обліковій політиці.
2. Проблема реальної оцінки дебіторської заборгованості.
3. Проблема формування та обліку резерву сумнівних боргів.
4. Проблема відображення дебіторської заборгованості на рахунках бухгалтерського обліку.
5. Проблема проведення аналізу розрахунків з покупцями та замовниками при наявних методиках.

Проаналізувавши проблеми організації бухгалтерського обліку дебіторської заборгованості проблеми її реальної оцінки, проблеми формування резерву сумнівних боргів та проблему відображення операцій з дебіторською заборгованістю на бухгалтерських рахунках, можна запропонувати такі рекомендації щодо вдосконалення обліку дебіторської заборгованості за розрахунками з покупцями та замовниками.

Науковці акцентують увагу на необхідності приділити увагу організації обліку дебіторської заборгованості та доповнити облікову політику елементами, що дасть змогу вчасно виявити проблемні моменти та вжити заходи щодо відновлення платоспроможності покупців та замовників.

Дебіторська заборгованість відображається у формі 1 «Баланс (Звіт про фінансовий стан)» у складі активів, а також у ф. 5 «Примітки до фінансової звітності», а саме розділ ІХ «Дебіторська заборгованість» у розрізі строків непогашення.

Основними джерелами інформації для контролю розрахункових відносин з покупцями і замовниками слугують первинні документи з обліку розрахунків. Аналітичний облік розрахунків з покупцями та замовниками ведеться за кожним покупцем і замовником, за кожним пред'явленим до сплати рахунком, за кожною операцією.

У складі дебіторської заборгованості досліджуваного підприємства переважає дебіторська заборгованість за розрахунками з покупцями і замовниками послуг, схематично порядок документообігу по операціях з дебіторською заборгованістю наведено на рис.1.

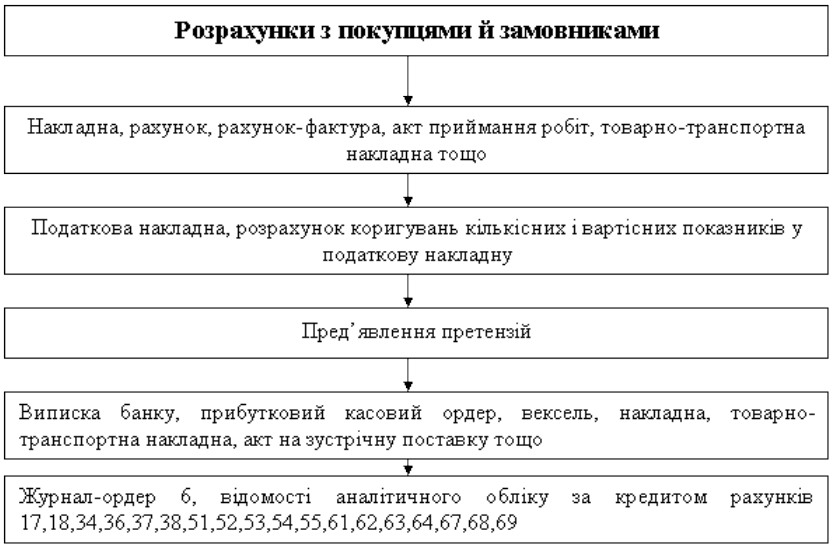

Рис. 1. Порядок відображення в обліку дебіторської заборгованості на торгівельному підприємстві

На підставі видаткових накладних на відпуск товарів і послуг складається Відомість 16 по рахунку 361 «Розрахунки з вітчизняними покупцями». Порядок та форми розрахунків між постачальником та покупцем визначаються в господарських договорах.

Для прийняття зацікавленими особами адекватних та вчасних рішень щодо існуючої політики управління дебіторською заборгованістю в процесі антикризового регулювання фінансово-господарського стану істотне значення мають актуальність і якість інформації про стан розрахунків з дебіторами, що формується на базі даних бухгалтерського обліку конкретних суб'єктів господарювання.

Однак форма бухгалтерського обліку дебіторської заборгованості, яка рекомендована нормативно, не враховує специфіки даного активу, що зумовлює наявність різних ознак його класифікації і велику кількість методів оцінювання.

Крім цього, облікові регістри, що є рекомендовані для використання, не передбачають накопичення інформації про розрахунки з дебіторами різного рівня деталізації і узагальнення. Це зумовлює неможливість отримання інформації про дебіторську заборгованість в обсязі і вигляді, достатньому для проведення аналізу розрахунків з дебіторами зокрема, і заборгованості загалом, з метою прогнозування ймовірності настання платіжної кризи суб'єктів господарювання, складання рекомендацій щодо її попередження.

Висновки та пропозиції. Для вдосконалення системи обліку дебіторської заборгованості можна рекомендувати:

1. Розробити комплекс заходів щодо:

по-перше, пошуку можливостей збільшення кількості покупців і замовників підприємства з тим, щоб зменшити масштаб ризику несплати боргів;

по-друге, постійного моніторингу потенційних дебіторів (оцінювання фінансового стану та платоспроможності, ринкової репутації, іміджу тощо).

2. Створювати резерв сумнівних боргів та виробити порядок його визначення в обліковій політиці підприємства.

3. Своєчасно здійснювати контроль за співвідношенням дебіторської і кредиторської заборгованості. Значне перевищення фактичної дебіторської заборгованості створює загрозу фінансовій стабільності підприємства і робить необхідним залучення додаткових джерел фінансування.

Також доводиться впроваджувати в практику управління лімітування дебіторської заборгованості як у загальних обсягах, так і у розрахунку на одного дебітора (існуючого чи потенційного) і періодично переглядати граничні суми.

Список використаних джерел:

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України станом на 16 липня 1999 р. № 996 / Верховна Рада України (Офіційне видання Верховної Ради України). Київ: Парлам. вид-во, 1999.

2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 "Дебіторська заборгованість". URL: http://zakon2.rada.gov.ua

3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 13 "Фінансові інструменти". URL: http://zakon2.rada.gov.ua

4. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій. URL: http://zakon2.rada.gov.ua

5. Міжнародний стандарт фінансової звітності 39 "Фінансові інструменти: визнання та оцінка". URL: http://zakon2.rada.gov.ua

6. Міжнародний стандарт фінансової звітності 1 "Подання фінансових звітів". URL: http://zakon2.rada.gov.ua

7. Міжнародний стандарт фінансової звітності 32 "Фінансові інструменти: розкриття та подання". URL: http://zakon2.rada.gov.ua

8. Бланк И. А. Финансовый менеджмент. Киев: Ника-Центр Ельга, 2004. 656 с.

9. Зудина, Н.Ю. Анализ и регулирование дебиторской задолженности в коммерческой организации: автореф. дис.... к.э.н.. Москва: ФГОУ, 2009. 26 с.

10. Лігоненко Л.О., Новікова Н.М. Управління дебіторською заборгованістю підприємства. Київ: КНТЕУ, 2005. 276 с.

11. Іванілов О.С., Смачило В.В., Дубровська Є.В. Механізм управління дебіторською заборгованістю підприємства // Актуальні проблеми економіки. 2007. №1. С. 156-163.

12. Рибкіна О.В. Облік дебіторської забор-гованості: управлінський та організаційний аспекти. *Облік, аналіз, аудит та оподаткування: сучасні концепції розвитку:* зб. матеріалів V Всеукраїнської науково-практичної студентської конференції; 17 квітня 2019 р. Київ : КНЕУ, 2019. 690 с.

13. Оптовий та роздрібний товарооборот підприємств оптової та роздрібної торгівлі у січні-серпні 2019 року URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/sr/roz/roz_u/roz0819_u.htm

ОСОБЛИВОСТІ ДОКУМЕНТАЛЬНОГО ВІДОБРАЖЕННЯ РУХУ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ В СЕКТОРІ РОСЛИННИЦТВА

Романчук А., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Облік і оподаткування», спеціалізація «Облік і оподаткування»
Наук. кер. – Маначинська Ю. А.

У статті розкрито особливості документального оформлення операцій з виробничими запасами на вітчизняних сільськогосподарських підприємствах. Досліджено особливості автоматизації процесу документообігу в секторі рослинництва у середовищі програмного продукту «Акцент 7.4».

The article reveals the features of documentary registration of operations with production stocks at domestic agricultural enterprises. The peculiarities of automation of the document circulation process in the crop sector in the software environment "Accent 7.4" are investigated in the article.

Актуальність даної теми полягає в тому, що досить важливою та всебічно необхідною умовою здійснення процесу виробництва в сільському господарстві виступає його забезпечення низкою предметів праці, тобто відповідною сировинною базою, матеріалами сільськогосподарського призначення, паливно-мастильними матеріалами, запасними частинами тощо, з яких або за допомогою яких здійснюється виробництво сільськогосподарської продукції в агросекторі нашої держави. Особливою характерною рисою запасів виробничого характеру є їх одноразове споживання в ході аграрного виробничого циклу та безпосереднє цілковите перенесення вартості на собівартість вирощеної аграрної продукції.

За умов економічної та фінансової нестабільності для аграрних підприємств невдало налагоджена та не раціонально сформована система керування запасами виробничого призначення може обумовити невчасність процесів забезпечення ними процесу виробництва потрібною сировинною та матеріальною основою або навпаки призвести до зворотної тенденції – формування їх надлишкового обсягу в складському господарстві. Останнє, може слугувати причиною – негативного результату господарювання.

Метою статті є обґрунтування необхідності детального та всебічного дослідження особливостей документального відображення операцій з виробничими запасами в секторі рослинництва.

Об'єктом дослідження є процес документального відображення операцій з виробничими запасами на вітчизняних аграрних підприємствах.

Предметом дослідження є комплекс теоретичних, методичних й прикладних проблем з питань розкриття особливостей документального відображення операцій з виробничими запасами на вітчизняних аграрних підприємствах.

Низка проблем щодо розкриття особливостей документального відображення операцій з виробничими запасами в аграрному секторі розглядаються у працях як вітчизняних, так і зарубіжних вчених-економістів. Зокрема праці таких вчених, як В. В. Бабич, М. Т. Білуха, М. О. Бублик, А. М. Герасимович, К. В. Ковтуненко [1], І. Д. Ловска [2], О. О. Логвин, С. Г. Михалевич [3], Д. С. Немченко, Т. О. Олійник [4], О. Ф. Оснач [6], О. А. Петрик, К. В. Попович [7], М. С. Самко, В. В. Сьомченко [8], А. М. Ужва, М. С. Цапова [9], М. Т. Шендригоренко, І. М. Юркова та інших. Суттєвий науковий доробок вищезгаданих вчених здійснив вагомий вклад у подальший розвиток, як організаційних так й методичних аспектів обліково-аналітичних процедур щодо операцій з виробничими запасами. Але навіть врахування численних напрацювань не може в повній мірі врахувати всі потреби, що диктують умови економічної нестабільності в країні за умов пандемії COVID-19, адже слід звернути увагу на низку невирішених питань. Зокрема досить недосконалою виступає система організації обліку з запасами виробничого призначення, що спричиняє несвоєчасну передачу інформації для керівництва всіх ієрархічних рівнів. Окрім того потребує подальших досліджень уточнення сутності категорії «виробничі запасами в аграрному секторі», їх класифікаційні характеристики та підходи до оцінки. Сукупна систематизація проблемних аспектів та нагальних невирішених питань на ділянці дослідження й спонукали постановку мети для проведення дослідження.

Результат досліджень. Досить важливою ділянкою в аграрному секторі є раціональна організація документообігу, що чинить вагомий вплив на ефективність функціонування в цілому. Тому правильне документування фактів оприбуткування, переміщення та списання запасів виробничого призначення на сільськогосподарських є важливою ділянкою, що потребує постійного моніторингу задля здійснення управлінських процедур.

Сам хід процесу безперервного документообігу на агрофірмі охоплює наступні три стадії облікового процесу, а саме: первинну, поточну та підсумкову. Відповідно оскільки приймання виробничих запасів на

агрофірмі здійснюється як на базі взяття до уваги кількісної форми, так і їх якісного виміру, то в системі облікових процедур до уваги приймають момент настання відповідності матеріального характеру.

Система своєчасного забезпечення агрофірм запасами виробничого характеру сформована на базі укладання договорів із відповідними постачальниками, в свою чергу, у разі приймання даних об'єктів на залізниці (що знаходиться неподалік від місця розташування агрофірм) експедитору видається довіреність тип. ф. № М-2, окрім того їх видача в обов'язковому порядку фіксується у відповідному Журналі фіксації відомостей про видані доручення (тип. ф. № М-3).

В ході здійснення відвантаження запасів виробничого призначення постачальних виписує наступні документи: ТТН, рахунок-фактуру, ярлики, сертифікати якості, довідки відповідних аналізів, податкова накладна, що виступає в якості основної підстави на підставі якої здійснюється оприбуткування об'єктів на фірмі. Сам процес одержання та оприбуткування досліджуваних об'єктів ілюструє рис. 1.

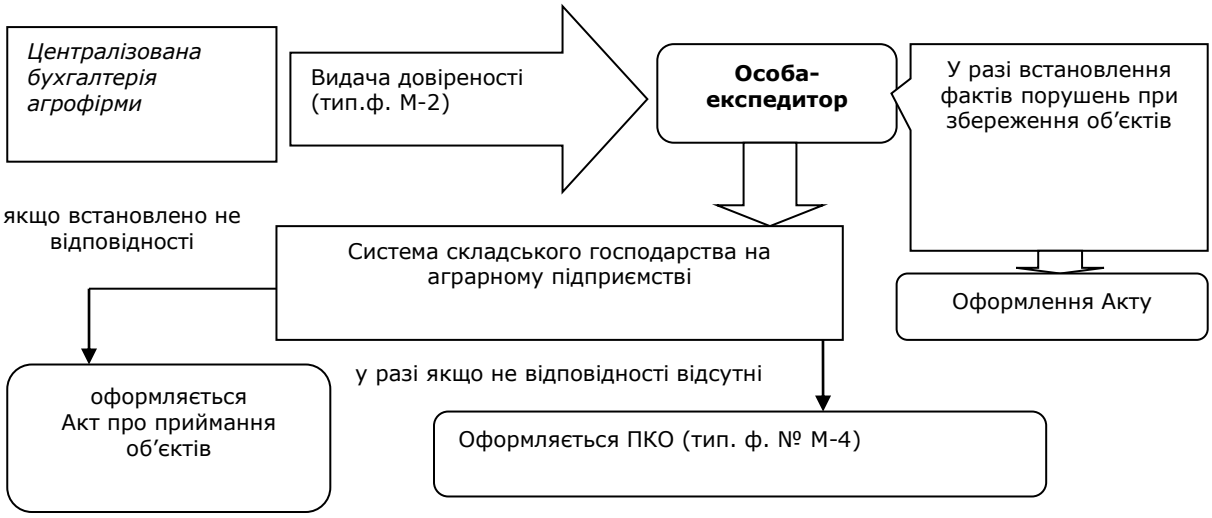

Рис. 1. Схематичне відображення фактів надходження запасів виробничого призначення в секторі рослинництва

Сам процес переміщення запасів виробничого призначення здійснюється за такими етапами, як: оприбуткування, зберігання (тобто організація складського господарства), та переміщення у сільськогосподарське виробництво. Наглядна ілюстрація фактів переміщення в ході процесу оприбуткування об'єктів на агрофірми дає змогу відмітити про важливість організації їх складування. На сільськогосподарському підприємстві кожному складу, у відповідності до внутрішньої розпорядчої документації дирекції, присвоюється певний номер, який в обов'язковому порядку фіксується на документованих формах, що стосуються надходження та вибуття з нього одиниць виробничих запасів.

Одними із основних первинних документованих носіїв даних при відпуску виробничих запасів у процес сільськогосподарське виробництва на агрофірмі є лімітно-забірна картка (ЛЗК, тип. ф. № М-8, М-9), в якій встановлюються обмеження щодо їх споживання у періоді, а також накладні-вимоги (тип. ф. № М-11), на окреме найменування в обов'язковій формі виписуються по два екземпляри зазначених форм. У разі продажу агрофірмою виробничих запасів на сторону оформляють однойменну накладну на фіксацію такої реалізації (тип.ф. М-11).

В системі складського господарства, серед первинних форм важливе місце займає картка складського обліку (тип.ф. М-12), безпосередню організацію видачі яких здійснюють самі МВО, за часту така відповідальність матеріального характеру покладається на завідувачів складськими приміщеннями.

Окрім розглянути первинних форм в агропромисловому виробництві використовують й специфічні типові форми, особливо це стосується споживання матеріалів сільськогосподарського призначення (тип. ф. №118 та №119), що вже включені у зображену на рис. 2 інформаційну модель документообігу агрофірм.

В ході відпуску матеріалів сільськогосподарського призначення у виробничий процес, в обов'язковому порядку комірник повинен задокументувати цей факт, для цього застосовується форма видаткової накладної матеріалів у виробничий процес, із зазначенням всіх обов'язкових реквізитів (номеру партії, вагових та кількісних характеристик, із підписами відповідальних за дану операцію руху осіб агрофірми).

До бухгалтерії агрофірми практично щоденно завскладом подає інформацію про рух запасів виробничого призначення та їх відпуск у виробничій процес у формі спеціального Звіту. Інший примірник даної документованої форми завскладом зобов'язаний залишити у себе, окрім того до нього повинні бути прикріплені всі підтверджуючі документи, що засвідчують факт руху вивчаємих об'єктів. У відповідності на

основі даних одержаного звіту про рух матеріалів і тари в бухгалтерії агрофірм уповноважений на це працівником облікової служби проводяться відповідні записи в Книгу обліку надходження й витрачання запасів виробничого характеру, що слугує важливим джерелом інформації при оцінці відповідності їх рівня при побудові системи нормування. Одночасно при відпуску у виробничій процес досліджуваних об'єктів, завжди оцінюються та контролюються їх якісні характеристики.

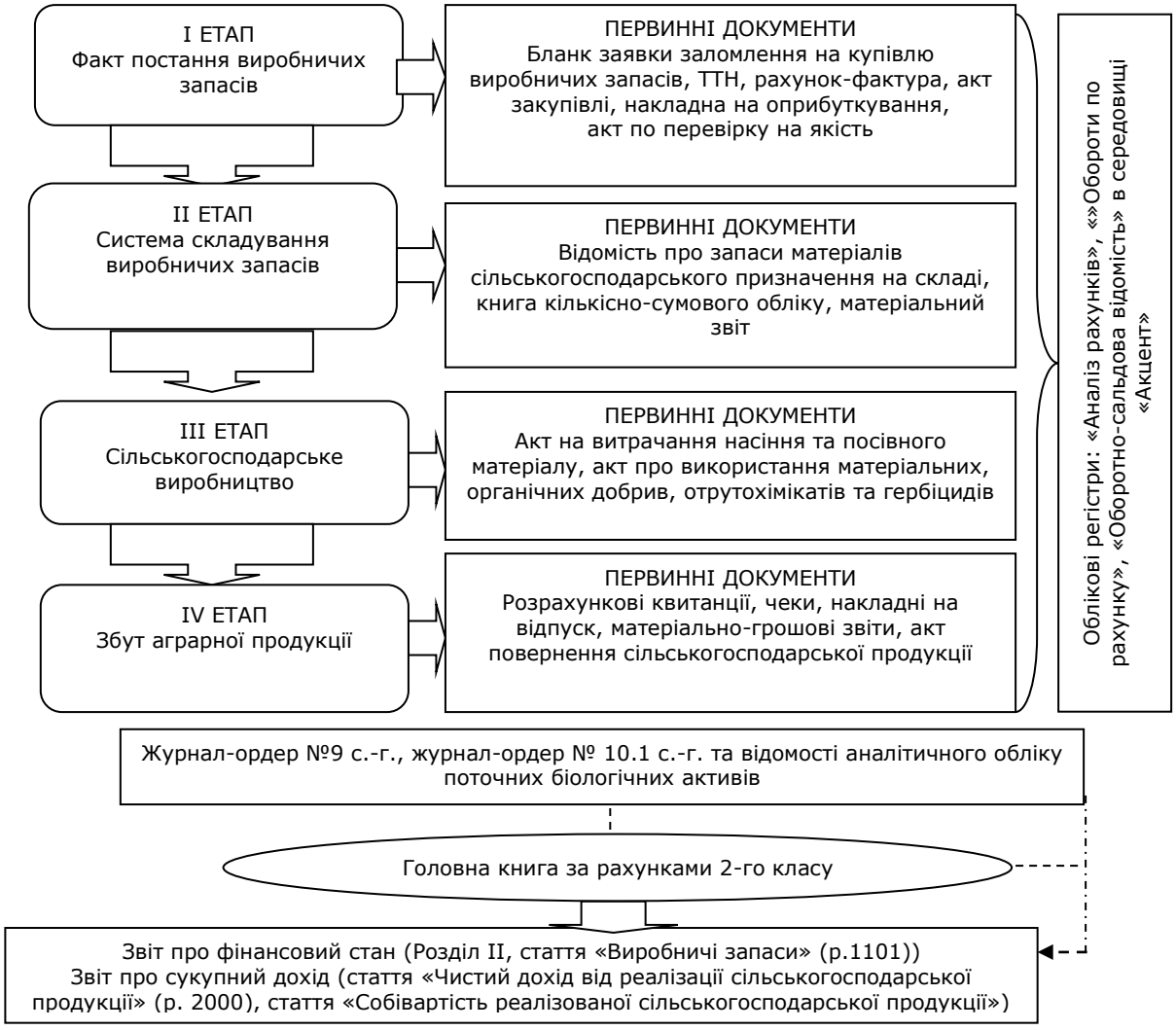

Рис. 2. Інформаційна модель системи документального відображення операцій із запасами виробничого призначення [43]

Окрім того в ході документування важливою ділянкою є відображення відомостей про МШП, серед документованих форм виокремлюють документи якими фіксуються відомості про відпуск МШП у процес сільськогосподарського виробництва, а також форми де зафіксований факт їх списання – це так звані документовані форми бухгалтерського обліку, але й існують форми оперативного обліку – зокрема щодо передачі МШП у ремонт, а також їх видачу працівникам агрофірми тощо.

Серед облікових регістрів, важливими журнальними формами для відображення даних про виробничі запаси в аграрній сфері є Журнал-ордер №9 с.-г., та Журнал-ордер № 10.1 с.-г. (за кредитом рахунків 20, 22, 27, 28), а також система аналітичних відомостей (№ 9.1 с.-г.).

Висновки. Оскільки ділянка облікових процедур із виробничими запасами на вітчизняних сільськогосподарських підприємствах є досить важливою й водночас складною, проте в інформаційному середовищі багато аспекті спрощується, та полегшується у зв'язку із оформленням документів в обліковому програмному продукті «Акцент 7.4». Так, система автоматизації облікових процедур при організації складського господарства взаємопов'язує між собою інформаційні потоки даних між відокремленими підрозділами агрофірми. Розділи Головної книги в середовищі «Акцент 7.4» де зафіксовано відомості про виробничі запаси в тому числі й МШП для аграрних підприємств. Загалом, наявна сукупність документованих форм на підприємствах сектору рослинництва щодо відображення операцій з переміщення запасів виробничого спрямування створюються всі умови для створення дієвої

системи налагоджених облікових процедур, що відповідає оргструктурі та умовам в яких функціонує суб'єкт агросектору.

Список використаних джерел:

1. Ковтуненко К. В., Гаврилюк З. В. Компетентнісний підхід і його застосування в організації обліку виробничих запасів // Праці Одеського політехнічного університету. 2019. № 2. С. 324-330.
2. Ловска І. Д. Нормативне регулювання бухгалтерського обліку виробничих запасів спиртової промисловості // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Сер. : Економічні науки . 2020. № 1. С. 124-128.
3. Михалевич С. Г., Михалевич С. Г. Внутрішньогосподарський контроль виробничих запасів у системі управління швейних підприємств // Економічні науки. Сер. : Економіка та менеджмент. 2019. Вип. 9(2). С. 305-310.
4. Олійник Т. О., Музичук Р.В. Формування первісної вартості виробничих запасів // Сталий розвиток економіки. 2020. № 3. С. 266-269.
5. Олійник А. П. Сучасні методи обліку виробничих // Економічні науки. Сер. : Облік і фінанси. 2018. Вип. 9(2). С. 507-513.
6. Оснач О. Ф., Архіпов С.В. Оптимізація виробничих запасів як джерело скорочення витрат підприємства // Вісник соціально-економічних досліджень. 2020. Вип. 1. С. 134-139.
7. Попович К. В. Удосконалення організації обліку виробничих запасів на підприємствах України // Управління розвитком. 2019. № 15. С. 65-68.
8. Сьомченко В. В. Роль внутрішньогосподарського контролю використання виробничих запасів на підприємстві // Держава та регіони. Сер. : Економіка та підприємництво. 2020. № 3. С. 130-132.
9. Цапова М. С. Методичні підходи до оцінки виробничих запасів на підприємстві // Управління розвитком. 2019. № 20. С. 132-133.

АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА: ПРОБЛЕМНО-ПРОГНОСТИЧНИЙ ПІДХІД

Самчук Н., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Облік і оподаткування», спеціалізація «Облік і оподаткування»
Наук. кер. – Лучик С. Д.

Стаття присвячена розкриттю аналізу основних засобів в операціях з нерухомим майном. Розроблено проблемно-прогностичний підхід на основі розглянутих методичних підходів до аналізу основних засобів, враховуючи міжнародний досвід.

The article is devoted to the disclosure of the analysis of fixed assets in real estate transactions. The problem-prognostic approach on the basis of the considered methodical approaches to the analysis of fixed assets, taking into account the international experience is developed.

Актуальність даної теми полягає в тому, що приєднання України до міжнародного бухгалтерського співтовариства зумовлює змістовне доповнення традиційних функцій бухгалтерського обліку (інформаційної, контрольної, аналітичної в обмеженій формі) аналітичними функціями проблемно-прогностичного характеру, що забезпечить стейкхолдерів всією необхідною інформацією про стан, динаміку, проблеми й ризики об'єкта управління чи інвестування. У цьому аспекті важливою є аналітична інформація про основні засоби підприємства як стратегічної складової діяльності підприємства.

Метою статті є обґрунтування змісту і алгоритму проблемно-прогностичного підходу до аналізу основних засобів та його апробація на підприємствах, якіза КВЕД-2010 входять до секції L (операції з нерухомим майном).

Об`єктом дослідження є процеси, пов'язані з використанням основних засобів підприємств які виконують операції з нерухомим майном.

Предметом дослідження є методика аналізу основних засобів підприємств, які здійснюють операції з нерухомим майном.

На основі методичних підходів до аналізу основних засобів, враховуючи міжнародний досвід [1], розроблено проблемно-прогностичний підхід (табл. 1). Запропоновано методику аналізу основних засобів, яка включає визначення етапів аналізу, формування системи показників, методів та інформаційної бази для кожного етапу аналізу, і, на відміну від існуючих, має проблемно-прогностичну спрямованість, що дає можливість виконати комплексний аналіз основних засобів, визначити напрямки підвищення ефективності їх використання, оцінити вплив на фінансові результати підприємства.

Два перших етапи аналізу є традиційними для аналізу. Перший етап – аналіз динаміки основних засобів за обсягом, складом та структурою або трендовий аналіз (trendanalysis) – є підставою визначення основних тенденцій та коливань у розвитку основних засобів, а також оцінки потенціалу підприємства.

Другий етап – базовий коефіцієнтний аналіз (ratioanalysis) основних засобів – полягає в обчисленні, аналізі, у тому числі у динаміці, та порівнянні з нормативними і середньо-галузевими значеннями

показників, об'єднаних Бердар М. М. [2, с. 243] у три основні групи коефіцієнтів, які характеризують: забезпечення підприємства основними засобами, стан основних засобів і ефективність використання основних засобів.

Таблиця 1

Алгоритм аналізу основних засобів підприємства: проблемно-прогностичний підхід

Алгоритм аналізу основних засобів підприємства	
Етап 1 Аналіз динаміки основних засобів	Аналіз динаміки складу та структури основних засобів у цілому та за їхніми класифікаційними ознаками
Етап 2 Базовий коефіцієнтний аналіз основних засобів	Аналіз забезпеченості підприємства основними засобами Аналіз стану основних засобів Аналізефективностівикористанняосновнихзасобів
Етап 3 Інтегральна оцінка ефективності використання основних засобів	Аналіз умовного середнього економічного ефекту (I інтегральний показник ефективності використання основних засобів) Аналіз умовного середнього економічного ефекту з урахуванням продуктивності праці (II інтегральний показник ефективності використання основних засобів) Аналіз загальної ефективності обладнання (коефіцієнт OEE)
Етап 4 Ризик-орієнтований аналіз основних засобів	Аналіз ризиків забезпечення підприємства основними засобами, стану і ефективності використання основних засобів Аналізінтегральногоризику через технологічний, фінансово-економічний та екологічнийризикиосновнихзасобів
Етап 5 Проблемний управлінський аналіз основних засобів	Оцінка впливу стану та ефективності використання основних засобів на фінансові результати і фінансовий стан підприємства Виявлення чинників підвищення ефективності використання основних засобів
Етап 6 Формування аналітичного звіту про основні засоби	Звіт про стан та ефективність використання основних засобів Прогностична інформація для прийняття рішень щодо покращення структури, стану та ефективності використання основних засобів

До показників, які характеризують забезпеченість підприємства основними засобами, належать: фондоозброєність, фондомісткість, коефіцієнт реальної вартості основних виробничих засобів у майні підприємства. Стан основних засобів характеризують через такі коефіцієнти: зносу; придатності; оновлення; вибуття основних засобів. До показників, які характеризують ефективність використання основних засобів, належать: фондовіддача, рентабельність основних засобів.

Динаміку показників ефективності використання основних засобів на підприємствах секції L за КВЕД-2010 за період 2016-2020 рр. ілюструє табл. 2. Формально ефективність управління основними засобами на цих підприємствах зростає у 2018 та 2019 роках: так у 2018 р. на 1 грн. основних засобів припадало 0,0075 грн реалізованої продукції, у 2019 р. показник зріс до 19,63 грн., проте вже у 2020 році цей показник має від'ємне значення -13,71 грн. Це характеризує що у 2020 році відбулось зменшення інтегральної ефективності використання активної частини основних засобів у порівняння з 2019 роком. Для порівняння: у цілому по Україні фондовіддача у 2020 р. складала 3,31 грн. Рентабельність основних засобів (Фр – фондорентабельність) на підприємствах секції L у 2020 вказує на збитковість основних засобів.

Таблиця 2

Інтегральна оцінка ефективності використання основних засобів підприємств секції L за КВЕД-2010*

	Фв	Фр	Фт	$ФЕ_1$	$ФЕ_2$
2016	0,54	-22,34	0,0000322	0	0
2017	0,60	-7,60	0,0000360	0	0
2018	0,65	0,0075	0,0000361	0,07	0,000419
2019	0,69	19,63	0,0000391	3,68	0,23
2020	0,61	-13,71	0,0000372	0	0
За всіма видами економічної діяльності, 2020 р.	3,31	8,90	0,00000449	5,43	0,0115

*Джерело: розраховано за даними [3].

Потрібно додати, що під час аналізу основних засобів на конкретному підприємстві набір зазначених показників має уточнюватися згідно його видів економічної діяльності.

Другий крок полягає в аналізі загальної ефективності обладнання через коефіцієнт загальної ефективності обладнання [1], але це стосується виробничих підприємств або підприємств, які поряд з

основним видом діяльності, наприклад, «46.19 –Діяльність посередників у торгівлі товарами широкого асортименту», займаються виробництвом продукції. Тому у даному дослідженні цей крок не реалізується.

На третьому етапі проводиться інтегральне оцінювання ефективності використання основних засобів, яке включає два аналітичних кроки. Перший крок ґрунтується на підході, запропонованому в [4], тобто здійснюється аналіз умовного середнього економічного ефекту (I інтегральний показник ефективності використання основних засобів) та аналіз умовного середнього економічного ефекту з урахуванням продуктивності праці (II інтегральний показник ефективності використання основних засобів).

Згідно з [4] I і II інтегральні показники ефективності використання основних засобів обчислюються за формулами:

$$ФЕ' = \sqrt{ФВ \times ФР}, \quad (1)$$

$$ФЕ'' = \sqrt{ФВ \times ФР \times ФТ}, \quad (2)$$

де $ФЕ_1$, $ФЕ_2$ – інтегральні показники ефективності використання основних засобів; *Фв* – фондовіддача основних засобів; *Фр* – фондорентабельність; *Фт* – рівень ефективності використання основних засобів для здійснення трудової діяльності, який розраховується як відношення продуктивності праці до середньорічної вартості основних засобів.

Але, як випливає з (1-2), недоліком цього підходу, є неможливість його застосування за від'ємної рентабельності, тобто збитковості основних засобів. У такому випадку в аналітичному звіті має вказуватися нульова ефективність використання основних засобів. У табл. 2 наведено результати інтегральної оцінки ефективності використання основних засобів підприємств секції L й для порівняння у цілому по Україні. Значення I інтегрального показника ефективності використання основних засобів ($ФЕ_1'$) показує, що у 2019 р. на 1 грн, вкладену в основні засоби, припадало 3.68 грн. умовного середнього економічного ефекту у вигляді виручки від реалізації і чистого прибутку, а з врахуванням продуктивності праці ($ФЕ_2'$) – 23 коп., про те у 2020р.значення I інтегрального показника ефективності використання основних засобів нульова.

Четвертий етап – ризик-орієнтований аналіз основних засобів – також складається з двох кроків згідно алгоритму. Для оцінки ризиків забезпечення підприємства основними засобами, стану основних засобів і ефективності їх використання пропонується застосовувати традиційну відносну міру ризику – коефіцієнт варіації, який характеризує неоднорідність (варіабельність) сукупності спостережень і розраховується за формулою:

$$V = \frac{\sigma}{\overline{x}} \cdot 100,$$

де *V* – коефіцієнт варіації, *σ* – середньоквадратичне відхилення випадкової величини, $\overline{X}$ – середнє (очікуване) значення випадкової величини.

Існує декілька підходів до класифікації варіабельності вибірки, для показників основних засобів пропонується така: якщо $V \leq 10$,вибірка варіабельна слабо, тобто низький ризик, якщо $10 < V \leq 20$– середній ризик, якщо $V > 20$ – високий ризик. Варіації, що виникають під час використання основних засобів, збільшують загальний ризик підприємства та є негативним сигналом для його менеджменту і інвесторів. Не схильний до ризику інвестор вважав би за краще інвестувати у підприємство, яке демонструє сталі показники, у даному випадку щодо основних засобів. Результати аналізу, наведені у табл. 3, свідчать про середній ризик щодо фондоозброєності та зносу та взагалі неприйнятний ризик щодо придатності та фондорентабельності основних засобів підприємств секції L. Високий ризик фондоозброєності пояснюється синергетичним ефектом суттєвих коливань середньорічної вартості основних засобів і кількості працівників, а ризик фондорентабельності – збитковістю підприємств у 2016, 2017 та-2020 рр. (див. табл. 3).

Реалізацію другого кроку етапу аналізу ризиків проілюстровано у [5]: технологічний, фінансово-економічний, екологічний ризики основних засобів визначаються, як відхилення фактичних значень енергоефективності, капіталомісткості і екологічної ефективності від планових, а на їх підставі визначається інтегральний ризик.

П'ятий етап – проблемний управлінський аналіз основних засобів –фокусується насамперед на оцінці впливу стану та ефективності використання основних засобів на фінансові результати і фінансовий стан підприємства, а також виявленні чинників підвищення ефективності використання основних засобів засобами економетричного моделювання. Результати економетричного аналізу створюють базис для прийняття обґрунтованих рішень щодо управління основними засобами.

Проблемний управлінський аналіз основних засобів фокусується на оцінці впливу забезпеченості, стану та ефективності використання основних засобів на фінансові результати і фінансовий стан

підприємства, а також виявленні чинників підвищення ефективності використання основних засобів засобами економетричного моделювання. Результати економетричного аналізу створюють базис для прийняття обґрунтованих рішень щодо управління основними засобами.

Таблиця 3

Ризик-орієнтований аналіз основних засобів підприємств секції L заКВЕД-2010: 2016-2020 рр.*

	Середньоріч-на вартість, млн. грн.	*Забезпеченість підприємства основними засобами*			*Стан основних засобів*		*Ефективність використання*	
		Фондо-місткість	*Фондоозб-роєність*	*Частка в активах*	*Знос, %*	*Придат-ність, %*	*Фондо-віддача*	*Фондо-рентабель-ність*
Середньо-квадратичне відхилення	28463,	0,16	208,75	0,13	13,33	13,33	0,06	15,99
Середнє значення	2224532,8	2,09	1367,51	1,30	90,47	9,53	0,62	-4,80
Коефіцієнт варіації, %	12,68	7,75	15,27	9,88	14,73	139,87	9,11	-331,66

*Джерело: розраховано за даними [3].

Процедура аналізу передбачає оцінку причинно-наслідкових зв'язків між показниками використання основних засобів і фінансових результатів підприємства. Результати кореляційного аналізу (табл. 4) свідчать про тісну лінійну пряму кореляційну залежність між середньорічною вартістю основних засобів і обсягами реалізованої продукції (товарів, послуг) підприємств секції L, у тому числі на одного робітника, водночас кореляція з чистим прибутком, рентабельністю операційної діяльності та всієї діяльності підприємств є середньою.

Таблиця 4

Кореляція окремих показників основних засобів і фінансових результатів підприємств секції L за КВЕД-2010 у 2016-2020 рр.*

	Серед-ньорічна вартість ОЗ	*Коефіцієнти забезпеченості підприємства ОЗ*			*Коефіцієнти стану ОЗ*		*Коефіцієнти ефективності використання ОЗ*	
		Фондо міст-кість	*Фондоозб роєність*	*Частка ОЗ в активах*	*Ступінь зносу*	*Рівень придат-ності*	*Фондо-віддача*	*Фондо-рентабе-льність*
Обсяг реалізованої продукції	0,916	-0,717	0,765	-0,360	-0,600	0,602	0,860	0,411
Обсяг реалізованої продукції на 1 робітника	0,982	-0,228	0,990	-0,170	-0,937	0,940	0,450	0,234
Чистий прибуток	0,274	-0,986	0,024	-0,178	0,208	-0,207	0,904	0,992
Рентабельність операційної діяльності	0,222	-0,982	-0,037	-0,218	0,275	-0,273	0,903	0,984
Рентабельність всієї діяльності	0,343	-0,993	0,091	-0,207	0,137	-0,136	0,923	0,995

*Джерело: розраховано на основі даних [3].

Крім того, прослідковуємо суттєву залежності між чистим прибутком, рівнями рентабельності і фондовіддачею та фондорентабельністю. Аналогічно високі коефіцієнти кореляції між обсягами реалізованої продукції і фондоозброєністю, рівнем придатності. Неочікуваним результатом стала відсутність залежності.

Виходячи з цих міркувань, спочатку доцільно будувати однофакторні економетричні моделі впливу середньорічної вартості основних засобів на окремі фінансові результати підприємств. У даному дослідженні отримано таку систему моделей:

$$Op = -1769113 + 44{,}883\ Bоз \qquad R^2 = 0{,}839 \qquad (4)$$
$$(0.0003) \qquad (0.000001)$$

$$Орроб = -2{,}14 + 0{,}000005\ Bоз \qquad R^2 = 0{,}965 \qquad (5)$$
$$(0.005) \qquad (0.00009)$$

$$ЧП = -186889 + 1{,}9998Воз \quad R^2 = 0{,}075 \quad (6)$$
$$(0.084) \quad (0.099)$$

$$Род = -22{,}90 + 0{,}004Воз \quad R^2 = 0{,}049 \quad (7)$$
$$(0.199) \quad (0.076)$$

$$Рд = -31{,}73 + 0{,}0003Воз \quad R^2 = 0{,}117 \quad (8)$$
$$(0.088) \quad (0.104)$$

де *Ор* – обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг), млн. грн.; $Ор_{роб}$ – обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) на 1 робітника, млн. грн/роб.; *ЧП* – чистий прибуток (збиток), млн. грн.; *Род* – рентабельність (збитковість) операційної діяльності, %; *Рд* – рентабельність (збитковість) всієї діяльності, %; *Воз* – середньорічна вартість основних засобів, млн. грн.; у дужках р-значення для регресійних коефіцієнтів.

Аналіз результатів моделювання (4-8) призводить до таких висновків.По-перше, р-значення менші за 0,0001 свідчать про суттєву значущість відповідних оцінок коефіцієнтів при *Воз*моделей (1-2), для моделей (6-7) значущість на рівні лише 10 %, для моделі (8) – очікуваний не значущий вплив вартості основних засобів на рентабельність всієї діяльності підприємств обраного виду економічної діяльності. По-друге, на підприємствах обраної галузі варіація обсягу реалізованої продукції визначається варіацією середньорічної вартості основних засобів на 83,9 % (R^2 = 0.839), а обсягу реалізованої продукції на 1 робітника – на 96,5 %, для решти результативних показників – до 10 %. Як відомо, зручним інструментом оцінки впливу факторів на результативний показник є коефіцієнт еластичності. У даному випадку обчислені коефіцієнти еластичності вказують на те, що зростання середньорічної вартості основних засобів на 1 % призведе до зростання обсягу реалізованої продукції у середньому на 1,8 %, обсягу реалізованої продукції на 1 робітника – на 2,1 %, рентабельність операційної діяльності – на 3,3 % за істотно незмінної тенденції. Водночас середні значення чистого прибутку і рентабельності всієї діяльності підприємств від'ємні і не значущі, що позбавляє сенсу розрахунок коефіцієнтів еластичності.Але можлива інтерпретація параметру при *Воз* в моделі (8): при зростанні середньорічної вартості основних засобів на 1 грн. чистий прибуток зростає приблизно на 2 грн. у середньому, але на 10% цей висновок може бути зумовлений випадковістю (у випадку обсягу реалізованої продукції шанс випадковості складає 0,001 %).

На шостому заключному етапі формується аналітичний звіт про основні засоби, яких містить дві складові частини: звіт про стан та ефективність використання основних засобів та прогностичну інформацію для прийняття рішень щодо покращення структури, стану та ефективності використання основних засобів, яка формується за результатами економетричного моделювання.

Орієнтація вітчизняного бухгалтерського обліку на міжнародні стандарти передбачає розширення його аналітичних функцій, що потребує розробки аналітичних процедур з урахуванням міжнародного досвіду і використанням сучасних методів. У дослідженні запропоновано методику аналізу основних засобів, яка включає визначення етапів аналізу, формування системи показників, методів та інформаційної бази для кожного етапу аналізу, і, на відміну від існуючих, має проблемно-прогностичну спрямованість, що дає можливість виконати комплексний аналіз основних засобів, визначити напрямки підвищення ефективності їх використання, оцінити вплив на фінансові результати підприємства. Емпіричні результати дослідження рекомендується використовувати як показники-орієнтири під час аналізу та розробленні політики управління основними засобами на підприємствах секції L3a КВЕД-2010 (операції з нерухомим майном). Перспективи подальших досліджень полягають, по-перше, у вивченні причинно-наслідкових зв'язків між показниками щодо використання основних засобів та фінансових результатів за великими вибірками підприємств, тому числі інших галузей, що підвищить статистичну значущість висновків; по-друге, у систематизації факторів, які впливають на ефективності використання основних засобів.

Список використаних джерел:

1. PintelonL.M., Muchiri P.N. Performance measurement using overall equipment effectiveness (OEE): Literature review and practical application discussion. *International Journal of Production Research*. 2008. № 46(13). P. 3517-3535. DOI: 10.1080/00207540601142645ff. ffhal-00512968

2. Бердар М.М. Фінанси підприємств. Навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 352 с.

3. Діяльність підприємств. Державна служба статистики України. URL: http://ukrstat.gov.ua (дата звернення 21.09.2021).

4. Юрчишена Л.В.,Волинець С.М. Аналіз ефективності використання основних засобів на підприємстві. *Ефективна економіка*. 2011. № 8. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=668

5. Zhurkina, T.A. and Sabetova, T.V. (2018), Improvement of the methods for company's fixed assets analysis, *Vestnik VGUIT*, vol. 80, no. 1, pp. 273–282. DOI:10.20914/2310-1202-2018-1-273-282 273

ЕТИМОЛОГІЯ ПОНЯТТЯ «ВИТРАТИ» ТА ЇХ КЛАСИФІКАЦІЯ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ

Соколюк Н., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Облік і оподаткування», спеціалізація «Облік і оподаткування»
Наук. кер. – Маначинська Ю. А.

У статті розкрито основні аспекти трактування змісту понять «витрати» та «затрати» на вітчизняних сільськогосподарських підприємствах. Досліджено особливості класифікації витрат в аграрному секторі з точки зору підвищення ефективності управління сільськогосподарським підприємством.

The article reveals the main aspects of the interpretation of the content of the concepts of «expenses» and «costs» at domestic agricultural enterprises. The peculiarities of classification of expenses in the agrarian sector in terms of increasing the efficiency of agricultural enterprise are investigated in the article.

Актуальність даної теми полягає в тому, що найбільш рентабельним сектором сільського господарства виступає садівництво, проте на сучасному етапі прояву кризових змін саме ця галузь рослинництва в нашій країні опинилася на межі виживання. Це обумовлено першочергово тим, що дана сфера потребує потужних капіталовкладень, віддачу від яких інколи слід очікувати досить тривалий термін, що обумовлено специфічними особливостями сільськогосподарського виробництва. В силу таких тенденцій, переважна більшість аграрних підприємств надають перевагу видам діяльності щодо вирощування таких культур, витрати на які швидше окуповуються.

Зі сторони держави відсутнє вдало побудоване регулювання системи реалізації плодів та ягід, за рахунок чого вітчизняний ринок плодово-ягідної продукції переповнився імпортом. Оздоровлення даного сектору економіки та ефективність роботи спеціалізованих господарств по садівництву залежить від управлінської діяльності менеджерів, що можуть забезпечити економічну самостійність суб'єктів та виробництво конкурентоспроможної плодово-ягідної продукції. У зв'язку з цим постає нагальна необхідність у дослідженні інформаційно-аналітичного забезпечення управління на основі побудови раціональної системи бухгалтерського обліку та аналізу саме на аграрних підприємствах вітчизняної економіки.

Метою статті є обґрунтування необхідності удосконалення змісту поняття «витрати» в системі управління аграрним бізнесом.

Об'єктом дослідження є теоретичні основи трактування терміну «витрати» на вітчизняних аграрних підприємствах.

Предметом дослідження є комплекс теоретичних, методичних й прикладних проблем з питань удосконалення трактування змісту поняття «витрати» на вітчизняних аграрних підприємствах та їх класифікації.

Низка проблем щодо трактування змісту поняття «витрати» та визначення їх класифікації в аграрному секторі розглядаються у працях як вітчизняних, так і зарубіжних вчених-економістів. Зокрема праці таких вчених, як Р.А. Алборов, А.І. Аптухова, Л.І. Архіпової, В.І. Балиренко, Г.Л. Бапкова, В.Р. Боєва, А.Г. Зельднера, А.П. В.Б. Івашкевича, Т.П. Карпової, Курносова, Є.А. Ламінської, В.В. Милосердова, С.А. Ніколаєвої, В.С. Плотнікова, А.А. Ризакулова, М.В. Шаповала, А.Д. Шеремєта, В.Г. Широбокова, А.Т. Шупової, Є.М. Якушенка, та інших. Проте недостатня розробленість теоретичних, методологічних й організаційно-методичних підходів до трактування змісту поняття «витрати» та «затрати» сільськогосподарських підприємств, що функціонують в сфері садівництва визначають актуальність й практичну важливість обраної теми дипломної роботи, обумовлюють мету й зміст поставлених в ній задач. До сих під залишаються не вирішеними в галузевих методичних рекомендаціях та інструктивних документах багато актуальних питань, що безпосередньо обумовлені динамічними змінами зовнішнього середовища та сучасними проявами кризових змін в силу одночасних інфляційних процесів.

Результат досліджень. Першочерговою ціллю виробничої діяльності сільськогосподарського підприємства не залежно від організаційно-правової форми власності виступає вирощування сільськогосподарської продукції, виконання робіт й надання послуг, та безпосередня їх реалізація з метою одержання прибутку. Вагоме місце в системі показників, що характеризують ефективність аграрного виробництва, як в цілому господарюючого суб'єкта так і його відокремлених структурних підрозділів займає собівартість. Склад собівартості визначають ті затрати, що її безпосередньо формують.

Згідно переконань В.І. Видяпіна, Г.П. Журавльова [1] затрати сільськогосподарського підприємства слід розглядати, як оплату за придбані фактори виробництва. Проте, як зазначає М.У. Базарова, І.А. Білтуєва [2] варто звернути увагу на одну вагому обставину, серед низки офіційних документів та авторських публікацій терміни «затрати», «витрати», «витрати виробництва», «затрати на виробництво»

за часту вживаються у найрізноманітніших значеннях, й відповідно інколи не правильне вживання цих понять спотворює їх економічний зміст. В той час, як одні автори терміни «затрати» та «витрати» ототожнюють за своїм змістом [3], то інші розглядають їх як протилежні за трактуванням поняття. Так, М.А. Вахрушина [4] схиляється до думки, що «…витрати – це частина затрат, які господарюючий суб'єкт несе в ході одержання доходу…», проте ототожнювати поняття «витрати на виробництво» та «затрати виробництва» й відповідно називати витратами виробництва затрати живої та уречевленої праці задля сільськогосподарського виробництва та реалізації продукції рослинництва.

Як відмічає зарубіжний дослідник В.Є. Керімов [5], «…за своїм змістом всі ці поняття характеризують однакові категорії – затрати суб'єкта, пов'язані із виконанням певних господарських операцій». В той час, як сам термін «затрати» застосовується, за часту, в наукових течіях економічної теорії, де вони визначаються, як сукупні спожиті ресурси організації, що включають в себе явні (розрахункові), так й (альтернативні) затрати. В свою чергу явні, тобто так звані затрати – це грошовий вираз фактичних затрат, що обумовлено придбанням й витрачанням різноманітних економічних ресурсів в ході процесу розширеного відтворення. Стосовно альтернативних (тимчасових) затрат, то вони за змістовим наповненням виражають втрачену вигоду організації, яку б вона отримала при відборі одного із альтернативних варіантів щодо цінових характеристик ресурсів чи альтернативних ринків збуту.

В.І. Нитяго [3] під затратами розуміє явні (фактичні, розрахункові) затрати організації, а під витратами – зменшення засобів суб'єкта або зростання його боргових зобов'язань у ході функціонування. Тобто витрати характеризують фактичне споживання сировину, матеріалів та послуг, й лише в момент продажу сільськогосподарське підприємство визнає свої доходи та пов'язану із ними частину затрат – витрати. Г.М. Лисович та І.Ю. Ткаченко [6], досліджуючи поняття «затрати» й «витрати» дають різні визначення, а саме, на думку науковців затрати виробництва являють собою затрати живої та уречевленої праці на виробництво та реалізацію сільськогосподарської продукції. В силу такого підходу, затрати – це кошти, розтрачені на придбання ресурсів, які є в наявності, й знаходять узагальнення в балансі як активи, що здатні в майбутніх періодах принести дохід. А витрати являють собою частину затрат, що понесені суб'єктом задля одержання доходу, тобто скорочення суми капіталу, хоча автор відмічає ту обставину при якій на практиці зазначені поняття зрівнюються у трактуванні, і для витрат, що пов'язані із виробництвом застосовується термін «затрати на виробництво».

Дослідивши різноманітні підходи до визначення термінів витратного механізму господарювання варто уточнити дані категорії. Варто звернути увагу на думки С.А. Ніколаєвої [7], як стверджує, що витрати й затрати виступають двома різноплановими категоріями. Оскільки витрати – це відтік економічних вигод протягом на протязі періоду у вигляді зменшення або споживання майна організації, або зростання її зобов'язань, яке в свою чергу зумовлює скорочення сукупної суми капіталу. Водночас під затратами вчений розуміє операції щодо використання у господарській діяльності сільськогосподарського суб'єкта за звітний період матеріальних, трудових й спектру фінансових ресурсів за умов функціонування.

З метою більш глибокого пізнання й дослідження об'єкта, який вивчається, слід розглянути його класифікацію у більш деталізованій систематизації визначених ознак. Згідно підходів вчених ближнього зарубіжжя, класифікація затрат – це їх певне групування на базі застосування розмежованих ознак, які слід використовувати при забезпеченні належної системи контролю оперативного характеру при утворенню собівартості сільськогосподарської продукції з ціллю прийняття виважених рівень на рівні управлінських процедур. В силу зазначеного, надзвичайно важливим задля системно побудованих процедур організації облікових концепцій щодо затрат на першому плані передбачають науково обґрунтовані класифікації.

До даного періоду часу вчені-економісти не сходяться на одному висновку щодо питання, за якими ознаками слід класифікувати затрати сільськогосподарського підприємства, та відповідно про саме значення класифікаційних ознак в системі вирішення облікових, аналітичних та першочергово управлінських задач. Варто таки погодитися із думкою багатьох зарубіжних дослідників на ділянці даної проблематики, з приводу того, що чим більше буде виокремлено класифікаційних ознак, тим достовірніше буде їх віднесення на собівартість продукції сільськогосподарського призначення [3, с.11].

Згідно напрацювань Г.А. Костюка [8] щодо аспектів технологічного процесу сільськогосподарського виробництва, то затрати суб'єкта аграрного ринку слід класифікувати на основні та накладні.

В свою чергу, як відмічає М.З. Перенгольц [9], досить важливо, класифікувати затрати по відношення до процесу сільськогосподарського виробництва, оскільки саме витрати на відповідній стадії виробництва в кругообігу є безпосередньо затратами в ході процесу виробництва. Тобто певні із них за своєю природою пов'язані із здійсненням процесу виробництва – це першочергово основні, в свою чергу інші – з його організацією і керівництвом – це витрати на його організацію та забезпечення загальної системи управління виробничими процесами та допоміжними системами безперебійності функціонування.

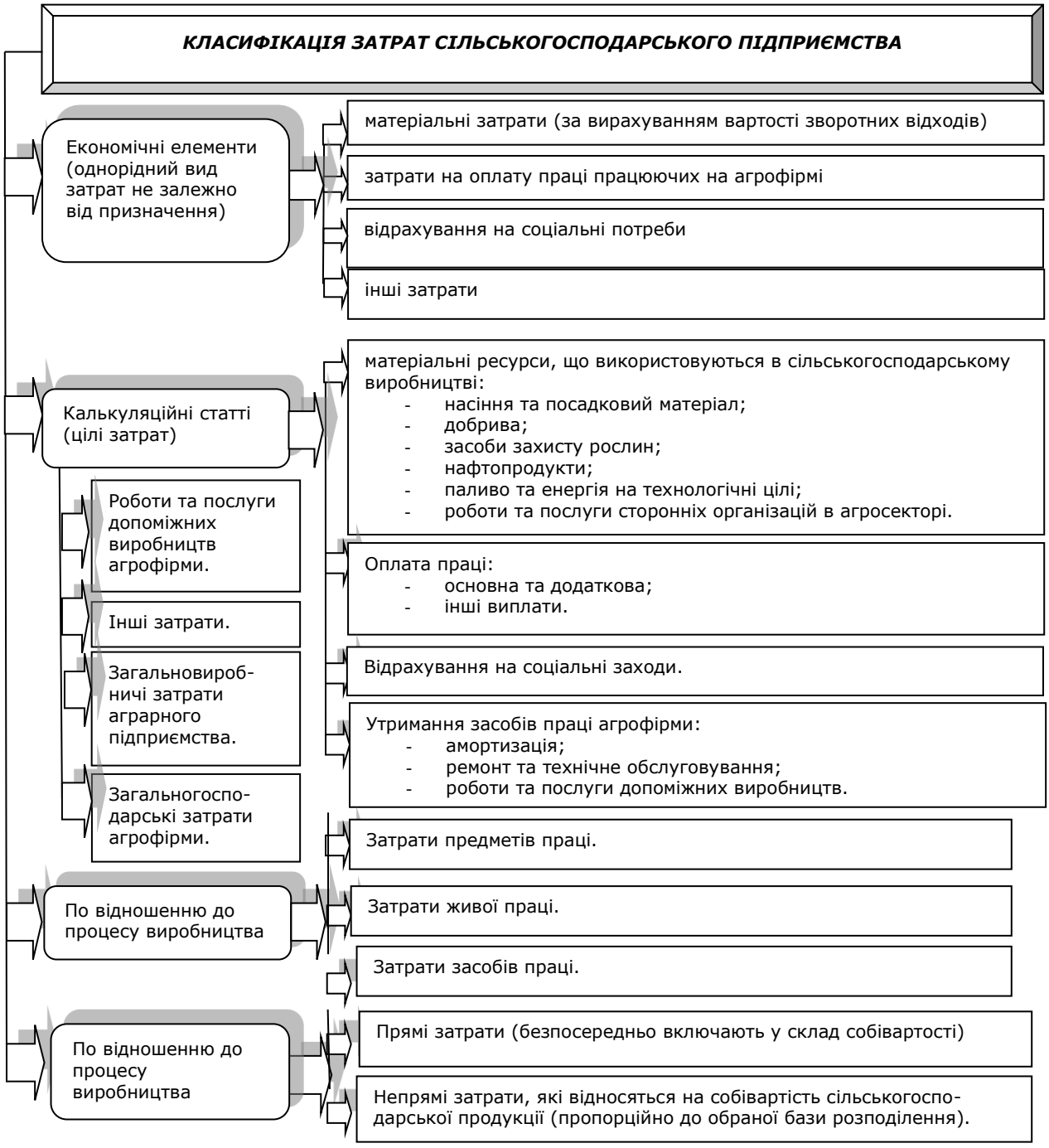

Рис. 1. Класифікаційний розподіл затрат аграрного суб'єкта [3]

У сільськогосподарському виробництві, а саме системі садівництва, до групи основних затрат, які прямо пов'язані із технологією вирощування зерняткових та доглядом за багаторічними насадженнями в рослинництві належать: затрати на виплату зарплатні основним виробничім робітникам, засоби захисту рослин, затрати на утримання багаторічних насаджень та інших основних засобів, робіт та послуг (рис. 1). Зазначена складова у досліджуваному секторі економіки охоплює найсуттєвішу частку у структурі собівартості продукції рослинництва. А відповідно дані затрати виступають основними не лише за характером їх участі в технологічному процесі, але й за питомою вагою в у собівартості виробництва. В свою чергу до накладних затрат відносять такі їх види, що безпосередньо пов'язані із реалізацією, обслуговуванням та управлінням циклом виробної технології.

Висновки. Важливим виступає момент стадії дослідження щодо формування спектру управлінських рішень в секторі оцінки. Останні, за часту, спрямовані на майбутнє, за таких обставин, керівництву сільськогосподарських суб'єктів важливою стає інформаційна основа для деталізованого вивчення очікуваних обсягів як витратної так й дохідних складових водночас. Тому для реалізації таких цілей, виокремлюють наступні затрати: постійні та змінні; затрати, беруться та не беруться до уваги при

здійснені обчислень в момент прийняття рішень; безповоротні затрати; тимчасові затрати; інкрементні та маржинальні; планові та непланові; ефективні та неефективні; регульовані та нерегульовані; поточні та одномоментні; минулих років під продукцію звітного періоду; звітного року під сільськогосподарську продукцію цього ж періоду; звітного періоду під продукцію майбутніх періодів.

На думку В.Н. Нитяго [3], на базі врахування специфіки галузі рослинництва, пропонує всю сукупність затрат сільськогосподарського суб'єкта групувати за ознакою впливу на якість сільськогосподарської продукції, а саме: затрати на забезпечення очікуваного рівня якості продукції рослинництва; затрати на покращення якості продукції.

В склад першої із зазначених груп варто відносити затрати, що пов'язані безпосередньо із сільськогосподарським виробництвом, в той час, як інша повинна включати затрати, що пов'язані із покращенням якості зерняткових плодів. На думку вищезгаданих зарубіжних вчених групування за цією ознакою сприятиме для оперативного планування й контролю за витратами на якість з ціллю оцінки ефективності здійснення заходів на покращення якості продукції рослинництва, а в подальшому приймати обґрунтовані рішення задля оцінки доцільності здійснення робіт в цьому напрямі.

Відповідно економічно обґрунтована класифікація затрат сприяє встановленню об'єктивно існуючих на практиці затрат, прослідкувати за процесом формування затрат та співвідношення між їх окремими частинами й приймати на цьому підґрунті цілеспрямовані та раціональні рішення в системі управління аграрним суб'єктом господарювання в цілому.

Список використаних джерел:

1. Видяпіна В.І., Журавльова Г.П. Сучасні тенденції управлінського обліку в аграрній сфері // Бухгалтерський облік. 2020. № 18. С. 53–59.
2. Базарова М.У., Білтуєва І.А. Про подальший розвиток бухгалтерського обліку в сільському господарстві // Економіка сільськогосподарських та переробних підприємств. 2021. № 1. С. 33–41.
3. Нитяго В.І., Базарова М.У., Билтуєв І.А. Організація управлінського обліку затрат в сільському господарстві : монографія / Улан-Уде: Вид-во БГСХА ім. Філіпова, 2019. 133 с.
4. Вахрушина М.А. Управлінський облік як складовий елемент менеджменту // Менеджмент за кордоном. 2020. №3. С. 75–79.
5. Керімов В.Є. Облік затрат, калькулювання та бюджетування окремих галузей виробничої сфери : навч. посібн. 2-ге вид. М.: Дашков, 2018. 482 с.
6. Лисович Г.М. Бухгалтерський облік в сільськогосподарських організаціях М. : Фінанси і статистика, 2019. 456 с.
7. Ніколаєва С.А., Шишкова Г.В. Управлінський облік : навч. посібн. М. : УРС, 2018. 216 с.
8. Костюк Г.А. Управління затратами : навч. посібн. : СПб. : Питер, 2020. 159 с.
9. Пирергольц М.З. Бухгалтерський облік в сільському господарстві : навч. посібн. 4-те вид. перероб. і доп. М. : Фінанси і статистика, 2019. 400 с.

ІСТОРІЯ ВИНИКНЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ

Теслюк К., 2 курс (ОС «бакалавр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Облік і оподаткування», спеціалізація «Облік і оподаткування»
Наук. кер. – Маначинська Ю. А.

У статті розкрито основні етапи еволюції виникнення, становлення і розвитку управлінського обліку. Досліджено трактування сутності поняття «стратегічний управлінський облік».

The article reveals the main stages of the evolution of the emergence, formation and development of management accounting. The interpretation of the essence of the concept of "strategic management accounting" is investigated in the article.

Актуальність даної теми полягає в тому, що управлінський облік є важливою складовою загальної інформаційної системи прийняття управлінських рішень. Він також є складовою облікової системи. В історичному плані ця система системи має глибокі й відносно давні історичні корені, які досліджуються вже багато років.

Метою статті є дослідження процесу розвитку управлінського обліку в різні історичні періоди та в різних країнах

Об'єктом дослідження є процес історичного розвитку управлінського обліку.

Предметом дослідження є комплекс теоретичних, методичних й прикладних проблем з питань характеристика періодів та етапів управлінського обліку.

Сутність управлінського обліку, а також принципи його ведення та етапи становлення, висвітлено в працях С. Аллена, А.Ф. Аксененко, М. А. Вахрушиної, Дж. Грей, Д. Ріккот, Т. П. Карпової, О. Д. Шеремета,

Р. Каплан, Ш. Моріарти, В. Ф. Палія, В. П. Савчука.Вагомий внесок у розвиток управлінського обліку здійснили такі вітчизняні науковці як С. Ф. Голов, Л. В. Нападовська, М. Г. Чумаченко, Ф. Ф. Бутинець, О. В. Карпенко, В. С. Лень, О. В. Лишиленко, М. С. Пушкар та інші.

Результат досліджень. Управлінський облік — це процес виявлення, вимірювання, накопичення, аналізу, підготовки, інтерпретації та передачі інформації, що використовується управлінською ланкою для планування, оцінки і контролю роботи підприємства.

Етапи виникнення та еволюції управлінського обліку:

1. Калькуляційний облік (кінець XIX ст.. початок XX ст.)
2. Виробничий облік з елементами управлінського (початок XX ст. – 50 роки XX ст..)
3. Управлінський облік як окрема галузь теоретичних і практичних знань (50-70 р. р. XX ст.)
4. Стратегічний управлінський облік (70-ті роки і до нашого часу) [1].

Починаючи з 60-х років минулого століття традиційний погляд на бухгалтерський облік суттєво змінився. Особливо швидкого розвитку він набув за кордоном. Бухгалтерський облік переорієнтовується з машини, що констатує історичні дані у механізм приведення первинної інформації до вигляду, який би дав можливість використовувати її в процесі управління. Таким чином облік розглядається вже як інформаційна база для управління.

Управлінський облік як самостійна сфера економічних знань з’явився в країнах з розвинутою ринковою економікою декілька десятиліть тому, хоча окремі положення його концепції та методики зародилися ще на межі XIX-XX століть.

На перших етапах розвитку управлінський облік мав назву калькуляційного, виробничого і лише поступове розширення кола завдань, збагачення прийомів і методів виробничого обліку, його підпорядкування конкретним цілям та інтересам системи управління призвели до формування обліку, який розуміється сучасниками як управлінський. Управлінський облік був створений інженерами та технологами, але отримав сучасну форму завдяки працям Роберта Ентоні, який обґрунтував відповідність обліку собівартості цілям управління.

Процес формування та розвитку управлінського обліку можна поділити на 3 етапи:

1 етап – облік витрат (виробничий облік), як частина бухгалтерського обліку здійснювався виняткова узагальненням витрат для калькулювання собівартості продукції. На початку XX століття на основі розробки методів нормування праці (системи Тейлора, Ганта) було посилено контрольну функцію обліку через застосування системи калькулювання стандартних витраті і оперативного аналізу відхилень.

2 етап – почався в середині 30-х років минулого століття і пов'язаний насамперед із розробкою систем калькулювання змінних витрат що одержала назву "директ-костинг", та виникненням системи обліку за центрами витрат, яка виникла в США. В 1923 році Джон Кларк обґрунтував необхідність розподілу витрат на змінні й постійні. Його ідею розвив Джонатан Харріс, що в 1936 році виклав концепцію калькулювання прямих витрат - "директ-костинг".

Відповідно до методу "директ-костинг", у собівартість продукції включають лише змінні витрати, а постійні витрати не розподіляють між виробами. При цьому змінні трактуються як прямі, а постійні як непрямі витрати.

В 40-50 рр. управлінський облік є обов'язковим в університетах США, Німеччини та інших країн світу. Автори Хорнгрен і Фостер свою працю розпочинають словами "теперішні керівники багатьох компаній, таких як "Дженерал Моторс", "Пепсі-кола", в минулому були бухгалтерами". Досвід облікової роботи визначив ключову роль в їх кар'єрі, бо ці люди завдяки обліку, який пронизує всі служби підприємства, були тісно пов'язані з оперативним плануванням та контролем". Підготовка бухгалтерів США орієнтує їх на управлінську діяльність [2].

Як самостійна система управлінський облік сформувався в середині 50-х років 20 сторіччя. Починаючи з середини 60-х років XX ст., спостерігаються зміни у спрямованості управлінського обліку в напрямі забезпечення інформації для планування й контролю за допомогою аналізу рішення та обліку витрат за центрами відповідальності.

3 етап – почався в середині 70 – х років XX століття у зв’язку з посиленням ролі стратегічного управління в умовах глобальних змін у технології та в системах управління. Якщо до цього часу управлінський облік був орієнтований лише на управління виробництвом, то тепер він дедалі більше перетворюється на стратегічний управлінський облік. Перша програма з управлінського обліку розроблена в 1972 році Національною асоціацією бухгалтерів США. Як показало дослідження,перша згадка про виникнення управлінського обліку датується 1855 р. в США та відноситься до системи обліку, що застосовувалась на фабриці «Ліман Міллс» і була спроектована, виходячи з цілей більш ефективного моніторингу виробничого процесу [3]. Так, у США формування управлінського обліку розпочинається з перших спроб уніфікації облікових процедур, висування вимог про необхідність побудови теорії обліку,

розвитку наукової інтерпретації, постулатів і принципів, формування методологічних підходів до дослідження бухгалтерського обліку.

Дослідження показали [4], що у 1972 р. проголошується «облікової революцією» це означає початок подальшого розвитку двох систем – фінансового та управлінського обліку та проводяться самостійні дослідження в області кожного з них, здійснюється сертифікація за напрямом «Управлінський облік і внутрішнє аудіювання» (Industrial Accounting) з видачею сертифікату з управлінського обліку - Certified Management Accountant (CMA), що проводиться Інститутом професійних бухгалтерів з управлінського обліку (The Institute of Management Accounting). З початку 1990-хрр. Отримують розробку нові методи управлінського обліку: загальна система управління витратами – Total Cost Management (TCM), облік витрат за видами діяльності – Activity Based Costing (ABC), або диференційований облік, калькулювання за операціями, система збалансованих показників – The Balanced Scorecard (BSC). Аналогічна модель управлінського обліку розвивається і в Великобританії.

На думку Добровського В.М., Гнилицької Л.В., Коршикової Р.С. [5], всю історію розвитку управлінського обліку можна звести до чотирьох етапів (табл. 1).

Таблиця 1

Етапи розвитку управлінського обліку,
які сформовані В.М. Добровським, Л.В.Гнилицькою, Р.С. Коршиковою [5]

Період, етап	*Сутність*
1 етап – середина XIX ст.	Облік починають розглядати як функцію управління.
2 етап – початок XX ст. – середина 50-х років XX ст.	Становлення капіталістичної системи господарювання, відбувається виділення управлінського обліку як окремої системи і паралельне функціонування двох бухгалтерій (фінансової та управлінської).
3 етап – 50–80-ті роки XX ст.	Розвиток транснаціональних корпорацій, відбувається впровадження директкостингу. Управлінський облік формується як самостійна система, перетворюється в «учасника» і «виконавця» управлінської політики підприємства.
4 етап – з 80-х років XX ст.	Глобалізація економіки й інтеграція національних економік країн у єдиний світовий ринок, управлінський облік набуває стратегічного характеру.

Міжнародна федерація бухгалтерів (МФБ, 1998) визначила чотири етапи, протягом яких еволюціонував управлінський облік (табл. 2).

Таблиця 2

Основні етапи становлення «управлінського обліку»

Період, етап	*Сутність*
1 етап – до 1950 року	Основна увага була приділена визначенню вартості виробництва та здійсненню фінансового контролю, через використання бюджетування й технологій обліку витрат.
2 етап – до 1956 року	Надання інформації для планування, управління та контролю, за рахунок використання таких технологій, як аналіз прийняття рішень і врахування відповідальності
3 етап – до 1985 року	Увагу було зосереджено на скороченні відходів ресурсів, які використовуються в бізнес-процесах, за допомогою використання процесу аналізу і технологій управління витратами.
4 етап – до 1995 року	Увагу було зосереджено на генерації або створенні вартості завдяки ефективному використанню ресурсів, шляхом використання технологій, базованих на дослідженні значення акціонерної вартості і організаційних інновацій.

На теперішній час сучасний управлінський облік дедалі частіше розглядають як складник процесу стратегічного управління. Тому дослідження по даному питанню показали , що П.Й. Атамас, В.В. Панков, В.Ф.Несвєтайлов, К.Уорд розглядали стратегічний управлінський облік як окремий його вид, на відміну від В.З. Семанюк, А.В. Шайкан – лише як підсистему обліку, а О.Б.Сулоєва, К.Є. Землякова, Б. Райн – як сам процес.

У табл. 3 відображено трактування стратегічного управлінського обліку різними вченими [6; 7].

Таблиця 3

Трактування сутності категорії «стратегічний управлінський облік»

Автор	*Визначення*
П.Й. Атамас	Облік, який зосереджено на зовнішніх факторах (таких як прибутковість клієнтів, частка ринку тощо), тоді як для традиційного обліку характерна зосередженість на внутрішніх процесах та явищах.
В.В.Панков, В.Ф.Несвєтайлов	Облік, спрямований на підтримку стратегічно орієнтованих рішень, тісно пов'язаний з ринковою орієнтованою зовнішньою інформацією, яка має як фінансовий так і не фінансовий характер.
В.З. Семанюк	Підсистема обліку, функція стратегічного управління, яка забезпечує менеджерам інформацію про внутрішнє середовище діяльності підприємства для прийняття стратегічних рішень.
К. Уорд	Облік для стратегічного менеджменту.
А.В. Шайкан	Елемент теорії управління підприємством, облікової політики зокрема. Бухгалтерський облік з метою стратегічного управління.
С.Б. Сулоєва, К.Є. Землякова	Процес надання інформації, яка спрямована на довгострокову перспективу, повинен забезпечувати підтримку загальної конкурентоспроможної стратегії організації.
О.Г.Лищенко, Ю.А. Герасименко	Це система стратегічного управління підприємством, яка здійснює інформаційну підтримку процесу прийняття рішень шляхом збирання, реєстрації, аналізу, зберігання і передачі інформації про зовнішнє та внутрішнє середовище підприємства з метою забезпечення його конкурентоспроможності.
А. Пилипенко	Окремий вид обліку поряд з управлінським і фінансовим, що має на меті «відстеження показників, необхідних для розробки стратегії підприємства»
Л.І. Проняєва, К.Н. Галкіна	Як елемент системи управління організацією регулює порядок збору, обробки й передачі планової, нормативної, прогнозної, облікової та іншої інформації за відповідний період часу , яка використовується для цілей стратегічного аналізу
М.А. Вахрушина, М.І. Сидорова, Л.І. Борисова	Це одне з прогресивних інформаційних джерел, яке повинно забезпечити менеджмент організації інструментарієм для прийняття управлінських рішень, координування господарських функцій з метою досягнення ефективних результатів. Це облік, який враховує зовнішні чинники макросередовища,орієнтований на облік невизначеності, стратегію управління ризиком.

Висновки. Виходячи з проведеного дослідження, можна зробити наступні висновки. Управлінський облік як складова облікової системи має глибокі історичні корені. Даний процес пройшов шлях від застосування окремих елементів до розвитку сучасної його концепції, яка відповідає сучасним запитам управління. Основними передумовами розвитку управлінського обліку світовій і українській практиці є: розвиток і розширення виробництва; потреба в оптимізації виробничих процесів; перехід на вищий рівень управління та господарювання.

Список використаних джерел:

1. Еволюція управлінського обліку і його розвиток в Україні. URL. https://lektsii.net/3-50288.html (дата звернення: 04.11.2021).
2. Етапи розвитку управлінського обліку та його сучасні концепції. URL. https://pidru4niki.com/1257062653281/buhgalterskiy_oblik_ta_audit/etapi_rozvitku_upravlinskogo_obliku_yogo_suchasni_kontseptsiyi (дата звернення: 07.11.2021).
3. Корецький М.Х., Даційн Н.В., Пельтек Л.В. Управлінський облік : навч. посіб. К. : Центручбовоїлітератури, 2007. 296 с.
4. Бабарикін С.В. Виникнення і розвиток теорії обліку витрат у США та Великобританії // Бухгалтерський облік. 1997. No 3. С. 91–94.
5. Добровський В.М., Гнилицька Л.В., Коршикова Р.С. Управлінський облік: навч. – метод, посіб. для самост. вивч. дисц.; К. : КНЕУ, 2003. 235 с.
6. Купріна Н.М. Стратегічний управлінський облік як інструмент забезпечення конкурентоспроможності та ефективності діяльності підприємства // Економіка харчової промисловості. 2017. Т. 9. No 3. С. 45 – 51.
7. Ivanov V.V., Han O.K. Upravlencheskij uchet dlja jeffektivnogo menedzhmenta M. : INFRA–M, 2009. 208 p.
8. Розвиток управлінського обліку: історичний на практичний аспект. URL: https://journals.onaft.edu.ua/index.php/fie/article/view/871/854 (дата звернення: 05.11.2021).

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ БЕЗНАДІЙНОЇ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ

Ткачик Т., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Облік і оподаткування»
Наук. кер. – Багрій К. Л.

У статті розглянуто особливості організації обліку безнадійної дебіторської заборгованості суб'єкта господарювання та обґрунтовано необхідність розрахунку резерву сумнівних боргів.

The article considers the peculiarities of the organization of accounting for bad receivables of the business entity and substantiates the need to calculate the provision for doubtful debts.

Актуальність. У процесі фінансово-господарської діяльності у підприємства постійно виникає потреба в проведенні розрахунків зі своїми контрагентами. Відвантажуючи виготовлену продукцію, підприємство, як правило, не отримує оплату одразу, тобто відбувається кредитування покупця. Таким чином, протягом періоду від моменту відвантаження продукції до моменту надходження платежу засоби підприємства знаходяться у вигляді дебіторської заборгованості. Дебіторська заборгованість істотно погіршує фінансовий стан підприємства, вона є іммобілізацією грошових засобів, відверненням їх з господарського обороту, що приводить до зниження темпів виробництва і результативних показників діяльності підприємства, оскільки прострочена дебіторська заборгованість, по якій закінчився термін позовної давності, підлягає віднесенню на збитки підприємства.

Мета статті – виявлення нагальних проблем, пов'язаних з обліком розрахунків із дебіторами, обґрунтування перспектив розвитку бухгалтерського обліку та аналізу безнадійної дебіторської заборгованості, розробка методичних підходів і складання практичних рекомендацій щодо вдосконалення існуючих методик обліку та аналізу безнадійної дебіторської заборгованості.

Об'єктом дослідження є безнадійна дебіторська заборгованість суб'єкта господарювання.

Предметом дослідження є особливості обліку безнадійної дебіторської заборгованості суб'єкта господарювання.

Дослідженням проблем організації обліку розрахунків з дебіторами у різні роки займалися такі вітчизняні науковці, як М.Д. Білик, Ф.Ф. Бутинець, І. Буфати- на, Б.І. Валуєв, С.Ф. Голов, В.І. Єфіменко, В.М. Костюченко, М.В. Кужельний, Ю.Я. Литвин, О.В. Лишиленко, В.Г. Лінник, В.Я. Плаксієнко, В.В. Сопко, К.С. Сурніна, Н.М. Ткаченко, Т.С. Єдинак, Е.Є. Хендріксен, М.Ф. Ван Бред та багато інших.

Одним із ймовірних шляхів зміцнення фінансового стану підприємств є контроль за фактичним станом його розрахунків, динамікою дебіторської заборгованості, виявлення фактів навмисного спотворення облікових даних суб'єктами господарських зв'язків. Таким чином, важливого значення набувають питання законності рахунково-обмінних операцій, їх доцільності, документальної обґрунтованості та правильності відображення у бухгалтерському обліку та фінансовій звітності безнадійної дебіторської заборгованості.

У зарубіжній системі обліку дебіторська заборгованість по рахунках оцінюється та відображається за чистою вартістю реалізації, тобто у сумі грошей, які реально можна отримати в результаті її погашення [5]. Для визначення чистої вартості реалізації необхідно оцінити чисту суму коштів, яку очікується отримати в результаті погашення дебіторської заборгованості по рахункам. Як правило, чиста вартість реалізації відрізняється від юридично належної величини до сплати. В США, наприклад, вона обчислюється шляхом сумування всієї дебіторської заборгованості за вирахуванням знижки та безнадійної дебіторської заборгованості.

У зв'язку з принципом обачності проводяться два типи корегування: 1) оцінюється та обліковується безнадійна дебіторська заборгованість; 2) оцінюються можливі повернення товарів та враховуються раніше надані знижки.

Отже, лише чітко усвідомивши сутність дебіторської заборгованості, порядок її виникнення, доповнивши критерії її класифікації, можна буде більш правильно та ефективно нею управляти.

Недоліком в обліку безнадійної дебіторської заборгованості, є те, що не проводиться розрахунок резерву сумнівних боргів. Тому один з методів удосконалення обліку безнадійної дебіторської заборгованості полягає в проведенні розрахунку резерву сумнівних боргів.

Отже, безнадійна дебіторська заборгованість — це така поточна дебіторська заборгованість, щодо якої існує впевненість у її неповерненні боржником або позовний строк якої минув.

Відповідно до Розділу I Податкового Кодексу [3] підпункту 14.1.11., безнадійна заборгованість - заборгованість, що відповідає одній з таких ознак:

а) заборгованість за зобов'язаннями, щодо яких минув строк позовної давності;

б) прострочена заборгованість, що не погашена внаслідок недостатності майна фізичної особи, за умови, що дії кредитора, спрямовані на примусове стягнення майна боржника, не призвели до повного погашення заборгованості;

в) заборгованість, що не погашена внаслідок недостатності майна суб'єктів господарювання, оголошених банкрутами у встановленому законом порядку або знятих з реєстрації як суб'єкти господарювання у зв'язку з їх ліквідацією;

г) заборгованість, що не погашена внаслідок недостатності коштів, отриманих від продажу на відкритих аукціонах (публічних торгах) та в інший спосіб, передбачений умовами договору застави, майна позичальника, переданого у заставу як забезпечення зазначеної заборгованості за умови, що інші юридичні дії кредитора щодо примусового стягнення іншого майна позичальника не призвели до погашення заборгованості в повному обсязі;

д) заборгованість, стягнення якої стало неможливим у зв'язку з дією обставин непереборної сили, стихійного лиха (форс-мажорних обставин), підтверджених у порядку, передбаченому законодавством;

е) прострочена заборгованість померлих фізичних осіб, а також осіб, які у судовому порядку визнані безвісно відсутніми, недієздатними або оголошені померлими, а також прострочена заборгованість фізичних осіб, засуджених до позбавлення волі.

Виходячи із норми підпункту 138.10.6, поняття резерву сумнівних боргів для бухгалтерського обліку відрізняється від резерву сумнівних боргів для податкового обліку. З метою податкового обліку, можна віднести до складу витрат лише ту частину резерву сумнівних боргів, яка відповідає поняттю безнадійної дебіторської заборгованості із підпункту 14.1.11 ПКУ.

Відповідно до П(С)БО 10 "Дебіторська заборгованість" [2], за поточною дебіторською заборгованістю за продукцією передбачено створювати резерв сумнівних боргів як частину загальної суми такої заборгованості, щодо якої існує невпевненість у її погашенні боржниками. Створюючи резерв сумнівних боргів, бухгалтер дотримується принципу обачності, згідно з яким потрібно запобігати завищенню оцінки активів і доходів підприємства.

Відповідно до Інструкції №291, якою регламентується застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку, створення резерву сумнівних боргів передбачається відображати на рахунку 38 «Резерв сумнівних боргів».

По кредиту рахунка 38 відображається створення резерву сумнівних боргів та кореспонденція з рахунками обліку витрат. По дебету — списання сумнівної заборгованості в кореспонденції з рахунками дебіторської заборгованості або зменшення нарахованих резервів в кореспонденції з рахунками обліку доходів.

Аналітичний облік на рахунку 38 "Резерв сумнівних боргів" можна вести в розрізі боржників або по термінах непогашеної дебіторської заборгованості. Рахунок 38 є регульованим до рахунка обліку дебіторської заборгованості (за аналогією обліку нарахування зносу). Завдяки цьому рахунку можна визначити чисту реалізаційну вартість дебіторської заборгованості.

Для удосконалення організації обліку дебіторської заборгованості доцільно використовувати розрахунковий метод резерву сумнівних боргів (метод застосування коефіцієнта сумнівності). Він передбачає, по-перше, проведення певних розрахунків; по-друге, інформаційної бази про стан розрахунків за кілька минулих періодів. До того ж номенклатура дебіторської заборгованості не впливає на можливість використання цього методу, адже створювати резерв сумнівних боргів таким методом можна за будь-якої кількості дебіторів — від 1 до 10 тисяч. Суть цього методу полягає в тому, що під час його застосування величина резерву сумнівних боргів розраховується шляхом множення суми залишку дебіторської заборгованості на початок періоду на коефіцієнт сумнівності, який підприємству необхідно буде розраховувати.

На сьогодні П(с)БО 10 "Дебіторська заборгованість" передбачає використання одного із способів розрахунку коефіцієнта сумнівності, а саме:

визначення питомої ваги безнадійних боргів у чистому доході;

класифікація дебіторської заборгованості за строками непогашення;

визначення середньої питомої ваги списаної протягом періоду дебіторської заборгованості в сумі дебіторської заборгованості на початок відповідного періоду за попередні 3-5 років [4].

Оптимальний спосіб визначення коефіцієнта сумнівності слід розраховувати на основі класифікації дебіторської заборгованості за строками непогашен- ня. Для використання цього способу розрахунку резерву підприємству, насамперед, слід провести класифікацію дебіторської заборгованості за строками її непогашення. Період непогашення підприємство може обирати самостійно. Пропонуємо керуватися наступними вимогами, що пред'являються до підприємств під час складання фінансової звітності. Так, у розділі "Дебіторська заборгованість" Приміток до річної фінансової звітності пропонується "розшифрувати"

суми дебіторської заборгованості зі строком непогашення до 1 місяців, від 1 до 3місяців, від 3 до 12 місяців. Отже, уся дебіторська заборгованість , яка є у підприємства на певну дату, буде поділена на такі групи: зі строком непогашення до 3 місяців (група1), від 3 до 6 (група 2), від 6 до 12 місяців (група 3). За кожною з таких груп підприємство має зробити вибірку за період спостереження, який підприємство обере самостійно. Для цього необхідно зафіксувати сальдо дебіторської заборгованості відповідної групи на певну дату і визначити, яку частину таких заборгованостей згодом було визнано безнадійною. Після цього слід виконувати розрахунок коефіцієнта сумнівності (К) для кожної з груп. Для цього використовують формулу: $K = \frac{\sum Бз}{\sum Дз}$, де *Бз* – безнадійна дебіторська заборгованість відповідної групи у складі дебіторської заборгованості цієї групи на дату балансу в обраному для спостереження періоді; *Дз* - дебіторська заборгованість відповідної групи на дату балансу в обраному для спостереження періоді.

У разі застосування цього способу розрахунку резерву його величина на дату балансу має дорівнювати величині сумнівних боргів на ту саму дату. Тобто проводки в бухгалтерському обліку повинні виконуватися залежно від початкового сальдо рахунку 38 «Резерв сумнівних боргів»:

- Д-т 944 К-т 38 - на суму резерву, якої бракує;

- Д-т 944 К-т 38 «сторно» якщо виявиться, що обліковано зайву суму резерву (на суму необхідного зменшення).

Перед тим, як впровадити використання данного методу створення резерву сумнівних боргів, необхідно внести відповідні зміни до Наказу про облікову політику підприємства. Зміна в обліковій політиці в цьому разі буде обґрунтована, адже нові положення облікової політики забезпечать достовірне відображення операцій, що стосуються дебіторської заборгованості у фінансовій звітності підприємства.

Отже, у балансі відображається первісна та чиста реалізаційна вартість дебіторської заборгованості за продукцію, товари, роботи, послуги та резерв сумнівних боргів. У підсумок балансу включається чиста реа- лізаційна вартість дебіторської заборгованості за продукцію, товари, роботи, послуги, яка визначається як різниця між первісною вартістю дебіторської заборгованості та резервом сумнівних боргів.

Величина резерву сумнівних боргів визначається, виходячи з: платоспроможності окремих дебіторів або на основі класифікації дебіторської заборгованості.

Розрахована сума резерву сумнівних боргів включається до відповідної статті балансу і одночасно до статті "Інші операційні витрати" Звіту про фінансові результати.

Списання дебіторської заборгованості. За всіма видами дебіторської заборгованості, заборгованість, що визнана безнадійною, повинна бути виключена із активів балансу і списана:

- дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги списується за рахунок резерву сумнівних боргів, що не впливає на фінансові результати;
- інші види дебіторської заборгованості, яка визнана безнадійною, списуються безпосередньо на витрати у тому періоді, коли заборгованість була визнана безнадійною (стаття "Інші операційні витрати" Звіту про фінансові результати).

Якщо сума безнадійної дебіторської заборгованості за продукцію, товари, роботи, послуги перевищує суму резерву сумнівних боргів, то різниця списується безпосередньо на витрати періоду:

Дебет 944 "Сумнівні та безнадійні борги"

Кредит 36 "Розрахунки з покупцями та замовниками".

Розкриття інформації щодо дебіторської заборгованості у Примітках до фінансової звітності. У Примітках до фінансової звітності повинна розкриватись така інформація щодо дебіторської заборгованості:

- перелік дебіторів і сума довгострокової дебіторської заборгованості;
- перелік дебіторів і сума дебіторської заборгованості пов'язаних сторін, з виділенням внутрішньогрупового сальдо дебіторської заборгованості;
- склад і сума статті Балансу "Інша дебіторська заборгованість";
- метод визначення величини резерву сумнівних боргів;
- сума поточної дебіторської заборгованості за продукцію, товари, роботи, послуги в розрізі її класифікації за строками непогашення.

Основним недоліком обліку поточної дебіторської заборгованості є відсутність резерву сумнівних боргів.

Дебіторська заборгованість значно впливає на фінансовий стан підприємства, особливо в нинішній час, коли гостро постає проблема неплатежів за отриманні товари, роботи, послуги. Тому облік дебіторської заборгованості є просто необхідним, перш за все, для забезпечення гарантіями користувачів фінансової звітності щодо достовірності і законності інформації про неї.

Під час порівняння вітчизняного та зарубіжного досвіду обліку дебіторської заборгованості було встановлено, що явних розбіжностей немає.

Основоположною відмінністю є відсутність у міжнародній практиці єдиного стандарту, який регламентував би порядок обліку дебіторської заборгованості. Також відмінна риса була виявлена у порядку визнання, адже в закордонній практиці даний процес більш ускладнений, що пов'язано з наявною у практиці гнучкою системою знижок. Характерна відмінність у порядку оцінки дебіторської заборгованості на дату балансу, а саме в розрахунку чистої вартості реалізації, адже за кордоном з суми поточної дебіторської заборгованості, крім суми резерву сумнівних боргів, повинні бути вирахувані вартість повернених товарів, надані знижки.

Основоположним фактором, який впливає на процес управління дебіторською заборгованістю, є нормативна база, яка регламентує як облік, так і аудит. Дослідження показало, що законотворці не сприяють тому, щоб допомогти обліковцю найефективніше налагодити обліковий процес, тобто вони жодним чином не стимулюють бухгалтерів, створюючи сприятливі умови. Це стосується і регулювання договірних відносин, а найголовніше - процесу створення резерву сумнівних боргів під дебіторську заборгованість.

Список використаних джерел:

1. Національне Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» : наказ Міністерства фінансів України від 07.02.2013 № 73. URL: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 «Дебіторська заборгованість»: Наказ Міністерства фінансів України від 08.10.99 р. №237. URL : http://zakon.rada.gov.ua/cgi bin/laws/main.cgi?nreg=z0725-99
3. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. №2755-IV: URL : http://www.sta.gov.ua/doccatalog/document?id=300559
4. Зубрицька І. Резерв сумнівних боргів - як його показати в балансі. *Дебет-Кредит.* 2009. № 4. С. 12-17.
5. Матицина Н. Основні засади регулювання розрахункових відносин через управління дебіторською заборгованістю. *Бухгалтерський облік і аудит.* 2009. № 12. С. 12-18.

ІНТЕГРАЛЬНЕ ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПТАХІВНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА

Чикановський В., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Облік і оподаткування», спеціалізація «Облік і оподаткування»
Наук. кер. – Лучик С. Д.

Стаття розкриваєпроблеми організації бухгалтерського обліку нематеріальних активів на птахівничому підприємстві. Розкрито методичні та організаційні підходи до комп'ютеризації нематеріальних активів на підприємстві. Запропоновано використання сільськогосподарської конфігурації для удосконалення обліку нематеріальних активів.

The article reveals the problems of accounting for intangible assets in a poultry farm. Methodical and organizational approaches to computerization of intangible assets at the enterprise are revealed. The use of agricultural configuration to improve the accounting of intangible assets is proposed.

Актуальність теми дослідження. За сучасних умов господарювання для господарюючих суб'єктів є актуальним здійснення процесу управління підприємством, що спрямовано, в першу чергу, на попередження та нейтралізацію загроз та небезпек підприємства. Саме підвищення рівня економічної безпеки підприємства спрямовано на підвищення ефективності функціонування підприємства та покращення результативності його діяльності. Саме підвищення ефективності використання ресурсів підприємства сприяє мінімізації рівня його витрат та зростанню сум його доходів.

Метою статті є дослідження обліково-аналітичного забезпечення економічної безпеки на птахівничому підприємстві та визначення її шляхом інтегрального оцінювання.

Об'єктом дослідження є обліково-аналітичні процеси, що визначають економічну безпеку на птахівничому підприємстві.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, організаційних і практичних аспектів визначення обліково-аналітичного забезпечення економічної безпеки на птахівничому підприємстві.

Економічна безпека як один із основних індикаторів стійкого розвитку має містити у своєму сутнісно-змістовному наповненні обліково-аналітичну компоненту. В складі економічної безпеки підприємства будемо виділяти такі складові: фінансово-економічну, ресурсну, інформаційну, інвестиційно-інноваційну, соціально-економічну, технологічно-енергетичну, юридично-управлінську, екологічну. Лише

за умови синергетичного підходу до управління кожною з наведених складових економічної безпеки підприємства на основі обліково-аналітичного забезпечення можливе досягнення поставлених цілей розвитку господарюючого суб`єкта на тактичному і стратегічному рівнях. Головною метою системи обліково-аналітичного забезпечення економічної безпеки суб'єкта господарювання є надання достовірної інформації для управління економічними процесами підприємства при виборі напрямків підтримки його безпеки й сталого розвитку.

Головною метою системи обліково-аналітичного забезпечення економічної безпеки суб'єкта господарювання є надання достовірної інформації для управління економічними процесами підприємства при виборі напрямків підтримки його безпеки й сталого розвитку. Виходячи із цього, основними завданнями здійснення обліково-аналітичного забезпечення є:

- діагностика фінансово-господарчого стану підприємства з метою попередження його неможливості (банкрутства);
- оцінка стану й рівня економічної безпеки власного підприємства;
- оцінка стану безпеки й фінансової надійності потенційних партнерів підприємства;
- оцінка стану економічної безпеки конкурентів з метою виявлення стратегії його діяльності на ринку;
- підготовка інформації для прийняття управлінських рішень щодо співробітництва з партнерами в умовах виявлених загроз і небезпек;
- максимально повне й достовірне інформаційне забезпечення функціонування системи економічної безпеки;
- ідентифікації ризиків і пов'язаних з ними потенційних загроз;
- мінімізація ризиків пов'язаних з недостовірною обліковою інформацією;
- сприяння гармонізації інтересів підприємства в цілому, як юридичної особи, і окремих співробітників, як фізичних осіб, з метою мінімізації внутрішніх загроз;
- забезпечення захисту отриманої інформації, яка відноситься до комерційної таємниці підприємства.

Діяльність суб'єктів господарювання, яка здійснюється в трансформаційному полі сучасної економіки України, характеризується багатовимірністю і потребує під час її аналізу врахування великої кількості показників. При цьому показники часто дублюють один одного і не завжди повно віддзеркалюють суттєві характеристики процесів функціонування підприємства.

Інтегральний показник рівня економічної безпеки птахівничого підприємства за видами загрозу загальному вигляді пропонується визначати за формулою:

$$\mathrm{I_{ЕБ}} = \sum_{i=1}^{n} a_i x_i, \qquad (3.1)$$

де $\mathrm{I_{ЕБ}}$ – інтегральний показник рівня економічної безпеки птахівничого підприємства за видами загроз;

a_i– коефіцієнт вагомості і-ї загрози;

x_i – рівень протидії (стійкості) і-й загрозі економічній безпеці транспортного підприємства.

Для кожного виду загроз з використанням монографічного та логіко-аналітичного методів було визначено показники – індикатори оцінювання.

При цьому серед складових інтегрального показника економічної безпеки пропонуємо виокремити інтегральні показники фінансового ($I_{ФБ}$), ресурсного ($I_{РБ}$) та кадрового ($I_{КБ}$) компонентів і встановити їх вагові частки пропорційно до їх функціонального впливу на економічну безпеку, визначеного експертним методом:

$$\mathrm{I_{ЕБ}} = (0{,}4\mathrm{I_{ФБ}}) + (0{,}4\mathrm{I_{РБ}}) + (0{,}2\mathrm{I_{КБ}}) \qquad (3.2)$$

Фінансову безпеку підприємства оцінимо за такими коефіцієнтами: абсолютної ліквідності, швидкої (проміжної) ліквідності, поточної лікв ідності (покриття), автономії, фінансового ризику, маневреності власного і робочого капіталу, фінансової стійкості, оборотності оборотних активів, тривалість обороту дебіторської заборгованості, тривалість обороту кредиторської заборгованості.

Ресурсну безпеку визначимо за допомогою фондовіддачі, коефіцієнту зносу основних засобів, співвідношення оборотних та основних засобів, норми прибутку, матеріаломісткості.

Кадрова безпека охоплює розрахунок таких показників, як середньомісячна заробітна плата працівників, частка витрат на оплатупраці у виробничих витратах, річна продуктивність праці, показник плинності персоналу, показник вікової структури персоналу.

Відобразимо послідовність інтегрального оцінювання економічної безпеки за такими етапами:

1. Пошук та економічне обґрунтування включення окремих складових інтегрального оцінювання. Відповідно до наших пропозицій, виокремлено фінансову (ЕБф), ресурсну (ЕБр) та кадрову (ЕБк) складові економічної безпеки.

2. Математична формалізація інтегральних показників ефективності в розрізі окремих складових економічної безпеки.

3. Визначення інтегрального показника економічної безпеки підприємства з урахуванням вагової частки фінансової (0,4), ресурсної (0,40) та кадрової (0,2) складових [1-2].

Установлення інтервальної шкали значень інтегрального показника. Уважаємо доцільним імплементацію оцінювання економічної безпеки за найбільш універсальною шкалою Харрінгтона [3].

Результати розрахунку індикаторів фінансової, ресурсної та кадрової безпеки як складових економічної безпеки підприємства ПрАТ «Птахофабрика Тернопільська» за 2018-2020 рр. наведено нижче.

2018 р. $I_{ФБ}$ =0,2181;
2019 р. $I_{ФБ}$ =0,1999;
2020 р. $I_{ФБ}$ =0,1753;
рівень кадрової безпеки:
2018 р. $I_{КБ}$ =0,5554;
2019 р. $I_{КБ}$ =0,3448;
2020 р. $I_{КБ}$ =0,7761;
рівень ресурсної безпеки:
2018 р. $I_{РБ}$ =0,5786;
2019 р. $I_{РБ}$ =0,6272;
2020 р. $I_{РБ}$ =0,5507;
Інтегральний рівень економічної безпеки в цілому склав:
2018 р. $I_{ЕБ}$ =0,4251;
2019 р. $I_{ЕБ}$ =0,3433;
2020 р. $I_{ЕБ}$ =0,4907;

Згідно шкали Харрінгтона рівень економічної безпеки підприємства ПрАТ «Птахофабрика Тернопільська» можна розглядати як задовільний, а саму економічну безпеку – стійкою.

На рис. 1 подано прогноз рівня економічної безпеки підприємства до 2023 р.

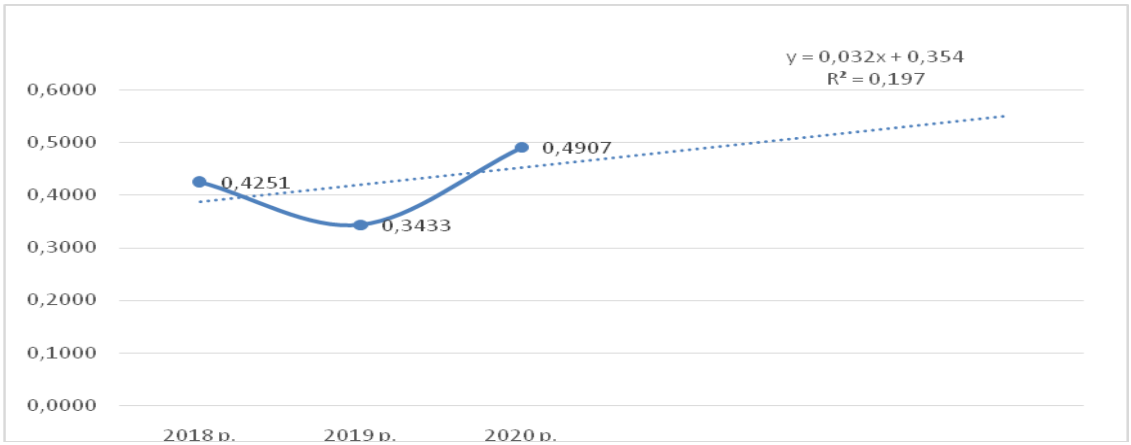

Рис. 1. Динаміка інтегрального показника економічної безпеки ПрАТ «Птахофабрика Тернопільська» та його прогноз до 2023 р.

Згідно з показниками рис. 1, у 2020 р. ПрАТ «Птахофабрика Тернопільська» мало позитивну тенденцію до зростання інтегрального рівня економічної безпеки, проте надалі є необхідність у розробці конкретних заходів і прийняття відповідних управлінських рішень, які дозволять забезпечити високий рівень економічної безпеки і досягти порогу її інтегрального значення – 0,8, тобто середнього рівня. Водночас для досліджуваного підприємства за рахунок стрімкого збільшення податкового навантаження, і, як наслідок, – «вимивання» оборотних коштів, інтегральний показник економічної безпеки у 2019 р. різко знизився, хоча і знаходиться на рівні, здатному забезпечити задовільне функціонування підприємства і безперебійність технологічного циклу.

Проведене інтегральне оцінювання дозволяє визначити безпекові зони досліджуваних підприємств, зважаючи на оцінювання безпекових позицій фінансової, кадрової, ресурсної складових інтегрального оцінювання. Зокрема, для ПрАТ «Птахофабрика Тернопільська» найбільший ризик становлять показники фінансової безпеки, віднесені до небезпечної безпекової зони. Для ПрАТ «Птахофабрика Тернопільська» суттєві резерви зміцнення економічної безпеки містяться в показниках ресурсної та кадрової безпеки, а показники фінансової безпеки взагалі потребують невідкладних заходів, оскільки перебувають у критичній безпековій зоні.

Висновки. Інтегральне оцінювання рівня економічної безпеки ПрАТ «Птахофабрика Тернопільська» у 2020 р. виявило позитивну тенденцію до зростання інтегрального рівня економічної безпеки, проте

надалі є необхідність у розробці конкретних заходів і прийняття відповідних управлінських рішень, які дозволять забезпечити високий рівень економічної безпеки і досягти порогу її інтегрального значення – 0,8, тобто середнього рівня. Найбільший ризик становлять показники фінансової безпеки, віднесені до небезпечної безпекової зони. Для ПрАТ «Птахофабрика Тернопільська» суттєві резерви зміцнення економічної безпеки містяться в показниках ресурсної та кадрової безпеки, а показники фінансової безпеки взагалі потребують невідкладних заходів, оскільки перебувають у критичній безпековій зоні.

Список використаних джерел:

1. Ресурси підприємства, необхідність і сутність управління ними. URL: http://www.ukr.vipreshebnik.ru/ekonomika-pidpriemstva/3995-resursi-pidpriemstva-neobkhidnist-isutnist-upravlinnya-nimi.html
2. Стадник В. П. Ресурсне забезпечення економічної безпеки сільськогосподарських підприємств // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Полтава : ПДАА, 2012. Вип. 2 (5). Т. 3. С. 293–298.
3. Harrington E. C. (1965). The Desirability Function. *Industrial Quality Control,* vol. 21, no. 10, pp. 494–498.

ОКРЕМІ АСПЕКТИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Шанюк О., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Облік і оподаткування», спеціалізація «Облік і оподаткування»
Наук. кер. – Рилєєв С. В.

У статті розглянуто основні аспекти щодо організації та ведення бухгалтерського обліку в сучасних умовах господарювання. На основні проведених досліджень окреслено основні напрями щодо удосконалення обліку основних засобів в системі інформаційного забезпечення управління матеріально-технічною базою підприємства.

The article considers the main aspects of the organization and maintenance of accounting in modern business conditions. On the basis of the conducted researches the basic directions concerning improvement of the account of fixed assets in system of information maintenance of management of material and technical base of the enterprise are outlined.

Актуальність дослідження**.** Сьогодні важко уявити діяльність будь-якого виробничого підприємства без відповідної матеріально-технічної бази, основною складовою якої витупають основні засоби. Забезпеченість підприємства основними засоби, їх технічний стан та прогресивність безпосередньо впливають на технологічний рівень виробництва, продуктивність праці, якість продукції та прибутковість діяльності в цілому.

В сучасних динамічних умовах господарювання, які характеризуються розповсюдженням корона-вірусної інфекції COVID-2019, зокрема, важливого значення набуває відповідне інформаційне забезпечення управління матеріально-технічною базою виробничого підприємства. Основою інформаційного забезпечення на підприємстві виступає існуюча облікова система. Проте динамізм внутрішнього та зовнішнього середовища вимагає постійного покращення інформаційного забезпечення. Все це стосується і системи бухгалтерського обліку та звітність в цілому, а також основних засобів зокрема.

Метою статті є дослідження окремих аспектів щодо організації та ведення бухгалтерського обліку основних засобів, а також окреслення напрямів щодо їх удосконалення.

Об'єктом дослідження виступає процес обліку основних засобів на виробничих підприємствах.

Предметом дослідження вистають окремі теоретико-методичні та організаційні аспекти первинного та підсумкового обліку основних засобів.

Удосконаленню теоретичних, методологічних та організаційних аспектів обліку основних засобі присвятили свої праці такі вітчизняні науковці як: Сопко В.В., Гетьман О.О., Бондар М.І., Лень В.С., Бутинець Ф.Ф., Цебень Р.Л., Лишиленко А.В., Довгалюк Н.В., Баранік О.О., Хом'як Р.Л., Поддєрьогін А.М., Максименко А.В. та ін. Зважаючи та взявши за основу значні досягнення зазначених дослідників, констатуємо той факт, що окремі питання обліку основних засобів потребують подальших досліджень. Це стосується, зокрема, подальшої гармонізації національних стандартів бухгалтерського обліку з міжнародними, подальшу імплементацію правових норм ЄС у вітчизняну практику, удосконалення первинного та підсумкового обліку відповідно до сучасних умов господарювання тощо.

Виклад основного матеріалу. У вітчизняних та західних дослідників відсутня єдина думка щодо трактування терміну «основні засоби». Систематизувавши різні підходи до тлумачення даної категорії можна стверджувати, що основні засоби є матеріальними активами, які підприємство утримує з метою здійснення своєї діяльності і які зберігають свою форму на протязі терміну експлуатації, що, в свою чергу, становить більше року. Вони частково переносять свою вартість на результат діяльності (виготовлену

продукцію, надані підприємством послуги та реалізований товар) за допомогою амортизаційних відрахувань.

Ефективне управління основними засобами в значній мірі залежить від оптимальної організації та ведення бухгалтерського обліку, складання звітності щодо основних засобів. В свою чергу обліково-звітні (фінансовий та податковий облік) аспекти залежать від чинного законодавства та узагальнюються в Наказі «Про облікову політику».

Організація обліку основних засобів виступає як цілісна система взаємопов'язаних способів й методів обліку, що включають процеси виявлення, вимірювання, реєстрації, накопичення, узагальнення, зберігання та передачі інформації [1, с. 58]. Саме тому, головний рушій її удосконалення – розробка та впровадження доцільних схем документообігу, які дадуть можливість забезпечити своєчасне виконання поставлених задач, витрачаючи при цьому мінімальний обсяг матеріальних, трудових та фінансових ресурсів.

Основні завдання організації обліку основних засобів – це:

- достовірне документування та своєчасне відображення в регістрах обліку надходження, руху та вибуття об'єктів основних засобів;
- контроль зберігання основних засобів;
- контроль затрат на ремонт та оновлення;
- правильне обчислення та відображення в обліку сум амортизації;
- отримання обґрунтованих і правильних даних про наявність та рух основних засобів за місцями їх використання;
- виявлення результатів реалізації об'єктів основних засобів або іншого їх вибуття [2, с. 35].

На сьогоднішній день, в організації обліку основних засобів існують недоліки, що мають негативний вплив на управління підприємством в цілому та окремо на організаційну, технологічну та документальну частини, зокрема:

- різні підходи до визначення поняття основних засобів у фінансовому та податковому обліку;
- проблеми підвищення інформативності первинних документів з обліку основних засобів;
- проблема оцінки основних засобів;
- проблема інформаційного забезпечення управління матеріально-технічною базою.

В першу чергу, варто звернути увагу на покращення первинного обліку та оптимізацію форм первинної документації, що зображені на рис. 1.

СИСТЕМА ПЕРВИННОЇ ДОКУМЕНТАЦІЇ ЩОДО ОБЛІКУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ	
Акт приймання-передачі (внутрішнього переміщення) основних засобів (ОЗ-1)	
Акт приймання-здачі відремонтованих, реконструйованих і модернізованих об'єктів (ОЗ-2)	
Акт на списання основних засобів (ОЗ-3)	Акт на списання автотранспортних машин (ОЗ-3)
Акт на установку, пуск, демонтаж будівельної машини (ОЗ-5)	
Інвентарна картка основних засобів (ОЗ-6)	
Опис інвентарних карток з обліку основних засобів (ОЗ-7)	
Картка обліку руху основних засобів (ОЗ-8)	
Інвентарний список основних засобів (ОЗ-9)	
Розрахунок амортизації основних засобів (для промислових підприємств) (ОЗ-14)	
Розрахунок амортизації основних засобів (для будівельних підприємств) (ОЗ-15)	
Розрахунок амортизації по автотранспорту (ОЗ-16)	

Рис. 1. Первинні документи обліку основних засобів [3]

Пропонуємо внести додаткові дані в деякі форми первинної документації та реєстри аналітичного обліку основних засобів. Вони забезпечать зростання інформативності і достовірності даної документації та посилення контролю над ефективністю здійснених операцій, а крім цього - знизять трудомісткості облікових робіт.

Зміни у типових формах первинних документів з обліку основних засобів, запропоновані нами:

1. ОЗ-1. Пропонуємо забрати первісну (балансову) вартість (гр. 7), код норми амортизаційних відрахувань (гр. 11), норми амортизаційних відрахувань на повне відновлення та на капітальний ремонт (гр. 12-13) та поправочний коефіцієнт (гр. 14). Додати пропонуємо справедливу вартість (гр. 7), групу

основних засобів (гр. 11), строк корисного використання (гр. 12), метод нарахування амортизації (гр. 13) та ліквідаційну вартість (гр. 14).

2. ОЗ-3. Пропонуємо забрати суму зносу за даними переоцінки по документах придбання (гр. 7), код норми амортизаційних відрахувань, норми амортизаційних відрахувань: на повне відновлення та на капітальний ремонт (гр. 12-13) та дату початку оплати за основні засоби (місяць, рік) (гр. 18). Додати групу основних засобів (гр. 11), строк корисного використання (гр. 12), метод нарахування амортизації (гр. 13), ліквідаційну вартість (гр. 18).

Варто вказати, що інформація в діючих формах первинної документації та в інвентаризаційних описах дублюється. До прикладу, якщо порівняти форми ОЗ-6 та ОЗ-7 з формою ОЗ-1 можна побачити, що в них немає лише висновку приймальної комісії та підписів її членів. Але, наявність складеного акту та виписаних інвентарних карток говорить про позитивний висновок комісії: інвентарну картку не відкривають, якщо об'єкт не відповідає технічним умовам. Доповнивши інвентарну картку підписами членів комісії, можна зменшити Акт внутрішнього переміщення основних засобів. В свою чергу, доповнивши інвентарну картку підписами комісії з упровадження основних засобів після ремонту, реконструкції чи модернізації, а також графою де будуть вказані зміни, можна зменшити форму ОЗ-3.

Первинну облікову інформацію про наявність, рух, капітальний ремонт та інші операції з основними засобами передають в численних регістрах, реквізити яких аналогічні. Це впливає на якість здійснення обліку, робить важчим процес обробки та відображення інформації, створює проблеми у процесі документообігу та забезпеченні його необхідними видами бланків.

З метою вирішення цих проблем та підвищення ефективності використання основних засобів варто провести на підприємстві внутрішню перевірку спеціально уповноваженою особою, яка компетентна не лише в бухгалтерському обліку та формуванні фінансової звітності, але й знає економічні закони.

Така перевірка повинна складатися з:

- перевірки стану обліку та ефективності використання основних засобів;
- визначення правильності документування надходження та вибуття;
- перевірки правильності нарахування зносу та віднесення витрат на ремонт основних засобів;
- перевірки правомірності реалізації основних засобів та її оцінки;
- перевірки своєчасності та правомірності віднесення результатів ліквідації на фінансово-господарську діяльність;
- перевірки достовірності віднесення суми переоцінки на рахунки бухгалтерського обліку.

Під час перевірки, особливо варто звернути увагу на перевірку вибуття основних засобів, відображення в обліку безоплатно переданих основних засобів, залишки в зведених документах та обороти в Головній книзі, оприбуткування основних засобів та правильність відображення даних.

Вагомий вплив на ефективність обліку основних засобів в сучасних умовах має автоматизація. Завдяки їй ми зможемо стабільно отримувати облікову інформацію, що формується на підприємстві. Це, в свою чергу, створюватиме умови для багаторазового користування нею та сприятиме ефективності використання комп'ютерної техніки на конкретній ділянці облікової роботи. Щоб вирішити питання автоматизації обліку основних засобів, можна вживати поняття задачі. Задача - це алгоритм перетворення вхідних даних за допомогою процедур обробки даних у вихідні показники, які мають певне функціональне призначення для бухгалтерського обліку та управління [4, с. 29].

Використання задач автоматизації вирішить наступні проблеми:

1. Всі суб'єкти управління отримуватимуть оперативну інформацію.
2. Безготівкові розрахунки можна буде здійснювати за допомогою системи «Клієнт – банк».
3. Оперативний, бухгалтерський та статистичний облік можна буде об'єднати в єдину систему.

Проблемним питанням обліку, також, є переоцінка основних засобів. Під час здійснення переоцінки, варто переоцінювати всю групу однорідних об'єктів, тому що вартість певного об'єкта може бути несуттєвою відносно групи основних засобів. Тому, варто проводити дооцінку чи уцінку групи основних засобів до якої входить об'єкт переоцінки, лише у випадку зміни вартості об'єкта основних засобів, яка є значною відносно вартості конкретної групи. Відображати дооцінку та уцінку основних засобів варто як зміни сальдо рахунків додаткового капіталу: дооцінку - як його збільшення, а уцінку - як зменшення.

Під час здійснення нарахування амортизації в програмі «1С: Бухгалтерія 8.4», також, виникають свої труднощі: незручно те, що для нарахування амортизації на основні засоби, що знаходяться на обліку, бухгалтер повинен в кінці кожного місяця здійснювати «закриття місяця». Важливо, щоб програма проводила цю операцію автоматично в конкретний час.

Доцільним буде створити ремонтний фонд на основі забезпечень майбутніх витрат і платежів з метою вирішення питання нестачі коштів на ремонт. Для цього пропонуємо використовувати субрахунок 474 «Забезпечення інших виплат і платежів».

Ніде не надано жодних типових форм для розрахунку забезпечень майбутніх витрат і платежів,

через що існує потреба не лише в автоматизації розрахунку відрахувань, але й у створенні типових форм.

В конфігураторі «1С: Бухгалтерія» варто створити документ «Розрахунок місячних сум відрахувань на формування забезпечення майбутніх витрат на ремонт власних основних засобів». У ньому будемо вказувати первісну вартість основних засобів і суму накопиченої амортизації за звітний період та кошторисну вартість запланованих робіт із капітального ремонту. На підставі даних програма автоматично рахуватиме суму відрахувань.

Отже, на основі проведеного дослідження, можна виділити наступні напрями вдосконалення організації та ведення обліку основних засобів:

1. Покращення первинного обліку та оптимізація форм первинної документації.
2. Здійснення внутрішньої перевірки стану основних засобів, їх обліку та ефективності використання посадовою особою.
3. Раціоналізація документів, методів обробки та узагальнення інформації обліку амортизації.
4. Повна автоматизація обліку основних засобів.
5. Вдосконалення методів нарахування амортизації.
6. Вдосконалення відображення переоцінки основних засобів в обліку.

Список використаних джерел:

1. Хазанюк А. Особливості обліку основних засобів на підприємстві та шляхи його удосконалення. *Науковий блог Національний університет «Острозька національна академія»*. 11 сент. 2020 р. URL : http://eprints.cdu.edu.ua/4652/1/hazanyk.pdf

2. Мартиненко З. Е., Макар І. В. Управління підприємством: теоретико-методичні засади : монографія. Харків : Щедра садиба плюс, 2017. 296 с.

3. Про затвердження типових форм первинного обліку (Форми №№ ОЗ-1, ОЗ-2, ОЗ-3, ОЗ-4, ОЗ-5, ОЗ-6, ОЗ-7, ОЗ-8, ОЗ-9, ОЗ-14, ОЗ-15, ОЗ-16) : Наказ Міністерства статистики України від 29.12.1995 р. № 352. Втрата чинності: 22.10.2021. URL : https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0352202-95#Text (дата звернення: 28.10.2021).

4. Потриваєва Н.В. Сучасні проблеми обліку основних засобів в системі діючого законодавства. *Інноваційна економіка.* 2014. № 3. С. 228–232. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2014_3_34

СПЕЦИФІКА АНАЛІТИЧНОЇ ОЦІНКИ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ВІД ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ

Шешенко О., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Облік і оподаткування», спеціалізація «Облік і оподаткування»
Наук. кер. – Євдощак В. І.

У статті розкрито особливості здійснення аналітичної оцінки фінансових результатів від операційної діяльності на сільськогосподарських підприємствах. Досліджено особливості побудови організаційно-інформаційної моделі аналізу фінансових результатів та визначено основні завдання проведення комплексної аналітичної оцінки ефективності агарного бізнесу.

The article reveals the peculiarities of analytical assessment of financial results from operating activities in agricultural enterprises. The peculiarities of constructing an organizational and informational model of analysis of financial results and defines the main tasks of conducting a comprehensive analytical assessment of the efficiency of agrarian business are investigated in the article.

Актуальність даної теми полягає в тому, що серед спектру основних цілей, які ставить перед собою аграрне підприємство, передове місце відноситься позитивному фінансовому результату – прибутку, оскільки саме даний показник виступає в ролі ключового джерела утворення фінансових ресурсів загалом. Безпосередньо показник чистого прибутку утворюється на останній стадії кругообігу господарських коштів. У відповідності до зазначеного саме прибуток являє собою підсумок усієї господарської діяльності аграрного підприємства та у комплексному форматі відображає усі її аспекти. В умовах зростання прибутку сільськогосподарське підприємство отримує, так званий базис для сприяння ходу процесу розширеного відтворення в аграрному секторі. В силу чого вдається забезпечити задоволення соціальних та матеріальних потреб власників та працівників агарного суб'єкта ринку. Окрім того, од системи способів обчислення величини прибутку та сукупності методів аналізу показників прибутку будуть залежати рішення, що приймаються при керуванні сільськогосподарським виробництвом.

Численні підходи до трактування змісту прибутку, недосконалість законодавчої бази у частині тематики, що розкривається, потребують проведення додаткових досліджень проблеми формування й

аналізу фінансових результатів на сільськогосподарському підприємстві, а також низки способів узагальнення інформації про них у системі публічної фінансової звітності аграрного суб'єкта.

Метою статті є обґрунтування необхідності детального та всебічного дослідження особливостей побудови організаційно-інформаційної моделі аналізу фінансових результатів від операційної діяльності аграрного підприємства та специфіки проведення аналітичної оцінки.

Об'єктом дослідження є процес організаційно-аналітичного узагальнення процедури аналізу фінансових результатів від операційної діяльності сільськогосподарського підприємства у формі моделі.

Предметом дослідження є комплекс теоретичних, методичних й прикладних проблем з питань розкриття особливостей побудови організаційно-інформаційної моделі аналізу фінансових результатів від операційної діяльності сільськогосподарського підприємства.

Низка проблем щодо розкриття особливостей побудови організаційно-інформаційної моделі аналізу фінансових результатів від операційної діяльності на сільськогосподарських підприємствах розглядаються у працях як вітчизняних, так і зарубіжних вчених-економістів. Зокрема праці таких вчених, як Р.А. Алборова, М.І. Баканова, Л.В. Донцова, Н.Т. Лабинцева, М.В. Мельник, В.Д. Новодворського, Л.В. Попова, Ж. Рішара, Г.В. Савицької, А.Н. Соломатіна, І.Т. Трубіліна, Г.В. Шадріна, А.Д. Шеремєта, А.Н. Хоріна, Л.І. Хоружия, Г.Н. Ясменко, а також багатьох інших. Проте варто відмітити ту обставину, що методи аналітичної оцінки фінансових результатів також потребують внесення низки удосконалень та доопрацювання в умовах інноваційних тенденцій у суспільстві.

Результат досліджень. Першочерговою ціллю при проведенні процедури аналітичної оцінки фінансових результатів на аграрному підприємстві виступає детальна та всебічна розробка, а також безпосередньо прийняття на цій основі управлінських рішень, які за своїм стратегічним спрямуванням направлені на покращення кінцевого рівня ефективності діяльності в аграрному секторі.

Задля того, що виправдати зазначену вище ціль слід варто вирішити цілу низку наступних основних завдань для даної ділянки аналітичної оцінки:

- комплексно оцінити динамічні коливання, а також структуру основних показників прибутковості за період, який визначено для проведення аналізу фінансових результатів діяльності сільськогосподарського підприємства
- провести поглиблений чинниковий аналіз результативності;
- оцінити (за наявності) рівень та структуру інших доходів та витрат аграрного суб'єкта ринку;
- аналітично оцінити тенденцію зміни показників рентабельності реалізації аграрної продукції, а також і капіталу сільськогосподарського підприємства, що виступають базовими показниками ефективності діяльності;
- провести чинниковий аналіз рентабельності реалізації, та капіталу;
- аналітична оцінка сукупної суми понесених витрат в ході здійснення сільськогосподарського виробництва, зокрема аналіз витрато місткості аграрної продукції (суми витрат на 1 грн. продукції аграрія);
- пошук та віднайдення можливих шляхів покращення кінцевого рівня результативності (збільшення сукупної величини чистого прибутку), та відповідно забезпечення зростання рівня прибутковості агарного бізнесу.

Для дієвого проведення комплексного аналізу фінансових результатів на агрофірмі варто використовувати реальні інформаційні джерела. Адже саме вони нададуть змогу провести детальну аналітичну оцінку, та визначити причини змін, а також напрямки тих чи інших тенденцій на майбутню перспективу в цілому. Інформаційною базою аналізу фінансових результатів від операційної діяльності виступає публічна фінансова звітність, статистична звітність, податкова звітність, бухгалтерські дані та облікові регістри, первинні документи та інша інформація.

Щодо зовнішніх інформаційних джерел, в ході здійснення комплексної аналітичної оцінки, то до них на макрорівні відносяться:

- Показники, що визначають в цілому загальноекономічний розвиток країни. Саме дані показники слугують базисом в ході здійснення такої аналітичної оцінки, зокрема вони надають змогу провести перспективний аналіз зовнішнього середовища у якому і функціонує сільськогосподарське підприємство. Адже саме рівень розвитку аграрного сектору в Україні і є вирішальним, адже досліджуваний суб'єкт функціонує саме в цій галузі. Саме такі показники є ключовими при розробці загальної політики керування прибутковістю агробізнесу, здійснення інвестиційної діяльності, визначення резервів зростання чистих позитивних фінансових результатів діяльності.
- Низка показників, що характеризують кон'юнктуру товарного ринку. Даний блок макропоказників на аграрному ринку дає змогу оцінити, ретельно проаналізувати та прийняти управлінські рішення в області цінової політики, залучення капіталу, із зовнішніх та внутрішніх можливих джерел. Також

встановлюється рівень сукупних витрат на проведення процедури обслуговування додаткових капіталовкладень, утворення портфелю довгострокових та короткострокових фінансових залучень.

- Показники, що комплексно характеризують діяльність контрагентів на ринку, а також конкурентів-аграріїв. Щодо показників даної підгрупи, то вони сільськогосподарським підприємством можуть використовуватися для того, щоб здійснити досить оперативний аналіз та відповідно управління окремими моментами в ході здійснення процедури формування та розподілу (споживання) сукупної суми чистого прибутку, що отримана за результатами здійснення сільськогосподарського виробництва [1, с.145].

До складу внутрішніх першочергових джерел належать:

- показники із системи фінансового та податкового обліку сільськогосподарського суб'єкта ринку (спектр таких показників дає змогу здійснити аналітичну оцінку та прогнозування, а також процедуру поточного планування прибутку агрофірм). Серед численних переваг використання, в ході проведення аналітичної оцінки, показників публічної фінансової звітності виступає їх уніфікованість. Саме за рахунок неї, з'являється можливість для використання типових методик проведення аналізу, використання алгоритмів фінансових розрахунків щодо питань формування та споживання сум одержаного у звітному руці прибутку (цілком зрозуміло, що це стосується позитивних чистих фінансових результатів) ;

- показники із системи управлінського обліку сільськогосподарського підприємства. Адже саме для ефективного прийняття оперативних рішень дана інформаційна база є найважливішою на ділянці аналізу фінансових результатів діяльності [2].

Система управлінського обліку на сільськогосподарському підприємстві може бути структурована за наступним форматом:

- за основними центрами відповідальності (а саме: місця виникнення витрат, центри виникнення доходів, прибутку, інвестицій);

- в розрізі основних видів господарської діяльності, якими займається аграрне підприємство (операційна, фінансова та інвестиційна діяльності);

- у розрізі основних видів ресурсів, що споживаються в ході здійснення сільськогосподарського виробництва (зокрема: матеріальних трудових, фінансових тощо).

Також надзвичайно важливими показниками при проведенні аналізу фінансових результатів на сільськогосподарському підприємстві виступають показники рентабельності, методика обчислення яких нами подана в табл. 1.

Таблиця 1

Порядок розрахунку відносних показників ефективності діяльності сільськогосподарського підприємства [5; 6]

№ з/п	*Показники*	*Порядок розрахунку / Позитивна тенденція*	*Характеристика*	*Зміст*
1	Рентабельність аграрного підприємства	Ф. № 2 р. 2355 : Ф. № 1 р. 1300 × 100% (збільшення)	Розраховується як відношення чистого прибутку підприємства до вартості активів підприємства	Показує величину чистого прибутку, яка припадає на 1 грн. активів
2	Рентабельність операційної діяльності	Ф. № 2 р. 2190 : Ф. № 2 (р. 2050 + р. 2130+ р.2150+ р. 2180) × 100 % (збільшення)	Розраховується як відношення фінан-сового результату від операційної діяльності до операційних витрат	Показує скільки отримано при-бутку від операційної діяльності з 1 грн. операційних витрат
3	Рентабельність діяльності	Ф. № 2 р. 2290 Ф. № 2 (р. 2050 + р. 2130+ р.2150+ р. 2180+ р.2250 + р. 2255 + р. 2270) × 100% (збільшення)	Розраховується як відношення фінансового результату від основної діяльності до витрат від основної діяльності	Показує скільки отримано прибутку від основної діяльності з 1 грн. сукупних витрат
4	Коефіцієнт покриття витрат	Ф. № 2 р. 2000 : Ф. № 2 р. 2050 × 100% (збільшення)	Розраховується як відношення чистого доходу до собівартості реалізованої сільсько-господарської продукції	Показує на яку величину 1 грн. чистого доходу покриває витрати
5	Коефіцієнт окупності витрат	Ф. № 2 р. 2050 : Ф. № 2 р. 2000 × 100% (зменшення)	Розраховується як відношення собівартості реалізованої продукції до чистого доходу	Показує величину витрат, яка здійснюється для того, щоб отримати 1 грн. чистого доходу

В ході здійснення процесу побудови системи інформаційного забезпечення аналітичної оцінки результативності аграрного бізнесу, формування необхідного забезпечення аналізу та управління

показником прибутку у системі управлінського обліку формуються важливі показники, які відображають обсяг діяльності сільськогосподарського суб'єкта, рівень врожайності аграрних культур (адже мова йде про рослинництво), а також про сукупну суму затрат, суму й склад доходів, що отримані у поточному періоді, а також ті, що підлягають одержанню у майбутніх часових періодах.

Комплексна організаційно-інформаційна модель аналізу фінансових результатів надає можливість структурно, комплексно та системно провести процедуру результативності аграрного бізнесу. Дана модель включає шість ключових блоків, кожен з яких передбачає певне організаційне, інформаційне, методичне та результативне забезпечення проведення процедури аналізу фінансових результатів. Зокрема, цілковито зрозуміло, що для його здійснення на сільськогосподарському підприємстві варто визначити суб'єктів його проведення. Це може бути планово-аналітичний відділ, в основі провідного аналітика, адже ділянка аналізу фінансових результатів є дуже важливою, та потребує особливої уваги.

Також досить важливим є методичне забезпечення проведення аналізу фінансових результатів. Адже даний блок передбачає обрання аналітиком системи ключових методів, які будуть застосовуватися в ході проведення аналізу, серед них є низка традиційних методичних підходів, що включають низку статистичних методів (зокрема порівняння, групування, обчислення середнього рівня показників, тощо), а також економіко-математичні методи, які дають змогу більш ретельніше проаналізувати фінансові результати, оскільки забезпечують у комплексному застосуванні більшу точність обчислень та відповідно реальніші висновки за результатами його проведення в цілому.

Повертаючись, до ключового блоку – це інформаційного забезпечення варто також обов'язково віднести «нормативно-довідкові показники». Адже до даної системи аналітичних показників варто відносити різноманітні норми та нормативи, які безпосередньо розроблені самим сільськогосподарським підприємством. Це першочергово такі показники, як:

- нормативи витрат часу;
- нормативи питомих витрат матеріалів сільськогосподарського призначення тощо [3].

Зазначену комплексну систему показників можна доповнювати різноманітними довідково-нормативними показниками. Зокрема це можуть бути норми амортизаційних відрахувань, податкові ставки тощо.

Висновки. Використання усіх показників, які складають вагомий інтерес на ділянці аналізу фінансових результатів, що формуються із зовнішніх та внутрішніх джерел, дає змогу створити на аграрному підприємстві цілеспрямовану систему об'єктивного та реалістичного інформаційного забезпечення для проведення такої оцінки кінцевого рівня результативності. Саме вдало налагоджений процес аналізу дає змогу приймати не лише стратегічно важливі рішення для сільськогосподарського підприємства, але й здійснювати процес оперативного управління процедурою формування та споживання чистого прибутку, що отриманий у поточному періоді [4].

Список використаних джерел:

1. Ловінська Л.Г. Концепція фінансового результату у системі бухгалтерського обліку підприємств // Фінанси України. 2020. №11. С.58–65.
2. Зміни в законодавстві, що діють із січня 2020 р. // Баланс. 2021 р. № 1(1143), 2 січня С. 7–12.
3. Гура Н., Склярук І. Проблеми формування собівартості та порядок її відображення в податковому законодавстві // Бухгалтерський облік і аудит. 2020. №11(6). С.23–27.
4. Дунаєва Є.П., Рудакова І.Є. Сучасний ринок. Природа та розвиток : посібник. Мінськ : МУНТ. 2019. 133 с.
5. Економіка, аналіз і планування на підприємствах : навч. посібник. / за заг. ред. А.Н. Соломатіна. Санкт-Петербург, 2018. 560 с.
6. Шадріна Г.В. Комплексний економічний аналіз господарської діяльності. Москва : ООО Фірма "Благовест-В", 2019. 184 с.

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ ДОХОДІВ ДІЯЛЬНОСТІ ЛІСГОСПІВ

Яремійчук Я., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Облік і оподаткування»
Наук. кер. – Лучик С. Д.

Стаття присвячена розкриттю особливостей організації обліку доходів діяльності лісгоспів. Проведено аналіз системи організації обліку доходів на підприємстві.

The article is devoted to the disclosure of the peculiarities of the organization of accounting of income of forestry activities. The analysis of the system of the organization of the account of incomes at the enterprise is carried out.

Актуальність дослідження. Для того, щоб вчасно і оперативно приймати рішення для управління підприємством лісової галузі в умовах постійних змін ринкової динаміки необхідна аналітична, надійна і своєчасна інформація про формування доходів, яка гарантується ефективною організацією системи обліку лісового підприємства. Підприємства лісового господарства мають розгалужену структуру (контори, лісництва, верхні і нижні склади та ін.), здійснюють різні види діяльності, тому для визначення результатів діяльності в цілому на підприємстві необхідно вести достовірний облік доходів, у розрізі вище зазначених структурних ділянок підприємства.

Метою статті є аналіз особливостей організації обліку доходів на підприємстві лісового господарства.

Об'єктом дослідження є система організації обліку доходів на прикладі ДП «Сторожинецький лісгосп».

Предметом дослідження є особливості організації обліку доходів діяльності лісгоспів.

Згідно НП(С)БО 15 «Дохід» – збільшення економічних вигод у вигляді надходження активів або зменшення зобов'язань, внаслідок чого збільшується власний капітал підприємства (за винятком збільшення капіталу за рахунок внесків власників) [1].

В обліковій політиці ДП «Сторожинецький лісгосп» зазначено, що доходи визнаються одночасно з витратами. Основним видом доходу, який отримує держлісгосп від своєї основної діяльності, є дохід від реалізації лісопродукції. Відвантаження лісопродукції здійснюють безпосередньо лісництва, цехи і кінцеві склади, але саме держлісгосп здійснює облік формування доходу. Формування доходів від реалізації продукції ДП «Сторожинецький лісгосп» відбувається у первинному обліку, оскільки це перша стадія реєстрації певних операцій, що відображують господарські процеси і явища на підприємстві.

Доходи підприємства обліковують при дотриманні таких умов:

–покупцю передані ризики та вигоди, пов'язані із правом власності на продукцію;

–сума отриманого доходу може бути достовірно визначена;

–підприємство не здійснює подальшого управління та контролю за реалізованою продукцією;

–є впевненість, що в результаті операції відбудеться збільшення економічних вигід підприємства, а витрати, пов'язані із цією операцією, можуть бути достовірно визначені [2].

Списання доходів і витрат на фінансові результати оформлюється розрахунком бухгалтерії. Організація аналітичного обліку доходів і фінансових результатів здійснюється у розрізі кожного виду.

Для обліку доходу від реалізації виробів власного виробництва призначено субрахунок 701 «Дохід від реалізації готової продукції», за кредитом якого відображають отримання доходу, за дебетом - списання у порядку закриття на рахунок 79 «Фінансові результати» та суму непрямих податків. Собівартість реалізованої продукції власного виробництва списують на рахунок 901 «Собівартість реалізованої готової продукції», за дебетом відображають виробничу собівартість; за кредитом - списання в порядку закриття на рахунок 79 [2]. Операції з відображення в обліку доходів від реалізації продукції (табл. 1).

Таблиця 1

Відображення в обліку доходів від реалізації продукції ДП «Сторожинецький лісгосп» на умовах послідуючої оплати (червень 2020 р.)

№ з/п	*Зміст операції*	*Дебет*	*Кредит*	*Сума, грн*
1	Реалізовано продукцію покупцеві	361	701	990
2	Відображено ПДВ	701	6412	165
3	Надійшли кошти від покупця	311	361	990
4	Списано на фінансовий результат дохід від реалізації	701	791	825

Для обліку доходу від реалізації товарів призначено субрахунок 702 «Дохід від реалізації товарів», за кредитом якого відображають отримання доходу, за дебетом - списання у порядку закриття на рахунок 79 «Фінансові результати» та суму непрямих податків. При цьому фактичну суму націнки списують методом сторно. Залишок сум вартості товарів відображають на рахунку 902 «Собівартість реалізованих товарів», за дебетом фіксують фактичну собівартість реалізованих товарів (без націнок); за кредитом - списання в порядку закриття на рахунок 79 [2].

Крім доходів від реалізації продукції підприємства лісового господарства можуть отримувати і інший операційний дохід, тобто всі інші доходи, не пов'язані з реалізацією продукції, а саме:

- дохід від реалізації іноземної валюти;

- дохід від реалізації інших оборотних активів (виробничих запасів, малоцінних та швидкозношуваних предметів тощо);

- дохід від операційної оренди активів;

- дохід від операційної курсової різниці;

- пені, штрафи, неустойки, визнані боржником або щодо яких отримано рішення судових органів про їх стягнення;

- доходи від відшкодування раніше списаних активів;

- дохід від списання кредиторської заборгованості, яка виникла в ході операційного циклу після закінчення позовної давності;

- дохід від безоплатно одержаних оборотних активів;

- інші доходи від операційної діяльності [4].

Для узагальнення інформації про інші операційні доходи використовують рахунок 71 «Інший операційний дохід», за кредитом якого відображають отримання доходу, за дебетом - списання у порядку закриття на рахунок 79 «Фінансові результати» та суму непрямих податків [2]. Аналітичний облік доходів ведеться за видами, групами продукції, товарів, регіонами збуту. Первинними документами є: рахунок, товарно-транспортні накладні, платіжні вимоги, виписки банку, акти виконання робіт, розрахунок бухгалтерії.

В зв’язку з специфікою господарської діяльності підприємства лісового господарства не отримують доходів від фінансової діяльності, доходів від інвестиційної діяльності, доходів від надзвичайної діяльності, тому облік за цими видами діяльності не ведеться на підприємстві. Дані доходів від реалізації готової продукції суб’єкта господарювання узагальнюють у журналі № 6 "Облік доходів і результатів діяльності".

Визнану суму доходів основної діяльності в даному журналі відображають у графі 3. Всю інформацію з журналу в кінці місяця заносять до головної книги, де згодом підраховують обороти по дебету та кредиту кожного рахунка. Її використовують для того, щоб узагальнити дані журналів-ордерів, та зробити взаємну перевірку записів на окремих рахунках та складання звітності. У ній відображають початкове сальдо, а також поточні обороти і сальдо на кінець звітного періоду за кожним субрахунком. Відповідно до методу подвійного запису суми дебетового та кредитового оборотів, а також дебетового і кредитового сальдо мають бути рівними відповідно.

Окрім цього на підприємстві використовується комп'ютерна форма обробки інформації з використанням програми «1С: Підприємство 8.2», за допомогою якої збираються і систематизуються дані первинних документів, необхідні для синтетичного і аналітичного обліку. Дані про доходи від основної діяльності звітного періоду у ДП «Сторожинецький лісгосп» наводять у Звіті про фінансові результати (Звіті про сукупний дохід) за формою № 2.

Отже, стан організації обліку доходів від основної діяльності підприємства залежить від правильного і повного документального оформлення, а також своєчасного відображення в регістрах обліку доходів та результатів діяльності, вчасного отримання інформації про доходи, яка буде найбільш вірогідною. ДП «Сторожинецький лісгосп» у своїй діяльності поряд з журнальною-ордерною формою ведення обліку використовує автоматизовану, що дозволяє прискорити обробку облікової інформації, а також правильно та точно здійснити облік доходів від основної діяльності і відобразити фінансовий результат підприємства. Систему організації обліку доходів на ДП «Сторожинецький лісгосп» ми вважаємо організовано згідно чинного законодавства. Однак є необхідність в удосконаленні автоматизованої форми обліку на підприємстві шляхом запровадження в бухгалтерії лісгоспу конфігурації «1С: Управління лісовим господарством для України» на платформі «1С: Підприємство 8». Даний програмний комплекс являє собою потужний інструмент для використання сучасних методів управління підприємством лісової галузі, охоплюючи таку специфіку діяльності, як лісовідведення, лісозаготівля, переробка деревини, надає можливість зручного ведення бухгалтерського і податкового обліку з формуванням всього спектру галузевої і регламентованої звітності, підтримує інтеграцію з системою електронного обліку деревини.

Для організації системи аналітичних рахунків, на яких упродовж облікового періоду відображаються доходи підприємства, необхідно виходити з потреб внутрішнього менеджменту і структури форм фінансової звітності та відповідних рахунків і субрахунків чинного Плану рахунків. Так, дохід від реалізації готової продукції (товарів) необхідно відображати на аналітичних рахунках у розрізі видів реалізованої готової продукції (товарів) із метою виявлення найприбутковіших серед них, а також установлення тенденцій рентабельності окремих видів продукції (товарів, робіт, послуг). Наприклад, 7011 «Дохід від реалізації готової продукції верхніх складів», 7012 «Дохід від реалізації готової продукції нижніх складів», 7013 «Дохід від лісозаготівлі (побічна продукція)».

Отже, за результатами проведеного дослідження специфіки бухгалтерського обліку доходів лісових підприємств, ми дійшли висновку, що дана ділянка потребує постійного удосконалення. Це обумовлює постійні пошукові дослідження в області даної ділянки, що визначає актуальність даних питань, як

теоретичного так і практичного характеру. Постійні публікації в спеціалізованих облікових та аналітичних виданнях створюють сприятливу основу для розв’язання низки проблем прикладного характеру та розробки системи удосконалень в цілому.

Список використаних джерел:

1. Дохід : Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку від 29.11.1999 р. №15. Дата оновлення : 27.06.2013. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99#Text (дата звернення: 25.10.2020).

2. Задорожна О. І. Організація обліку на підприємствах лісової галузі: сучасний стан і шляхи вдосконалення. *Актуальні проблеми економіки*. 2008. №8(86). С. 207–213.

3. Про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій : Наказ МФУ від 30.11.1999 р. № 291 : Інструкція. Дата оновлення : 16.09.2019. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99#Text (дата звернення: 18.10.2020).

4. Сук Л., Сук П. Організація бухгалтерського обліку на підприємстві. *Бухгалтерія в сільському господарстві*. 2008. №14 (215). С. 37–46.

АУТСОРСИНГ ФІНАНСОВИХ ІНВЕСТИЦІЙ ЯК ЕЛЕМЕНТ АНТИКРИЗОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА СПОРТИВНОГО ТУРИЗМУ

Гнат В., 2 курс, ОС «магістр», ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Менеджмент»
Наук. кер. – Гищук Р. М.

Розглядаються та обґрунтовуються питання залучення зовнішніх фінансових інвестицій в антикризовому менеджменті туристичного підприємства через авторську програму для гранту чи іншого фінансового джерела з метою загальної стабілізації розвитку гірської територіальної громади шляхом партнерства з громадськими організаціями спортивного туризму.

The issues of attracting external financial investments in the crisis management of a tourist enterprise through an author's program for a grant or other financial source in order to stabilize the development of the mountain community through partnerships with public organizations of sports tourism are considered and substantiated.

Актуальність. Враховуючи той факт, що спортивний туризм, який у загальних рисах забезпечує оздоровлення населення, на сьогодні, практично, позбавлений державної чи регіональної підтримки, актуальність і спрямування зовнішніх фінансових інвестицій як елементу антикризового менеджменту туристичного підприємства є вкрай очевидною та нагальною. У нашому окремому випадку вона спрямована на підвищення рівня здоров'я населення та отримання, удосконалення власної туристичної спортивної методики проведення дозвілля чи/або активного, але водночас безпечного відпочинку такими категоріями людей: дітьми, підлітками, молоддю та людей середнього віку використання ними різних форм і методів, у тому числі й інноваційних, у сучасних умовах. Одним із головних принципів організації спеціалізованого дозвілля є врахування вікових особливостей аудиторії.

Ступінь наукової розробленості. Теоретичною, методичною та інформаційною базою дослідження є положення і результати теоретичних розробок, матеріали періодичних видань та конференцій, З-поміж вітчизняних науковців дослідження питань антикризового управління підприємством займалися В. Дикань, В. Зубенко [1], Ю. Калюжна [8], В. Костиляну [5], П. Кухта [3], Н. Резнік [5], Х. Ревенко, О. Мягкова [4], О. Маковоз [1], І. Смачило [6], О. Старинець [7], А. Ткаченко [8], І. Токмакова, О. Шраменко [1], а в туризмі, зокрема, спортивному – В. Задоя [9], Р. Камінський [10], В. Кифяк [2], Л. Марценюк [9], О. Полінкевич [10], О. Пікуліна, Т. Чаркіна [9] та ін.

Метою статті є розробка шляхів і кроків антикризового управління в нинішній діяльності спортивно-туристичного підприємства, виявлення особливостей його функціонування через залучення зовнішніх фінансових інвестицій в умовах тісного партнерства з гірськими громадами.

Об'єктом є процес фінансового управління та залучення партнерських інвестицій в туристичне підприємство «Садниста» і Берегометську ОТГ Вижницького району Чернівецької області.

Виклад основного матеріалу. Диференціація за цими ознаками в різні часи була характерною при організації відпочинку. Кожна вікова категорія має власні дозвіллєві орієнтації і потреби. В межах різних вікових груп також існують різноманітні форми дозвіллєвої чи активної оздоровчо-спортивної діяльності загалом і у формі пішохідного, велосипедного, гірського, водного туризму та ін., зокрема. Вони залежать від низки факторів: місцевих традицій, освіти, інтересів, соціального статусу тощо.

Створення нових продуктів та послуг базується на кількох основних принципах – це забезпечення сталості справи та її самоокупності, збалансованість цілей економічного зростання та збереження довкілля, спрямованість на задоволення соціальних та економічних потреб місцевих громад, перетворення історичної, культурної та природної спадщини, отриманої від попередніх поколінь на активи, які здатні приносити максимальну користь нашим нащадкам. Кожний новий доступний туристам досвід (туристичні продукти і послуги) розширює асортимент унікальної туристичної пропозиції для гостей області, тому спрямовуємо свою діяльність на те, аби задовольнити невичерпну потребу сучасної людини у пізнанні, отриманні позитивних «здорових» емоцій і кондицій.

Сфера туризму підтримує майже 50 суміжних галузей і створює додаткові робочі місця. Один турист дає роботу 10 особам. Створення одного робочого місця в туризмі в 20 разів дешевше, аніж у промисловості. Туризм в Україні може й мусить стати сферою реалізації ринкових механізмів, джерелом поповнення державного та місцевих бюджетів, засобом загальнодоступного й повноцінного відпочинку, оздоровлення через організацію активних видів руху, вправ, конкурсів або змагань, а також ознайомлення з історико-культурною спадщиною та сьогоденням нашого народу й держав.

Позитивний вплив розвитку активного (спортивного) туризму на ОТГ:

• збільшує надходження до бюджету (ПДФО, ЄСВ, земельний податок і ін.);

• є найпотужнішим стимулом розвитку малого та середнього бізнесу в понад 50 суміжних галузях економіки;

• створює робочі місця (кожні 26 туристів створюють 1 робоче місце);

• розвиває інфраструктуру;

• покращує якість життя;

• зменшує відтік людей з ОТГ, району, області.

Деякі ОТГ здатні розвивати туризм на основі історичних цікавинок, комусь до душі популяризація природних багатств, а для когось зелений, спортивний туризм є шансом зацікавити туристів не лише з різних регіонів України, але і з-за кордону.

У цьому випадку найактуальнішим та найшвидше дієвішим елементом антикризового менеджменту туристичного підприємства є аутсорсинг зовнішніх фінансових інвестицій у вигляді грантів чи інших бюджетних програм країни, які мають можливість дофінасовувати цілу галузь чи окремі територіальні громади. Для цього необхідно врахувати та оцінити закони України, законодавчі акти та інші постанови КМУ та ін.

При цьому для оцінки фінансового аутсорсингу для туристичного підприємства ми пропонуємо опиратися на загальнонаціональні закони, акти та постанови: «Про туризм», «Про засади державної регіональної політики», «Про стимулювання розвитку регіонів», Національної доповіді «Цілі Сталого Розвитку до 2030 року», Указу Президента України від 22 липня 2019 року №543/2019 «Про розвиток регіону українських Карпат», постанов Кабінету Міністрів України від 11 листопада 2015 року №931 «Про затвердження Порядку розроблення Державної стратегії регіонального розвитку України і плану заходів з її реалізації, а також проведення моніторингу та оцінки результативності реалізації зазначених Стратегії і плану заходів», від 11 листопада 2015 року № 932 «Про затвердження Порядку розроблення регіональних стратегій розвитку і планів заходів з їх реалізації, а також проведення моніторингу та оцінки результативності реалізації зазначених регіональних стратегій і планів заходів», розпорядження Кабінету Міністрів України від 03 квітня 2019 р. № 232-р.

На регіональному рівні в цьому полі діють: «Про схвалення Концепції розвитку гірських територій українських Карпат» та Державної програми розвитку регіону українських Карпат на 2020-2022 роки, «Комплексна програма розвитку туризму в Чернівецькій області на 2021-2023 роки» (1.2. Проблеми у сфері туризму: - недостатній рівень кваліфікації спеціалістів, що працюють в туристичній сфері, особливо в сільській місцевості; - неефективне використання туристично-рекреаційного потенціалу в сільській місцевості як одного з чинників розвитку сільських територій та зменшення безробіття; - неналежні безпечні умов перебування туристів на туристичних; 1.4. Обґрунтування шляхів і засобів розв’язання проблеми, строки та етапи виконання програми: - впровадження нових туристичних маршрутів і тематичних екскурсійних програм; - проведення навчальних заходів для фахівців туристичної галузі в територіальних громадах, об’єктах та ін.; 1.5. Завдання програми та результативні показники. Завдання 2: - розробка туристичних маршрутів та їх маркування; - розвиток мережі закладів тимчасового розміщення та активного відпочинку туристів; Результативні показники виконання програми: кількість туристичних заходів проведених в області), рішення № 14-2/21 від 30 березня 2021 р. та інших локальних програм розвитку туризму в ОТГ, схеми планування території Чернівецької області (нове адміністративне районування та затверджені межі ОТГ у їхньому складі).

Врахувавши всі умовності вище зазначеного, ми пропонуємо реалізацію проєкту «Карпатські туристичні ігри» для розвитку як туристичного потенціалу, так і його загалом у Берегометській ОТГ спільно з туроператором ПП «Садниста» та його партнером із організації різних заходів у спортивному туризмі ГО «Чернівецька обласна Федерація спортивного туризму».

Мета проєкту – підвищення ролі фізичної культури та спорту у всебічному гармонійному розвитку особи, зміцненні здоров’я населення, патріотичне і виховання в молоді, осіб середнього віку основ здорового способу життя шляхом популяризації активних спортивно-орієнтованих видів відпочинку (в т.ч. екстремального), створення відповідного спеціалізованого іміджу та удосконалення туристичної інфраструктури в Берегометській ОТГ, що загалом переслідує мету вагомого значення спортивного туризму для оздоровлення населення та можливість упровадження методики організації безпечного туризму на його основі для будь-якої території. Детальні завдання інвестиційної привабливості та менеджменту в Берегометській ОТГ нами представлені в табл. 1.

Цільова група та бенефіціари проєкту: соціально незахищені групи населення, фахівці туристичного супроводу, які залучатимуться до навчання, організації, проведення активних видів відпочинку, краєзнавчої, а звідси – патріотичної роботи та виховання в спортивному туризмі. Іншою важливою складовою пропонованого проєкту через механізми спортивного туризму є військово-мобілізаційне, прикладне виховання та злагодження через проходження так-званої «школи виживання» і набуття

навичок учасниками необхідних життєвих якостей у природних екстремальних та/або воєнних умовах. Безпосередньо бенефіціарами є потужні ОТГ із своїми власними, почасти унікальними, локаціями та інфраструктурою, які зацікавленні в розбудові та розвитку району (регіону), власній популяризації та спеціалізації послуг спортивно-оздоровчого характеру для мешканців ОТГ та її гостей (туристів).

Таблиця 1

Завдання реалізації інвестиційного проєкту «Карпатські туристичні ігри» Берегометської ОТГ

Загальна мета проєкту	Зміст завдань
Завдання 1	Апробація та популяризація нових туристичних спортивних маршрутів для їхнього задіяння в активних спортивно-орієнтованих видах відпочинку та дозвілля широких верств населення
Завдання 2	Охоплення активних форми відпочинку, оздоровлення та емоційних видів проведення дозвілля шляхом безкоштовного використання закупленого спорядження, запропонованого в бюджетній частині конкурсного проєкту зі спортивного туризму
Завдання 3	Підготовка та навчально-методична робота для фахівців туристичного супроводу

Із досвіду проведення аналогічних заходів Громадською організацією «Чернівецька обласна Федерація спортивного туризму» за кількістю учасників чи задіяних осіб: організатори проведення 50 ос., учасників «Карпатських туристичних ігор» до 300 ос., вболівальників (батьки, друзі) 200-250 ос. Загалом 550-600 ос. за разове проведення «Карпатських туристичних спортивних ігор». За цією ж методикою можна розрахувати кількість охоплених учасників для будь-якої іншої гірської громади Карпатського регіону чи інших громад із аналогічними природними та орографічними умовами.

Висновки. Враховуючи той факт, що спортивний туризм, який у загальних рисах забезпечує оздоровлення населення, на сьогодні, практично, позбавлений державної чи регіональної підтримки, актуальність і спрямування зовнішніх фінансових інвестицій як елементу антикризового менеджменту туристичного підприємства є вкрай очевидною та нагальною. Врахувавши всі умовності вище зазначеного, ми пропонуємо реалізацію розробленого нами проєкту «Карпатські туристичні ігри» для розвитку як туристичного потенціалу, так і його загалом у Берегометській ОТГ спільно з туроператором ПП «Садниста» та його партнером із організації різних заходів у спортивному туризмі ГО «Чернівецька обласна Федерація спортивного туризму». При цьому важливою залишається мета проєкту, яка переслідує підвищення ролі фізичної культури та спорту у всебічному гармонійному розвитку особи, зміцненні здоров'я населення, патріотичне і виховання в молоді, осіб середнього віку основ здорового способу життя шляхом популяризації активних спортивно-орієнтованих видів відпочинку (в т.ч. екстремального), а також реалізації програми з антикризового менеджменту в період нестабільного розвитку туризму в гірських громадах Карпат України загалом.

Список використаних джерел:

1. Дикань В. Л., Зубенко В. О., Маковоз О. В., Токмакова І. В., Шраменко О. В. Стратегічне управління : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 272 с.
2. Кифяк В.Ф. Методологічні засади розрахунку чисельності туристів та обсягу наданих їм послуг. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. 2012. Економічні науки.* Випуск III (47). URL: https://tourlib.net/statti_ukr/kyfjak5.htm
3. Кухта П. В. Кризи, їх причини та наслідки. *Ефективна економіка.* № 10, 2012. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1439
4. Ревенко Х.А., Мягкова О.В. Антикризове управління в сучасних умовах. *Сучасні питання економіки і права.* №1(9), 2019. URL: https://library.sumdu.edu.ua/data/economika_03_2020.pdf
5. Резнік Н.П., Костиляну В.А. Антикризове управління підприємством, як засіб захисту підприємства від банкрутства. URL: http://dspace.knau.kharkov.ua/jspui/bitstream/123456789/2020/1/22.pdf
6. Смачило І.І. Антикризове управління персоналом: особливості та основні напрямки. *Молодий вчений.* № 2 (78), 2020 р. URL: http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2020/2/76.pdf
7. Старинець О. Г. Антикризове управління вітчизняними телекомунікаційними підприємствами: сучасний стан, тенденції та перспективи. *Ефективна економіка.* URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7178
8. Ткаченко А. М., Калюжна Ю.В. Криза: сутність, класифікація та причини виникнення. URL: https://core.ac.uk/download/pdf/72005904.pdf
9. Чаркіна Т. Ю., Марценюк Л. В., Задоя В. О., Пікуліна О. В. Стратегічні напрями управління готельно-ресторанним бізнесом в умовах кризи. *Економіка та держава,* 2021. № 2. С. 19 – 23
10. Polinkevych Oksana and Kamiński Ryszard. Anti-crisis development strategies of insurance companies in Ukraine and Poland in the context of COVID-19. *Insurance Markets and Companies,* 11(1), 2020. Pp. 21-29

РОЗВИТОК МОЛОДІЖНОГО ТУРИЗМУ В ЧЕРНІВЕЦЬКІЙ ОБЛАСТІ

Коваль В., 4 курс (ОС «бакалавр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Менеджмент»,
спеціалізація «Менеджмент готельного, курортного та туристичного сервісу»
Наук. кер. - Хитрова О. А.

Стаття присвячена розкриттю сутності та значення розвитку молодіжного туризму в Україні, зокрема в Чернівецькій області. Визначено аспекти розвитку туризму, досліджено туристичний потенціал Чернівецької області як складової молодіжного туризму, а також охарактеризовано пропозиції щодо підвищення привабливості молодіжного туризму в області.

The article is devoted to revealing the essence and significance of the development of youth tourism in Ukraine, in particular in Chernivtsi region. Aspects of tourism development are determined, the tourist potential of Chernivtsi region as a component of youth tourism is studied, and also the offers on increase of attractiveness of youth tourism in the region are characterized.

Актуальність даної теми полягає в тому, що на сьогодні один з найперспективніших напрямків розвитку світової туристичної сфери належить молодіжному туризму, що становить 20% від загального числа подорожей в світі. Необхідність дослідження молодіжного туризму обумовлена і такими соціальними якостями молоді, як активність, високий рівень потреби в недорогих і прийнятних за якістю туристських послугах, сприйнятливість до нових ідей, романтизм.

Економічні потрясіння і політичні катаклізми останнього часу внесли суттєві зміни в сучасну дійсність, і молодіжні проблеми відійшли на задній план, про них майже перестали говорити. І це тоді, коли стан фізичного і духовного розвитку майбутніх поколінь вимагає використання всіх можливих засобів. У цьому контексті одним із найважливіших форм виховання молоді, організації її вільного часу можна вважати туризм, адже можливість подорожувати сприяє фізичному і психічному здоров'ю людини, незалежно від віку і соціального статусу, відновлює і підвищує рівень працездатності, розвиває і посилює пізнавальні, інтелектуальні та комунікативні здібності. Водночас правильна організація туристичної роботи здатна зняти багато молодіжних проблеми, з якими стикається наше суспільство протягом багатьох років.

Метою даної статті є дослідження розвитку молодіжного туризму в Чернівецькій області.

Об'єктом дослідження є процес молодіжного туризму та його розвиток в регіоні.

Предметом дослідження є теоретико-методичні положення та практичні рекомендації розвитку молодіжного туризму.

Незважаючи на актуальність обраної тематики, проблема молодіжного туризму мало досліджена в сучасній літературі. Окремі питання розглядаються у працях таких науковців як Грабовський Ю.А., Кифяк В.Ф., Мальська М.П., Палаткина Г.В., Сокол Т. Г., Шандор Ф. Ф. та ін.

Туристами можна вважати осіб, які подорожують у місцях, що знаходяться поза межами їхнього постійного перебування, впродовж періоду, що не перевищує одного року підряд, з метою дозвілля і відпочинку, відвідування знайомих і родичів, вирішення службових питань тощо.

Молодь - це соціально-демографічна група, яку виділяють на підставі сукупності вікових характеристик, особливостей соціального стану, соціально-психологічних особливостей [1, с. 88]. Їй притаманні специфічні фізіологічні, психологічні, пізнавальні, культурно-освітні тощо властивості, що характеризують її біосоціальне дозрівання як здійснення самовиразу її внутрішніх сутнісних сил і соціальних якостей [2, с.133].

Як мотиви молодіжного туризму можуть виступати різні інтереси, пов'язані з рекреаційними, освітніми, патріотичними, релігійними, культурними, пізнавальними, спортивними та іншими цілями. Одним з мотивів подорожей для молодих людей є різноманітне дозвілля, яке вони організують в місці тимчасового перебування. Особливістю молодіжного дозвілля є підвищена емоційна і фізична рухливість, динамічна система настроїв, зорова і інтелектуальна сприйнятливість. У молодому віці актуальна потреба в пізнанні нового, чогось незвіданого. В якості активного дозвілля молоді можуть виступати різноманітна ігрова діяльність, яка дає приплив емоцій та нових відчуттів, вона стимулює прояв у молодих людей прагнення до змагальності, винахідливості, допомагає більш повно усвідомити наявні і виникають при цьому потреби, а також вибрати форму задоволення даних потреб. В результаті молоді люди більш детально пізнають себе, швидше адаптуються і користуються можливостями зовнішнього середовища.

Мотивацією до споживання молодіжних турів також є можливість вибору молодіжних туристських продуктів. Будучи енергійною, новаторською і радикальною групою суспільства молоді люди не завжди можуть дозволити собі, а в деяких випадках і не вміють організувати своє дозвілля. Розвиток молодіжного туризму як раз і спрямований на надання цивілізаційної форми і усунення зазначених причин. Молоді люди, на відміну від інших категорій туристів, не пред'являють підвищені вимоги до розміщення. Вони

можуть зупинятися і в хостелах і в гуртожитках, призначених для тимчасового розміщення. Рівень комфорту і висока якість послуг практично не важлива для молоді. Акцент робиться на насиченій культурно-дозвільній програмі, що відповідає їх віковим потребам. Пріоритетними витратами для молодих людей є не проживання, харчування та транспортні витрати, хоча вони обов'язково повинні бути присутніми в туристичному продукті, а розваги і анімаційні програми, які опосередковують процес споживання туристських послуг [3, с.17].

Більшість молодих туристів зазначає, що туризм приносить користь їхньому саморозвитку, збагачує їхній духовний світ, розширює світогляд. Вони стають активнішими, самовпевненішими, поступливішими. Більшість молодих туристів починає з більшою повагою ставитися до культур інших народів. А також під час подорожей і походів як по своїх країнах, так і в інших країнах туристи знайомляться з країною, її людьми, їхнім життям і національною культурою. Вони розширюють і поглиблюють свої знання в багатьох галузях, таких як ботаніка, зоологія, географія, геологія, метеорологія й астрономія, сільське і лісове господарство, історія і культура. Правильно організована подорож або похід студента здійснює важливий внесок у розвиток загальноосвітньої підготовки.

Молодіжний туризм справляє позитивний вплив на місцеву економіку. Дослідження Всесвітньої конфедерації подорожей молодих студентів і викладачів (WYSE Travel Confederation) доводять, що загальні туристські витрати молоді збільшуються швидше, ніж туристичні витрати інших категорій населення (в середньому зростання становить 8% на рік). Молоді туристи зазвичай подорожують частіше і затримуються довше, і тому витрачають більше, ніж туристи середнього віку, незважаючи на те, що їхні щоденні витрати скромніші. Грошові суми, які в середньому витрачають молодь і студенти, за останні 5 років збільшилися на 40% – до 1900 євро за поїздку [4].

Насамперед молодіжний туризм безпосередньо приносить дохід представникам малого і середнього бізнесу, тому відіграє важливу роль у створенні робочих місць для цих верств місцевого населення. Представники туристичного бізнесу багатьох країн усвідомлюють важливість цієї цільової групи. Для цього розробляються спеціальні «молодіжні» туристичні програми – спортивні, пригодницькі тощо; пропонуються спеціальні пакети турів або послуг зі знижками; з'являється все більше хостелів та інших бюджетних місць розміщення. Відпочинок для молоді манить численними знижками. Пільги для студентів та молодих науковців стають звичним та поширеним явищем. ISIC – International Student Identity Card (міжнародне посвідчення особи і статусу учня/ студента), є єдиним визнаним у світі посвідченням особи та статусу учня. Це посвідчення випускається в 120 країнах світу, надає понад 41 тис. знижок та пільг власникам посвідчення. Програма підтримується на державному рівні і налічує 4,5 млн членів спіль- ноти ISIC. Власниками ISIC можуть стати учні загальноосвітніх шкіл у віці від 12 до 18 років, студенти та аспіранти денних і вечірніх відділень державних і комерційних навчальних закладів. Вартість посвідчення для України становить 200 гривень [5].

Туристична галузь Буковини останніми роками активно розвивається та викликає інтерес як на теренах України, так і за кордоном. На території Чернівецької області на 2019 рік функціонує 102 готелі, туристичні та рекреаційні комплекси та понад 60 приватних садиб сільського зеленого туризму, більша частина з яких розташована в Буковинських Карпатах. Хоча в Чернівецькій області офіційного статусу курорту не має жоден населений пункт, тут функціонує 4 санаторії [6].

Згідно з статистичними даними, починаючи з 2012 року було зафіксоване істотне зменшення майже за всіма показниками туристичної діяльності. За період 2011–2014 рр. кількість обслугованих туристів зменшилась на 41,6%. Це пов’язано як з наслідками кризових явищ в економіці, так і з негативним впливом подій 2014 року і початком військових дій на Сході України [7].

Згідно інформації туристично-інформаційного центру Чернівецької міської ради обсяг туристів, що відвідали ТІЦ також щорічно зростає. У 2014 році - 7278 туристів, з яких 5208 – вітчизняні та 2070 – іноземні. У 2015 році – 7653, з яких 5304 вітчизняні та 2349 – іноземні. У 2016 році – 10489, з яких 6726 – вітчизняні та 3763 – іноземні. Упродовж 2018 року Чернівці, як туристичний центр, відвідало 10901 тис. туристів, з них іноземних – 4522 осіб. Порівняно з показником у 2017 році кількість відвідувачів зменшилася на 833 осіб, або 7%, у тому числі вітчизняних туристів зменшено на 20,0% , іноземних – на 20,5% [7].

Серед вітчизняних туристів переважають туристи з Києва – 31%, з міст Західної України – 27%, півдня та сходу України – 22%, центру країни – 20 відсотків. Серед іноземних туристів, найбільшу питому вагу складали туристи з Польщі та Румунії, Німеччини та Австрії, Росії та Білорусії. Також були представники з США, Канади, Австралії, Шотландії, Японії та Китаю.

За мотивами відвідувань більша частка внутрішніх та іноземних туристів (в межах від 60,0 до 86,0% відповідно) відвідали Чернівці з метою проведення дозвілля та відпочинку. Особливістю рекреаційного потенціалу міста Чернівці є те, що саме на його території сконцентровані найбільш цікаві об’єкти екскурсійного огляду усієї області. Головну увагу привертає Старе місто, тобто центральна частина. Тому

найбільш відвідуваними туристами залишаються пам'ятки архітектури історичного центру Чернівців, у тому числі об'єкт Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО – колишня Резиденція Митрополитів Буковини та Далмації. Відповідно даних офіційного сайту Чернівецької міської ради упродовж 2018 року об'єкт ЮНЕСКО відвідало 94,5тис. туристів, що на 1,5 тис. осіб або 1,6% менше проти показника за 2017 рік [7] .

З метою забезпечення сталого розвитку туристичної галузі в регіоні та популяризації туристичного потенціалу Буковини область постійно приймає участь у туристичних виставка. Так, у минулому році область приймала участь у 39-тій туристичній виставці TTR-I Romania, туристичній виставці "UITT "Україна – подорожі та туризм" (м. Київ), Міжнародній туристичній виставці «ITB-2019» м. Берлін (Німеччина), у 26 Міжнародній виставці UITT'2019: «Україна – Подорожі та Туризм» в м. Києві, 25 Міжнародній туристичній виставці в м. Лодзь (Польща) та Буковинському туристичному ярмарку (м. Чернівці), Міжнародному весняному ярмарку туристичних послуг «Відпочинок – 2019» в м. Мінську (Білорусь), та інших.

Насамперед молоді люди зацікавлені в активних екстремальних видах спорту, а природа Буковинського Передкарпаття сприяє цьому. Серед молоді зростає популярність гірськолижного спорту, велопоходів і трекінгу в гори, сплавів, каякінгу, скайсерфинг і сноукайтинг. Тому в області значна увага приділяється розвитку спортивних видів туризму. Так, в області щорічно організовуються заходи спортивного туризму – відкрита першість Чернівецької області зі спортивного туризму (пішохідна), велосипедний Чемпіонат України зі спортивного туризму. Останніми роками було проведено Міжнародні відкриті змагання зі спортивного туризму "XIV Буковинські екстремальні ігри – 2015", мото фестиваль "Шлях мольфара 2017" та ряд інших.

Одним з найбільших фестивалів, учасниками якого стає молодь, є етнографічний фестиваль «Маланка-фест». Він проводиться щорічно з метою презентації Чернівецької області як етнічно різнобарвного краю з унікальною культурою та своєрідним колоритом; регіону, в якому зберігаються традиції народних свят, їх підтримки та відродження. Учасниками Фестивалю Маланок є фольклорні, аматорські, музичні колективи міста Чернівці, районів Чернівецької області та сусідніх областей. В цей день місто перетворюється на суцільний мистецький майданчик.

Особливо цікавим для молоді є історичні фестивалі. У Чернівецькій області було започатковано найбільший в Україні фестиваль історичної реконструкції середньовіччя нового формату «Битва Націй», який тепер "подорожує" по різних країнах в статусі чемпіонату світу з історичним боїв. І з цього фестивалю виріс фестиваль "Середньовічний Хотин" на території величної Хотинської фортеці на Дністрі, що проходить під час травневих свят. Учасники фестивалю "Середньовічний Хотин" живуть і відпочивають в історичному таборі на території фортеці, в умовах, наближених до тих, які були звичні в поході для наших предків. На фестивалі можна взяти участь в іграх, майстер-класах на інтерактивних точках (навчання ремеслам, акустична музика, конкурси), подивитися виступи вуличних театрів і вечірній фаєр-шоу, послухати концерт етно-рок-музики.

З метою зацікавлення молоді, зокрема студентів, до спортивних подорожей у 2014 році в ЧТЕІ КНТЕУ був створений туристичний клуб «Плай». Саме відтоді члени клубу крок за кроком ішли до своєї мети. Періодично організовувалися літні та зимові походи в Українські Карпати, де відбувалися сходження на наші двотисячники. У 2018 році ЧТЕІ КНТЕУ вийшов на міжнародну арену і встановив свій стяг на горі Молдовяну – 2 544 м (Румунія) та на найвищій горі Балканських гір – Мусалі (2 925 м). У 2019 році члени клубу відвідали 5 країн (Румунія, Болгарія, Туреччина, Грузія та Росія), ознайомилися з їхньою природою, культурою та туристичними об'єктами. Але головним досягненням ЧТЕІ КНТЕУ стало сходження на гору-п'яти тисячник Казбек – 5 033.8 м [8].

Сьогодні організацією подорожей для молоді займаються численні міжнародні організації, які всіляко сприяють розвитку молодіжного туризму. Основні завдання таких організацій: всіляко сприяти розвитку міжнародного молодіжного туризму в світі, викликати інтерес до подорожей якомога більшої кількості молодих людей, забезпечити індустрії молодіжних подорожей державну підтримку, захищати права молодих людей на відпочинок, розвивати співпрацю з транспортними компаніями і засобами розміщення для встановлення спеціальних цін для молоді людей.

Міжнародне бюро по соціальному туризму (BITS) сприяє розвитку соціального туризму в міжнародному масштабі; координує діяльність своїх членів і інформує їх з усіх питань, пов'язаних з областю соціального туризму, в тому числі його культурно-освітніми аспектами і соціально-економічними наслідками [9].

У 2021 році туризмом в Україні займається Міністерство культури України. І у держбюджеті на 2021 рік на розкриття туристичного потенціалу країни було передбачено 240 млн грн, частину яких планували направити розвиток молодіжного туризму.

В статті освітлено пропозиції щодо підвищення привабливості молодіжного туризму в Чернівецькій області. Виходячи з вищесказаного, стає очевидно, що молодіжний туризм перспективний напрямок туристичної сфери. І тому представники туристичного бізнесу усвідомлюють важливість цієї цільової групи.

Для цього розробляються спеціальні молодіжні туристичні програми - спортивні, пригодницькі та т.д.; пропонуються спеціальні пакети турів або послуг зі знижками; з'являється все більше хостелів та інших бюджетних місць розміщення. Тобто представники роблять все можливе для заохочення молоді до подорожей.

Висновок. Молодь вважається найбільш подорожуючим сегментом населення земної кулі. Молодіжний туризм - особливий вид подорожей, індивідуальний чи колективний, як у своїй країні, так і за її межами, коли молодь, часто невибаглива до рівня комфорту, об'єднана спільною метою пізнання світу і проведення дозвілля. Він справляє вагомий вплив на розвиток молодої людини як гідного і гармонійно розвиненого громадянина своєї країни.

Найбільшою популярністю у молодих мандрівників користуються такі види туризму, як: пізнавальний, спортивно-оздоровчий, самодіяльний, у тому числі з активними способами пересування, лікувальний, гірськолижний, фестивальний, екологічний, навчальний. Тому до структурних елементів молодіжного туризму можна віднести такі види туристської діяльності як екскурсії, профільні табори, туристські змагання і заходи, екстремальні види діяльності в природному середовищі.

Молодіжний туризм може бути як організованим, в разі якщо подорож організовує будь-яка організація (туропаретор, школа, університет, туристичний клуб), так і неорганізованим.

При виборі засобів пересування перевага віддається більш дешевим видам транспорту. Тому найбільш популярними видами є автобусний, велосипедний, залізничний, автомобільний і водний (байдарки, човни, плоти) туризм. Як правило, молоді туристи зупиняються в дешевих готелях, хостелах, кемпінгах. Оскільки вільного часу у молодих людей набагато більше ніж у дорослих, молодь активно подорожує в будь-який час року, як в сезон, таки в не сезон, наприклад, під час зимових або великодніх канікул.

Якщо говорити про основні заходи, які властиві молодим туристам під час подорожі, то слід зазначити наступні: прогулянки по місцевості з відвідуванням визначних пам'яток, фото- і / або відеозйомку, придбання сувенірів та будь-яких товарів, які є символом даної дестинації, відвідування місцевих кафе, барів, клубів. Необхідно врахувати такий феномен, як «жага подорожі». молоді туристи визначають основні вигоди подорожі як отримання досвіду для планування подальших подорожей. Іншими словами, туризм породжує туризм.

Туристичний потенціал Чернівецької області сприяє розвитку молодіжного туризму. Область має гарні природно-кліматичні умови, велику кількість річок, мінеральних джерел, поєднання мальовничих лісостепових, передгірських і гірсько-карпатських ландшафтів, багато чисельність заповідних територій, пам’яток природи, історії та своєрідні етно-культурні особливості, що приваблює молодь.

Говорячи про джерела фінансування поїздок, молодіжний туризм належить до групи соціального, для представників цієї категорії ціновий фактор має вирішальне значення. У своїй масі молодіжний туризм це неорганізований туризм. Молоді люди обмежені в фінансах, самі планують свої поїздки і не мають власного транспорту. Тому погане транспортне сполучення стримує розвиток цього туризму в області. Для покращення стану потрібно налагодити залізничне та автобусне сполучення, і не тільки в межах області, а й між прилеглими регіонами. А у зв’язку з відміною багатьох залізничних маршрутів ситуація тільки погіршилась.

Взагалі молодіжний туризм більш активно розвивається лише при наявності державної підтримки. Для динамічного розвитку цієї галузі державне регулювання і підтримка є необхідністю. Міжнародними організаціями і урядами окремих країн впроваджуються спеціальні програми, з метою сприяння мобільності студентів.

Отже, розвиток молодіжного туризму в Чернівецькій області починає набирати обертів та розвиватися саме завдяки молоді, адже вони наше майбутнє, і саме молодь здатна розвивати туристичну сферу свого регіону.

Список використаних джерел:

1. Городяненко В.Г. Соціологія: підручник. Київ, 2003. 375 с.
2. Грицай Ю. В. Складові, що визначають сутність поняття "молодь": сучасні підходи. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету.* 2015. Вип. 15(1). С. 132-135.
3. Кольчугина Т.А. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности: учебно-методическое пособие. Москва, 2016. 52 с.
4. Глобальна доповідь «Сила молодіжного туризму». URL http://cf.cdn. unwto.org/sites/all/ files/pdf/2wyse_ultimoscambios.pdf
5. Офіційний сайт Турклуб "Veslo". URL : https://clubveslo.jimdofree.com (дата звернення: 15.04.2020)
6. Офіційний сайт Чернівецької міської ради. URL: /city.cv.ua/mt/biznesu/turizm-82 (дата звернення: 15.04.2020)
7. Офіційний сайт Чернівецької міської ради. URL: /city.cv.ua/mt/biznesu/turizm-82 (дата звернення: 15.04.2020)
8. Інтернет ресурс «Факти Чернівці». URL : https://fakty.cv.ua/2017/09/novi-vysoty-i-rekord-chernivetskoho-turystychnoho-klubu-plai-foto-video/ (дата звернення: 29.09.2017)
9. Офіційний сайт ISIC в Україні. URL: http://isic.net.ua/ (дата звернення: 15.04.2020)

РОЗВИТОК ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ЇХ ЗАПРОВАДЖЕННЯ У ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ

Міх С., 4 курс (ОС «бакалавр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Менеджмент»
Наук. кер. - Хитрова О. А.

У статті представлено можливості інформаційних систем в управлінні туристичною сферою та реалізації туристичного продукту. Визначено переваги та недоліки, а також перспективи за допомогою SWOT-аналізу. Проведено аналіз впровадження інформаційних технологій у діяльність підприємств туристичної сфери.

The article presents the possibilities of information systems in the management of tourism and sales of tourism products. The advantages and disadvantages, as well as prospects are identified using SWOT-analysis. The analysis of introduction of information technologies in activity of the enterprises of tourist sphere is carried out.

Актуальність даної теми полягає в тому, що проникнення інформаційних технологій у сфери людського життя, сьогодні є одним з найважливіших чинників для підвищення ефективності. Зараз все більш популярним стає попит на туристичні підприємства, які використовують інформаційні технології. Використання інформаційних технологій зростає у зв'язку з необхідністю стимулювання виробничого та економічного зростання в країні. Це і робить туризм у наш час цікавим для впровадження нових інноваційних технологій та рішень. Недостатньо вивченими залишаються питання щодо потенціалу інформаційних технологій у сфері туризму, що і робить цю тему актуальною.

Метою статті є аналіз значень інформаційних технологій у діяльності підприємств туристичної сфери.

Об'єктом дослідження є процес розвитку інформаційних технологій на туристичних підприємствах.

Предметом дослідження є перспективи запровадження інформаційних систем у діяльність підприємств туристичної сфери.

У розгляді цієї теми беруть участь багато науковців та авторів, серед яких: С. Арімов, В. Балута, П. Бурцев, А. Галиновський, О. Губанова, В. Гуляєв, А. Демаш, М. Єфремова, І. Зорін, І. Калашников, В. Квартальнов, Д. Купінський, Ю. Миронов, М. Морозов, Н. Морозова, Т. Новгородцев, Н. Плотнікова, М. Окороков, М. Робсон, М. Скопень, О. Тоффлер, Ф. Уллах, М. Хайдеггер, А. Шлевков, С. Чупров та інші.

У XXI ст. туризм став однією найперспективніших галузей. Але для того, щоб наш туризм розвивався більш якісно, потрібно вирішити декілька проблем, а це: недостатній рівень кваліфікованості працівників; недостатня кількість інформаційних знань; велика кількість помилок у роботі з інформаційними системами.

Ці проблеми не дають розвиватися туризму, тим самим не дають можливість отримувати прибуток.

Туристичний ринок, на відміну від інших ринків, характеризується великою кількістю учасників, значною їх географічною роз'єднаністю, швидким оновленням інформації. Кількість туристичних прибуттів на початку століття складала в середньому 705,4 млн. осіб, а кількість надходження від туризму 510,8 млрд дол. А у 2020 р. спостерігається збільшення кількості туристичних прибуттів у 2 рази, а кількість надходжень зросла майже у 4 рази (рис. 1).

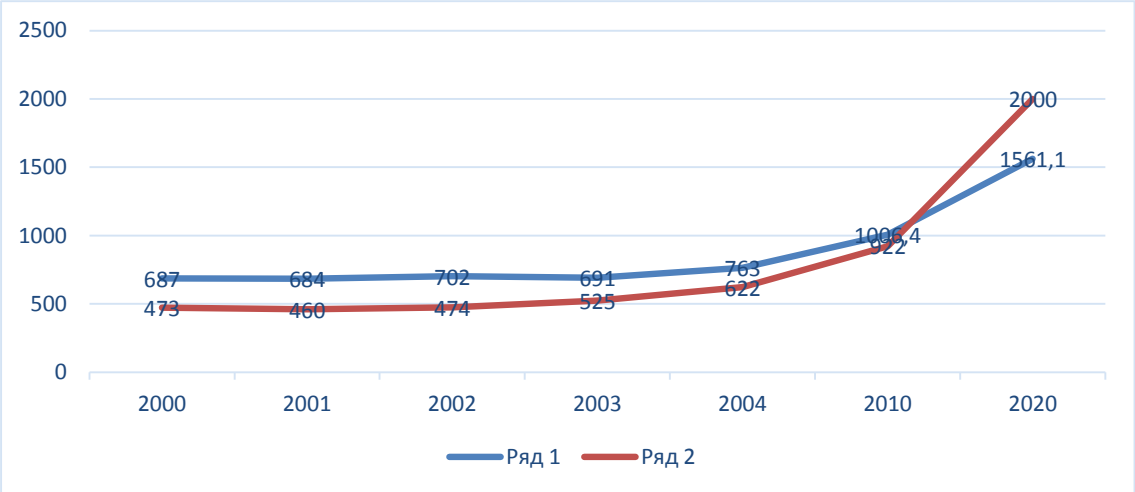

Рис. 1. Тенденції розвитку світового туризму [1]

У наш час індустрія туризму ідеально пристосована для впровадження нових сучасних технологій та програм, саме через це вона зазнала значного впливу науково-технічного прогресу за останні десятиліття.

Позитивний вплив іноземних інформаційних технологій на динаміку вітчизняного туризму привів до зміцнення та перетворення туристичної галузі на багатогалузеву сферу діяльності, що спрямована на задоволення різноманітних потреб мільйонів туристів та споживачів [2, с. 38].

Розвиток туристичного бізнесу зараз стає майже неможливим без впровадження сучасних інформаційних технологій, які забезпечують: передачу великої кількості інформації, покращення якості наданих послуг, покращення швидкості обслуговування, збільшення ефективності тощо. У діяльності підприємств туристичної сфери застосовують такі види інформаційних технологій (рис. 2).

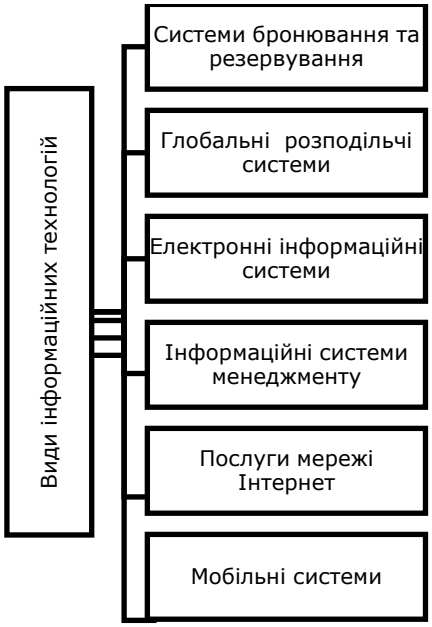

Рис. 2. Види інформаційних технологій

У туризмі найбільше застосовують глобальні розподільчі системи (Global Distribution System), за допомогою яких можна швидко бронювати квитки, резервувати місця у готелі, обмінювати валюти тощо. Найбільш популярними глобальними розподільчими системами на ринку туристичних послуг є Galileo, Sabre, Worldspan, Amadeus (табл. 1).

Таблиця 1

Глобальні розподільчі системи

Показники	***Amadeus***	***Sabre***	***Galileo***	***Worldspan***
Рік заснування	1987	1964	1971	1976
Власники	Air France, Iberia, Lufthansa	American Airlines, Alaska Airlines, CapeAir та інші	British Airways, Swissair, KLM, Covia, Alitalia, Austrian Airlines та інші	American Airlines, Delta Air Lines, Nordwest Airlines та інші
Персонал	9000 осіб	6500 осіб	3000 осіб	3000 осіб
Розподіл	Більше 50000 турагенств у 200 країнах	Більше 60000 турагенств	Більше 52000 турагенств у 116 країнах	Більше 20000 турагенств у 60 країнах
Доходи	1,6 млрд. євро	2,5 млрд. дол.	1,6 млрд. дол.	-
Постачальники	480 авіакомпаній, 54641 готелів, 47 компаній з прокату автомобілів	450 авіакомпаній, 53000 готелів, 54 компанії з прокату автомобілів	425 авіакомпаній, 60000 готелів, 23 компанії з прокату автомобілів, 430 туроператорів	533 авіакомпаній, 47000 готелів, 45 компаній з прокату автомобілів
Кількість бронювань	393,9 млн.	467,1 млн.	345,1 млн.	-

У сукупності всі перелічені системи нараховують приблизно 500 000 терміналів у готелях всього світу. Вони займають більше 90% ринку, тому їх називають «золотою четвіркою». Останні 10% займають регіональні системи резервування, а також системи, які знаходяться у стадії злиття з однією з вищезазначених. В Україні сьогодні найбільшу популярність має така система, як Amadeus [3].

Найбільш розповсюдженими в діяльності вітчизняних туристичних агентств є спеціалізовані програмні системи (рис. 3). За допомогою цих програмних систем можна організовувати управлінські процеси та операційну діяльність на туристичних підприємствах. Також їхніми перевагами є: зниження витрат за рахунок оптимізації бізнес-процесів туристичних підприємств; гарантоване виконання замовлень у необхідному обсязі та в зазначені строки; забезпечення якості туристичного продукту через якість виробничих і управлінських технологій.

Рис. 3. Спеціалізовані програмні системи [4]

Останнім часом суб'єкти туристичної діяльності активно застосовують систему «Парус-Турагенство», яке в свою чергу поділяється на «Парус-Менеджмент і Маркетинг», та існує як інструмент, для автоматизації діяльності туристичних агентств і туроператорів, що дозволяє реалізовувати клієнт-орієнтовану стратегію, автоматизуючи роботу відділів продажів (менеджерів за напрямами), маркетингу, сервісу, реклами, а також інших відділів, які взаємодіють з клієнтами [5, с. 131-143].

До можливостей «Парус-Менеджмент і Маркетинг» входять такі складові:

- облік даних клієнтів;
- облік готелів, бронювання у них та історій поселень;
- формування туристичного пакету;
- організація зустрічей, семінарів, поїздок;
- продаж авіа- та залізничних квитків;
- візова підтримка;
- облік розрахунків з клієнтами;
- доставка квитків та документів тощо.

Серед основних спеціалізованих програмних продуктів автоматизації роботи суб'єктів туристичного ринку можна також виділити CRM-системи. CRM-система – система управління взаємодією з покупцем (Customer Relationship Management). Це програмний продукт, призначений для накопичення і обробки інформації про клієнта з метою обслуговування з урахуванням його переваг і підвищення ймовірності придбання їм пропонованих послуг [3, с. 375]. Це своєрідна стратегія компанії, орієнтована на отримання додаткового прибутку, шляхом максимального задоволення споживачів за рахунок завоювання їх лояльності і прихильності. Перевагами використання CRM-технологій є наступні: підвищення спроможності компаній утримувати своїх клієнтів і формувати у них лояльність відносно послуг фірми; підвищення рентабельності роботи з клієнтами, що зумовлено збільшенням кількості замовлень і зниженням витрат на залучення нових клієнтів; зниження собівартості послуг, що реалізуються.

Урахування усіх чотирьох складових SWOT-аналізу у комплексі дасть змогу визначити основні стратегічні напрямки розвитку інформаційних технологій у туристичній галузі, сформулювати цілі та конкретні завдання (табл. 2).

Таблиця 2

SWOT-аналіз інформаційних технологій у туристичній галузі

Сильні сторони	**Слабкі сторони**
• швидке розроблення туристичних продуктів; • аналіз та планування туристичної діяльності; • бронювання послуг; • покращене обслуговування туристів; • підвищення якості туристичних послуг; • автоматизація керування діяльністю сфери туризму; • просування туристичних продуктів на внутрішніх та міжнародних ринках; • автоматизація роботи; • ведення активної маркетингової діяльності	• неповна інформація про туристичні ресурси; • відсутність інформаційних систем для реалізації туристичних послуг; • відсутність системи розрахунків; • відсутність ефективних автоматизованих інформаційних систем для менеджменту та маркетингу; • відсутність реклами у глобальних інформаційних системах, серверах, порталах
Можливості	**Загрози**
• створення туристичних web-сторінок туристичних об’єктів; • створення web-сайтів по регіонах; • нагляд за туристично-рекреаційними територіями; • створення географічно-інформаційних систем для курортів, маршрутів, туристичної інфраструктури;	• несприятливі політично-економічні ситуації; • використання конкурентами інформаційних технологій; • недосконаліть державної політики щодо туристичної сфери

Отже, в сучасних умовах неможливо забезпечити якісне ведення туристичного бізнесу без новітніх інформаційних технологій. Адже за допомогою них суб'єкти туристичної діяльності дотримуються вимог, які формують якісні туристичні послуги. Вплив сучасних інформаційних технологій на розвиток туризму великий, бо пов'язаний з ефективністю роботи. Відповідно це впливає на конкурентоспроможність підприємства на ринку. Тому на сьогоднішній день представити діяльність туристичного підприємства без використання мережі Інтернет просто неможливо, так як вона використовується практично у всіх бізнес-процесах всередині туристичного підприємства.

Робота з глобальними системами бронювання через Інтернет забезпечує велику кількість туристів та інших учасників ринку достовірною інформацією про ціни та асортимент у будь-який момент часу.

Основними напрямками підвищення ефективності функціонування підприємств сфери туризму за умов активного використання сучасних інформаційних технологій, є:

- підвищення оперативності розміщення та пошуку інформації;
- активізація просування та збуту туристичних послуг;
- підвищення рентабельності роботи з клієнтами та рівня якості їх обслуговування.

Проведений аналіз сучасних інформаційних технологій, практики їх використання в діяльності підприємств туристичної сфери доводить їх практичну цінність. Ефективність управління та підвищення конкурентоспроможності підприємств туристичної сфери безпосередньо залежить від активного впровадження і використання різноманітних сучасних засобів автоматизації.

Список використаних джерел:

1. Тенденції світового туризму. URL: http://top.tourua.com/2007/14/03. (дата звернення 19.11.2021)
2. Шайфлер В. С. Розвиток та впровадження інформаційних технологій на підприємствах туристичної сфери. URL: http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/11410/1/%D0%A0%D0%BE%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%BE%D0%BA%20%D1%82%D0%B0%20%D0%B2%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%B4%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D1%96%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B8%D1%85%20%D1%82%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D1%96%D0%B9%20%D0%BD%D0%B0%20%D0%BF%D1%96%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%94%D0%BC%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B0%D1%85%20%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%BE%D1%97%20%D1%81%D1%84%D0%B5%D1%80%D0%B8.pdf (дата звернення 19.11.2021)
3. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. 537 с.
4. Мельниченко С. В. Інформаційні технології в туризмі: теоретичні та практичні аспекти // Вісник Запорізького національного університету. 2010. № 2 (6). С. 129–138.
5. Інформатика для економістів: навч. посіб. для студентів вищих навчальних закладів економічних спеціальностей / за заг. ред.: В. М. Беспалов, А. Ю. Вакула, О. М. Гострик. Київ: ЦУЛ, 2003. 788 с.

ПЕРЕВАГИ ВПРОВАДЖЕННЯ АВТОМАТИЗОВАНИХ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ В ГОТЕЛЬНІЙ СФЕРІ

Роїк Д., 4 курс (ОС «бакалавр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Менеджмент»
Наук. кер. - Хитрова О. А.

Стаття присвячена дослідженню автоматизованих систем управління в закладах тимчасового розміщення. Досліджено ряд АСУ, які використовуються в готельному бізнесі для ефективності роботи підприємства. Проаналізовано переваги даних систем управління.

The article is devoted to the study of automated control systems in temporary accommodation facilities. A number of PMS used in the hotel business for the efficiency of the enterprise have been studied. The advantages of these control systems are analyzed.

Актуальність. Готельна сфера є однією з найбільш прибуткових гілок економіки багатьох країн, однак кризове становище, яке спричинила пандемія COVID-19 ускладнила умови функціонування суб'єктів готельної індустрії. Такі умови потребують досконалого вивчення та пошуку ефективних шляхів вирішення проблем. Одним із таких способів є автоматизовані системи управління, які надають переваги підприємству в обслуговуванні гостей, мінімізації витраченого часу працівників, зменшенні витрат.

Метою є дослідження переваги використання автоматизованих систем управління в готельній сфері.

Об'єктом дослідження є процес автоматизації систем управління сфери гостинності.

Предметом дослідження є переваги даних систем у використанні.

Проблеми ефективності використання автоматизованих систем управління в діяльності тимчасових закладів розміщення досліджували низка зарубіжних та українських вчених: І.О. Башинська, Г.Г. Білак,

М.О. Білан, Т.В. Гордієнко, О.О. Гудзовата, В.Ф. Доценко, О. Л. Заміховська, Дж. Кім, Р. Лау, М.О. Рябенька, К.С. Федосова, І. Хатрі, У. Дуан та ін.

Готельна сфера використовує інформаційні технологій для модифікації управління підприємством, покращення надання послуг та розвитку маркетингу. Зростаюча конкуренція на ринку підвищує неодмінність в забезпеченні виконання оперативних і точних робіт працівниками та готельного підприємства загалом. Вирішити нагальні проблеми можливо з допомогою впровадження автоматизованих систем управління (Property Management System) готелем. Готельне підприємство, використовуючи АСУ, створює продуктивне середовище взаємопов'язаних робітників, клієнтів, турагентів та туроператорів.

Проаналізувавши деякі із систем управління, які використовують в готельній сфері для спрощення та ефективності роботи готельних підприємств в Україні.

Широко розповсюдженим продуктом є комплекс найбільшої у світі компанії «Micros Fidelio», яка спрямовує свою спеціалізацію на розвиток систем управління в готельні та ресторанній сферах протягом дватцяти років. Цією системою користуються сотні готельних мереж, в тому числі найбільші мережі: Sheraton, Hilton, Marriott, Kempinsky, Hyatt [1].

Найпоширенішими автоматизованими системами управління на ринку туристичних послуг є 4 глобальні системи – Amadeus, Galileo, Sabre, Worldspan. Ця четвірка нараховує приблизно п'ятсот тисяч встановлених терміналів в готелях по всьому світі, а це – 90%, решту налічують регіональні системи [1].

Хоч системи і є глобальними, кожна з них має свій регіон поширення. Amadeus передусім спрямована на Європу. Системою Galileo користується 116 країн, серед яких США, Великобританія, Італія, Греція, країни Бенілюкса, Швейцарія, Португалія. Частка цієї системи на ринку Європи становить 29,8%. Менш поширеними є автоматизовані системи Sabre і Worldspan [2].

Досліджуючи наявні автоматизовані системи управління в готельній сфері на ринку України, бачимо, що найбільшим попитом користуються саме такі: Fidelio, OPERA, Epitome PMS, «Готель2.3», «Едельвейс», «B52», Servio HMS, ProHotel, SimpleHotel [3].

Система FIDELIO - програмне забезпечення для готелів малої, середньої та великої місткості. Програма дає можливість автоматизувати процеси, пов'язані з отриманням та опрацюванням заявок на бронювання готельних номерів та квартир, формуванням єдиної бази об'єктів, документообігом з автоматичним створенням та відправкою на e-mail рахунків та актів клієнтам, здійснювати всі фінансові проведення, створювати звіти для керівництва.

Основні переваги Fidelio:

- логічна побудова системи;
- зручність інтерфейсу;
- безпека;
- строго розмежований доступ;
- Легкість налаштування.

Програмне забезпечення PMS proHotel розроблено українською компанією TopPoint IT. Система надає доступ до автоматизації таких процесів, як бронювання, поселення, виселення, робота з чеками гостей.

Основними функціями системи автоматизації proHotel є:

- Адміністратор.
- Бронювання.
- Back Office готелю.
- Служба готельного господарства.
- Каса [4].

Система «Едельвейс» (розробка компанії Reksoft) - це система управління готелем, за допомогою якої проводиться своєчасно бронювання, максимальне спрощення процедури оформлення гостей, урахування всіх переваг, планування завантаженості готелю, ведення статистики, надання даних про бухгалтерську і управлінську звітності. До комплексу системи входять всі його робочі місця: служба портьє, комерційний відділ, відділ бронювання, покоївки, сервісне бюро, бізнес-центр, бухгалтерія проживання, телефонна служба готелю та інші відділи.

До перевагах системи Едельвейс слід віднести:

- Відповідність західним стандартам якості.
- Дружній користувальницький інтерфейс.
- Гнучкість налаштувань під вимоги готельного комплексу.
- Багатомовність і мультивалютність.
- Більше 50 інтерфейсів із суміжними системами.
- Безпека.
- Співвідношення функціональності, якості та ціни [5].

Програма B52 розроблена для автоматизації готелів від міні-формату, до готельних комплексів. Також відмінно підходить для будинків відпочинку, пансіонатів і санаторіїв.

Функціональні можливості програми:

- Бронювання.
- Можливість групового бронювання номерів і управління цими групами.
- Реєстрація гостей і поселення.
- Розрахункові можливості.
- Графічне відображення номерного фонду, облік стану кожного номера, швидка зміна його статусу.
- Ремонт і облік процесу.
- Ведення бази даних компаній, з якими готель має взаємовідношення.
- Пошук гостей, їх облік, передача повідомлень гостям.

Модуль служби портьє дозволяє вести аналіз номерного фонду, реєстрацію гостя і додаткових послуг, облік міні-бару, оплату інтернету, виписку періодичних і остаточних рахунків. Також є модулі служби бронювання, господарської служби та консьєржа [6].

Висновок. Проведене дослідження доводить перспективність впровадження автоматизованих систем управління в діяльність готельної сфери, які значною мірою впливають на конкурентоспроможність в даній галузі. Основні напрями подальшого використання АСУ в готелях: штучний інтелект, технологія самообслуговування, технологія Face ID, впровадження безконтактного обслуговування. Ефективним чинником покращення роботи АСУ є їх подальше досконале дослідження, яке посприяє модернізації систем в діяльності закладів тимчасового розміщення.

Список використаних джерел:

1. Заміховська О.Л. Автоматизовані інформаційні системи в індустрії готельного бізнесу та туризму на Україні. *Прикарпатський вісник НТШ.* 2012. № 1. С. 309320. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pvntsh_ch_2012_1_31_. (дата звернення 20.11.2021)
2. Рябенька М.О., Троян В.В., Молодовець Т.М. Застосування новітніх інформаційних систем управління готелем. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/ryabenka.htm (дата звернення 20.11.2021)
3. Білак Г.Г., Пуйо Г.І. Впровадження інноваційних технологій в менеджменті готельного підприємства: автоматизовані системи управління готелю. *Науковий вісник Мукачівського державного університету*. Економічні науки. 2016. № 21. С. 118–125.
4. Система «Едельвейс». URL: http://luks.com.ua/catalog/detail/id/129 (дата звернення 20.11.2021)
5. Система «B52». URL: https://www.b52.ua/. (дата звернення 20.11.2021)
6. Система proHotel. URL: https://tpit.com.ua/prohotel.html (дата звернення 20.11.2021)

ЗАБЕЗПЕЧЕНІСТЬ ОБЛАСТЕЙ УКРАЇНИ РЕКРЕАЦІЙНО-КУРОРТНИМИ УСТАНОВАМИ ТА ЇХ СПЕЦІАЛІЗАЦІЯ

Свідніцька Ю., 3 курс (ОС «бакалавр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Туризм»
Наук. кер. – Гищук Р. М.

Стаття присвячена висвітленню впливу соціально-економічних та природно-географічних умов на структуру розташування та спеціалізації курортно-санаторних закладів адміністративних одиниць України та країни загалом. Досліджено стан забезпеченості областей рекреаційно-курортними установами та особливості методики лікування у них.

The article is devoted to the impact of socio-economic and natural-geographical conditions on the structure of location and specialization of resorts of administrative units of Ukraine and the country as a whole. The state of provision of regions with recreational and resort institutions and peculiarities of treatment methods in them are investigated.

Актуальність дослідження полягає у помітному, за останні роки, послабленні імунітету населення України на тлі пандемії COVID-19 та зростанні попиту на рекреаційні послуги. Все більше наших співвітчизників хочуть провести свій відпочинок не лише з розважальною метою, а й для оздоровлення.

Метою статті є висвітлення курортно-рекреаційних переваг України.

Об'єктом дослідження є забезпечення України та її регіонів курортно-санаторними установами.

Предметом дослідження виступають рекреаційно-оздоровчі заклади України.

Над розкриттям цієї та багатьох пов'язаних тем трудились такі визначні вітчизняні та зарубіжні науковці як : А.І. Амоша, О.О. Бейдик, М.В. Глядіна, П.В. Захарченко, І.В. Зорін, В.А. Квартальнов, А.С. Кусков, М.Я. Лемешева, В.К. Мамутов, М.С. Нудельман, М.В. Фоменко та ін.

Велике значення для розвитку туристичної сфери України та створення рекреаційних комплексів мають природно-рекреаційні ресурси. До рекреаційних ресурсів відносять природні, історико-культурні та

інфраструктурні. Природно-рекреаційний потенціал є базою, на якій створюється рекреаційна інфраструктура. Природно-рекреаційні ресурси є одними з основних компонентів рекреаційного простору, оскільки саме в ньому відбуваються рекреаційні процеси [1].

Рекреаційні ресурси України — рівнинні та гірські рекреаційні ландшафти, річкові та морські пляжі, мінеральні води (понад 400 джерел), лікувальні грязі (майже 100 родовищ). Лікувальні мінеральні води різного хімічного складу є майже в усіх областях лісостепу; із 400 джерел використовують для бальнеологічних цілей і промислового розливу лише 34. Зі 104 відомих в Україні родовищ лікувальних торфових і мулових грязей нині застосовують з метою лікування лише 26. Найбільше рекреаційне навантаження характерне для берегової смуги Азово-Чорноморського узбережжя, де загальна довжина пляжів становить 1160 км, або 47 % морських берегів. До речі, цього досить, щоб одночасно оздоровити 4,1 млн осіб. Загалом в Україні, де розміщені рекреаційні ресурси всіх видів, мають змогу одночасно оздоровитися майже 48 млн осіб [2].

Загалом в Україні налічується 320 санаторіїв та пансіонатів з лікуванням та 90 пансіонатів та будинків відпочинку (дані взято за 2020 рік). Зобразивши це на картосхемі, маємо таку картину:

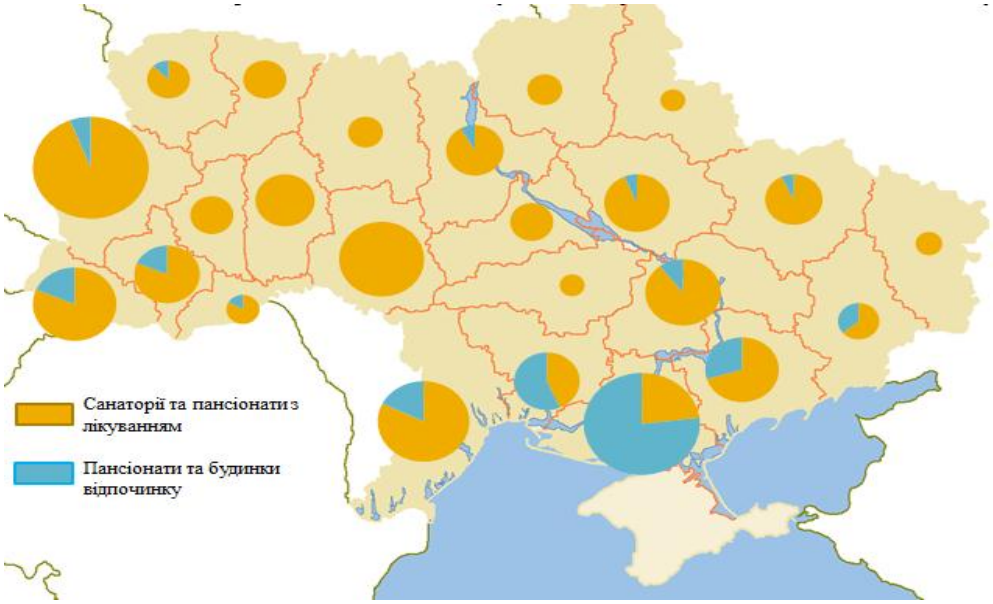

Рис. 1. Кількість санаторіїв та пансіонатів із лікуванням і будинків та пансіонатів відпочинку

Одразу помітно, що заклади із лікувальним спрямуванням значно переважають кількістю за установи відпочинку. Виняток становить лише ситуація у Херсонській та Миколаївській областях. Таке становище пояснюється наближенням до Чорноморського та Азовського узбережжя, де пансіонати та будинки відпочинку користуються більшою популярністю ніж у інших регіонах.

Щодо санаторіїв та пансіонатів із лікуванням, то найбільше їх зосереджено у Львівській (48), Одеській (28) та Закарпатській (22) областях. Така кількість обумовлена забезпеченням природньо-рекреаційними ресурсами та їхнім позитивним впливом на здоров'я хворих. Важливо також відзначити тенденцію зміни кількості місць у даних закладах лікування, зобразивши це на картосхемі:

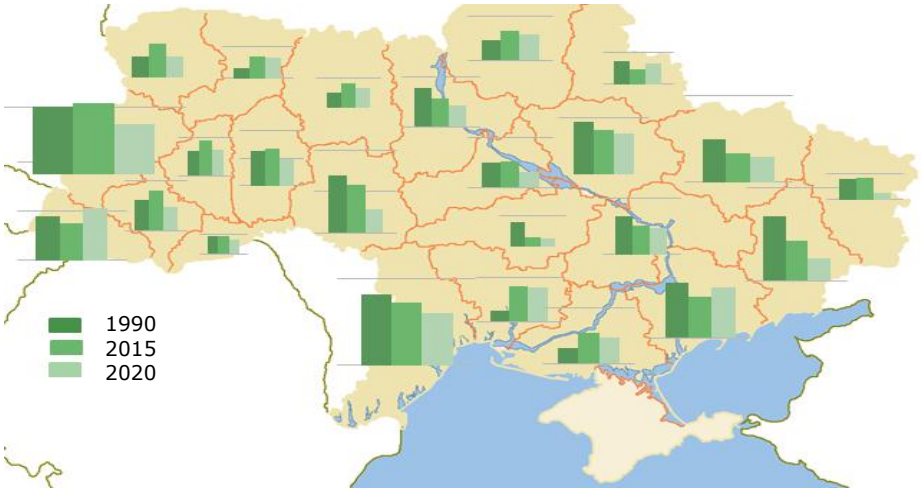

Рис. 2. Кількість місць у закладах лікування

Проаналізувавши дані, можна відзначити помітний спад кількості місць у порівнянні 1990-2015-2020 років у курортно-санаторних установах, що зумовлені певними соціальними та економічними змінами в країні.

Закон України «Про курорти» визначає правові, організаційні, економічні та соціальні засади розвитку курортів в Україні. Він спрямований на забезпечення використання з метою лікування і оздоровлення людей природних лікувальних ресурсів (ПЛР), природних територій курортів та їх охорони.

До природних лікувальних ресурсів належать мінеральні і термальні води, лікувальні грязі та озокерит, ропа лиманів та озер, морська вода, природні об'єкти і комплекси із сприятливими для лікування кліматичними умовами, придатні для використання з метою лікування, медичної реабілітації та профілактики захворювань.

За походженням ПЛР розподіляються на 2 групи.

Перша група – ПЛР, що є продуктом геолого-гідрогеологічних екзогенних та ендогенних процесів, існують у вигляді геологічних тіл, об'єктів, прояви яких локалізовані у вигляді конкретних родовищ, використання яких потребує геолого-розвідувальних робіт – мінеральні та термальні води, лікувальні грязі (пелоїди), озокерит, бішофіт.

Друга група – природні об'єкти і комплекси із сприятливими для лікування кліматичними умовами, які придані для використання з метою лікування, медичної реабілітації та профілактики захворювань. До цієї групи необхідно віднести морську воду з урахуванням всього природного комплексу узбережжя. Для цієї групи характерним є те, що лікувальну дію природного об'єкту обумовлено впливом комплексу різноманітних природних чинників, таких як: клімат, особливості ландшафтних умов, морська вода та сонячна радіація, узбережжя тощо. Тобто ці фактори є ПЛР у своєї сукупності – у вигляді природного об'єкту, комплексу. У даному випадку лікувальний вплив забезпечується тільки у курортних умовах, на місці розташування природного об'єкту, комплексу [3].

Рис. 3. Природні лікувальні ресурси України [4]

Можна виділити такі найкращі курорти України:

1. Курорт «Східниця» – це бальнеологічний курорт, багатий на мінеральні води. На території Східниці розташовано 38 джерел мінеральних вод. Причому, ці води за складом різні. Є серед них знамениті «Нафтуся» та «Боржомі», залізисті і бромні води.

2. Трускавець – бальнеологічний курорт у Львівській області. Це один із найпопулярніших курортів України. У Трускавці знаходиться 14 родовищ унікальних мінеральних вод. Знаменита «Нафтуся» бере свій початок саме тут, у Трускавці.

3. Миргород – сучасний санаторно-курортний комплекс на Полтавщині. Основними лікувальними факторами курорту Миргород є торф'яна грязь та унікальна мінеральна вода, яка не поступається баден-баденській і соденській.

4. Моршин – один із найстаріших бальнеологічних курортів України. Моршин є лідером в лікуванні захворювань печінки, підшлункової залози, кишківника, шлунку та цукрового діабету. Курорт славиться джерелами мінеральних вод з унікальними лікувальними властивостями, сучасною медичною базою, висококваліфікованим медичним персоналом, комфортним номерним фондом та вдалим розташуванням санаторіїв у лісопарковій зоні.

5. Курорт «Буковель» – найбільший і найсучасніший гірськолижний курорт України, а з 2008 року розвивається як лікувально-оздоровчий і бальнеологічний центр. Буковель являється туристично-рекреаційним комплексом цілорічного функціонування, який для багатьох українців став улюбленим місцем зимових розваг, активного відпочинку та оздоровлення [4].

Висновки. Отже, підводячи підсумок, можна стверджувати, що Україна наділена багатьма природно-рекреаційними ресурсами, що вдало застосовуються у лікуванні та оздоровленні українців та гостей нашої країни. Діють потужні курортно-санаторні установи, які за своєю ресурсною базою цілком справедливо можуть конкурувати із провідними курортами Європи.

Україна має всі необхідні рекреаційні умови і володіє відповідними ресурсами для розвитку рекреаційно-туристського господарства та перетворення його на провідну галузь економіки і важливу частину європейського туристичного ринку.

Список використаних джерел:

1. Мархонос С. М., Турло Н. П. Рекреаційні комплекси України: передумови створення та напрями їх розвитку. *Приазовський економічний вісник.* 2017. Вип. 2. С. 118-122. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/priaev_2017_2_25.

2. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування. К.: ВПЦ «Київський університет», 2001. 298 с.

3. Закон України «Про курорти». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2026-14#Text

4. Туристична компанія «ТамТур». URL: https://tamtour.com.ua/1234

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Андрійчук О., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Маркетинг», спеціалізація «Маркетинг»
Наук. кер. – Лошенюк О. В.

Стаття присвячена характеристиці сутності та значення збутової діяльності підприємств. Розкрито особливості та форми організації збутової діяльності підприємств. Обґрунтовано необхідність застосування сучасних маркетингових підходів у збутовій діяльності підприємств.

The article is devoted to the characteristics of the essence and importance of sales activities of enterprises. The peculiarities and forms of organization of sales activity of enterprises are revealed, the necessity of application of modern marketing approaches to practical activity of enterprises is substantiated.

Актуальність даної теми полягає в тому, що сьогодні реалії ринкової економіки визначили величезне значення ефективної збутової діяльності торговельних підприємств. Процес здійснення збутової діяльності характеризується певними особливостями. Торговельні підприємства мають справу з готовим товаром, тому основний акцент робиться не на товар, а на збутові послуги з його пропозицією і підтримкою. Потрібно не просто задовольнити потребу покупця (запропонувати відповідний товар), а й зробити цей процес максимально легким, зручним і комфортним для нього. Ця особливість збутової політики як продукту істотно впливає на формування організації маркетингової збутової діяльності торговельного підприємства.

Метою статті є теоретичне обґрунтування та розробка сучасних маркетингових підходів до організації збутової діяльності підприємств.

Об'єктом дослідження є процеси формування збутової діяльності підприємств.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти збутової діяльності підприємств.

Слід відмітити появу за останні роки наукових досліджень з проблем збутової діяльності підприємств, які підготовлені вітчизняними та закордонними вченими. Це роботи таких українських авторів як С.С. Гаркавенко, В.Г. Герасимчук, А.І. Кредисов, І.Р. Лошенюк, В.П. Онищенко, А.О. Старостіна, а серед закордонних авторів – Г.А. Азоєв, Є.П. Голубков, А.П. Градов, П.С. Зав'ялов, О.В. Зирянов, А.М. Романов, В.Є. Хруцький та інші. Проте питання сучасних маркетингових підходів до організації збутової діяльності підприємств досі залишаються недостатньо вивченими.

Збутова діяльність є специфічним продуктом роздрібної торгівлі. Вона включає такі основні позиції: діяльність по формуванню товарного асортименту, максимально наближеного до запитів споживачів; надання покупцю можливості ознайомитися з цим асортиментом, вибрати і придбати необхідне, а також додаткові дії.

Цінова політика на увазі має не тільки систему ціноутворення на підприємстві та рівень цін, а й включає нецінові витрати споживачів (час на дорогу, черги, емоційні витрати і т.д.). Розподіл передбачає два аспекти: місце розташування підприємства, вибір форм і методів збуту товарів в залежності від цільової аудиторії, торговельного асортименту і т.д. Просування (збут) включає внутрішньомагазинну рекламу присутності певного товару на підприємстві, рекламу самого підприємства, а також стимулювання продажів. Торговельний (перший за все контактний) персонал є одним з додаткових елементів збутової діяльності в роздрібній торгівлі. Тут важливі не тільки зовнішній вигляд працівника, його кваліфікація, знання психології покупця, але й його поведінка. Заклопотаний і незадоволений співробітник не здатний щиро допомогти покупцеві.

Матеріальне оточення, або атмосфера в торговельній залі, в силу своєї невідчутності і мінливості якості має на увазі умови процесу придбання товарів, тобто все те, що безпосередньо впливає на почуття задоволеності покупця, його настрій.

Існують, однак, і кардинально інші підходи до формування збутової маркетингової політики. Підхід заснований на твердженні, що «4Р» представляють собою елементи комплексу маркетингу з точки зору виробника і характеризують те, що він може запропонувати у вигляді продукту ринку, а також умови здійснення угоди. Однак найперше мета і завдання збутової політики маркетингу як особливого виду діяльності полягає в тому, щоб задовольняти потреби потенційного покупця, а значить, і особлива пропозиція будь - якого підприємства на цільовому ринку ефективніше розглядається з точки зору покупця. Необхідний більш прогресивний підхід до формування особливої збутової пропозиції, тому менеджеру з маркетингу підприємства роздрібної торгівлі цілком можна озброїтися інструментарієм, який має своє особливе наповнення при розгляді процесу купівлі-продажу під кутом потреб і бажань покупця [1].

Головною особливістю збутової маркетингової діяльності є його гнучкість, що виражається в зміні інструментарію в різних сферах економіки в залежності від характерних ознак кожної з них. Так відбувається і в торгівлі, де значний вплив на процес ухвалення рішення про покупку надають контактний персонал і атмосфера торговельної зали. Свою специфіку мають і інші елементи збутової політики. Використання сучасних підходів збутової діяльності в маркетингу допомагає повніше і глибше зрозуміти потреби цільового ринку (потенційних покупців), краще адаптувати свою пропозицію до їх потреб і бажань, а значить, придбати певну конкурентну перевагу та більш впевнено почувати себе в бізнесі.

Специфіка збутової діяльності з точки зору маркетингу полягає в першу чергу в продукті, пропонованому нею ринку. Ефективність планування маркетингового міксу в продукті визначається здатністю правильно вибрати цільовий ринок, умінням сформувати таку збутову пропозицію, яка створить максимально можливий рівень задоволеності покупця.

Це має на увазі поєднання товарів і послуг, що включають такі елементи, як підприємство, персонал і товар. У роздрібній сфері повна збутова пропозиція складається з розташування торговельного підприємства, рівня цін, товару, внутрішнього планування або методу торгівлі, бренду і пропонованого обслуговування. Все це відіграє визначальну роль для існування, довгострокового процвітання або просто виживання підприємства.

У концепції збутової діяльності підприємства повинні бути враховані елементи як особливості внутрішнього оформлення ізовнішнього дизайну, так і безліч різноманітних способів, за допомогою яких бренд, товар і рекламні послання впливають на споживача. Для того щоб товар або джерело збутової діяльності знайшли успіх, покупець повинен вірити, що вони пропонують йому додаткову цінність. Роздрібний бізнес об'єднує в собі все те, що отримує індивідуум або покупець, тобто є частиною цілісної збутової операції.

Побудова успішної збутової діяльності підприємства включає поєднання наступних елементів: обслуговування, якість, товар, бренд, характеристики і вигоди, атмосфера. Звичайно, на покупця впливають і інші аспекти маркетингового міксу, наприклад ціна, але характеристики, особливості продукту залишаються важливим засобом комунікації, що обіцяють покупцеві певний процес здійснення покупки [2].

Зобов'язання з надання збутової діяльності визначаються тим, який рівень обслуговування пропонує підприємство. В цілому роздрібна діяльність повинна забезпечувати високий рівень обслуговування, який можна оцінити за певними параметрами. До перших відносяться матеріальні параметри - фірмовий одяг персоналу, наявність на підприємстві дзеркал, примірочних. До других - надійність - в її основі лежить здатність підприємства надійно, сумлінно і акуратно обслуговувати споживач. Третіми параметрами є чуйність - здатність своєчасно реагувати на звернення споживачів, проявляючи при цьому належний рівень знань і ввічливість. Четвертим параметром встановлена емпатія - (доброзичливість*)* – виявляється в турботі, уважномуіндивідуальному підході до обслуговування споживачів. П’ятий параметр – це гарантія - здатність підприємства викликати у споживача впевненість в тому, що стандарт обслуговування завжди буде ним підтримуватися на високому рівні [3].

Прийняття рішення щодо якості пов'язано з необхідністю встановлення стандартів якості і застосування методів, що забезпечують належний рівень функціонування персоналу і обладнання. Управління якістю у зв'язку з цим стає все більш важливою функцією збутового менеджменту.

У збутовій діяльності підприємству вкрай важливо завоювати репутацію хорошої якості для свого продукту і обслуговування, оскільки це підтримує позитивний імідж і є основною перевагою при усвідомленні споживачем ефективності збуту товарів. У провайдерів збутових послуг набагато більше шансів на успіх, якщо споживач вважає, що вони обслуговують якісніше, ніж конкуренти. Досягнутий за рахунок якості успіх, як правило, розглядається як результат співвідношення між очікуваннями споживача, пов'язаними з якістю обслуговування, і тим, як він сприймає фактично отримане обслуговування. Якість також використовується в стратегічному плані як спосіб диференціації товару і позиціонування у вигляді ексклюзивної збутової пропозиції або роздрібного торговельного підприємства. Однак ексклюзивне становище викликає додаткові проблеми, пов'язані з необхідністю більш широко фінансувати постійний пошук ексклюзивних товарів і більш високі накладні витрати при здійсненні збуту.

Підприємства повинні прийняти рішення про те, який товар вони мають намір продавати шляхом участі в процесі відбору постачальників з метою формування свого асортименту товарів і послуг. Глибина і широта асортименту залежать від конкретної стратегії підприємства. Керівництву підприємств слід вирішити, яким чином окремі товари будуть вписуватися в загальний асортимент того, що вони пропонують ринку. Також належить вирішити, чи слід вносити до складу асортименту товари різних брендів, а також традиційні або нові товари. Склад асортименту (range of offer) і то, наскільки кожен продукт відповідає або доповнює обрану підприємством ринкову позицію, відноситься до числа досить важливих збутових рішень.

При прийнятті рішень про широту і глибину асортименту пропонованого товару (range of merchandise) слід враховувати очікування і фінансові можливості обраної цільової групи споживачів. Крім того, рішення щодо асортименту повинні враховувати можливі побажання споживачів мати можливість вибору з ряду аналогічних товарів різних брендів або виробників.

Збутова діяльність особлива форма продукту, що представляє собою організацію і виконання торгових функцій підприємством. Специфічність збутової послуги - симбіоз товару і послуги, що надається з його продажу (невіддільність від товару) - є характерною особливістю ринку збутової політики.

Спектр функцій збутової діяльності підприємств дуже різноманітний.Умовно його можна розділити на групи: формування асортименту, прийняття ризику, збут товару, надання додаткових послуг, не пов'язаних безпосередньо зі збутом товару, інформування суб'єктів ринку.

Формування асортименту включає здійснення таких важливих функцій, як закупівля товарів, їх транспортування і зберігання, створення асортиментного запасу, підсортування і передпродажна підготовка товару. Результатом успішного виконання даної групи функцій є постійна наявність у продажу необхідного споживачеві товару в потрібній кількості.

Прийняття ризику означає, що підприємство несе відповідальність за пропонований до реалізації асортимент, тобто стежить за дотриманням умов зберігання та термінів реалізації, якістю товару (в ході належного використання не буде завдано шкоди або шкоди здоров'ю споживача) і т.п. Крім того, підприємство надає певні гарантії своїм покупцям.

Збут товару має на увазі обладнання приміщення необхідним інвентарем та устаткуванням, відведеної торговельної зали, організацію викладки і забезпечення можливості ознайомитися з пропонованим асортиментом, організацію процесу купівлі-продажу, вчинення фінансових операцій з продажу товару. Таким чином, в ході реалізації збутової діяльності відбувається зміна форм вартості (обмін товару на гроші).

Надання додаткових послуг, не пов'язаних безпосередньо зі збутом товару, включає такі дії, як безкоштовні або платні паркування, можливість попереднього замовлення, доставка товару і т.п. Крім того, тут можливі певні форми споживчого кредитування: відстрочка платежу, повернення частини сплаченої суми через певний час і т.п. Форми можуть бути дуже різними і перегукуватися з заходами щодо стимулювання збуту підприємством.

Група функцій інформування підприємств на ринку передбачає збір і надання інформації про товарну пропозицію, споживчі якості товару, а також про особливості попиту, поведінки споживачів.

Споживачеві складно оцінити якість збутової діяльності до її безпосереднього надання, що визначає ситуацію з високим ступенем невизначеності і ризику, а отже, значно збільшує число ірраціональних чинників, що впливають на вибір покупки. Прагнучи знизити зазначений ризик, потенційні споживачі попередньо оцінюють зовнішні ознаки її якості і рівня, а саме: місце розташування підприємства, його атмосферу, поведінку персоналу, його зовнішній вигляд.

У свою чергу, подолати недоліки збутової діяльності підприємства дозволяють розвиток власної торгової марки/бренду, активне використання збутових методик, встановлення «довгострокових» відносин зі споживачами (системи карт, накопичення інформації і т.п.),формування іміджу уніформи персоналу, маркетинговий підхід до інтер'єру і атмосфери торговельної зали та підприємства загалом як до матеріального(фізичного) доказу якості збуту.

Збутова операція, що надається продавцями/консультантами підприємства, може відрізнятися за якістю в залежності не тільки від персони, яка її надає, але і настрою конкретного споживача, періоду його життя**.** Подолати мінливість якості збутової операції дозволяють: побудова системи контролю якості наданої збутової операції та відстеження задоволеності споживачів якістю отриманого товару. Подолати дані недоліки можна завдяки мобільності, взаємозамінності персоналу в піковий час (наприклад, продавці-консультанти в денні години можуть обслуговувати додаткові каси); активного впровадження самообслуговування в процес збуту товарів; регулювання рівня попиту шляхом зміни ціни на товари (розміруторговельної націнки) в період піків активності / пасивності покупців.

Таким чином, вчасне і послідовне виконання маркетингових підходів до збутових процесів на підприємстві дозволить уникнути невиправданих ризиків та підвищити конкурентоспроможність підприємства на ринку.

Список використаних джерел:

1. Гамалій В.Ф., Романчик С.А., Фабрика І.В. Сучасні проблеми збутової політики українських підприємств. URL: http://www.kntu. kr.ua/doc/zb_22(2)_ekon/stat_20_1/02.pdf.

2. Щебликіна І.О., Щебликіна З.В. Управління ціновою політикою на сучасних підприємствах // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). 2014. № 1(25). С. 276–279.

3. Лагоцька Н.З. Уточнення змісту та актуальні принципи збутової політики підприємства / Н.З. Лагоцька // Бізнес інформ. 2014. № 5. С. 302–305. URL: http: //business-inform.net/pdf/2014/5_0/302_306.pdf.

УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМ АСОРТИМЕНТОМ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Базаєв А., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Маркетинг»
Наук. кер. – Лошенюк І. Р.

У статті розглянуто значення та процес управління товарним асортиментом на торговельних підприємствах. Визначено основні фактори, які впливають на управління товарним асортиментом, запропоновано концепцію прийняття управлінських рішень для формування ефективного товарного асортименту підприємств на засадах маркетингу.

The article considers the importance and process of product range management in commercial enterprises. The main factors influencing the management of the product range are identified, the concept of making managerial decisions for the formation of an effective product range of enterprises on the basis of marketing is proposed.

Актуальність даної теми полягає в тому, що основним завданням торговельного підприємства є найбільш повне і оптимальне забезпечення товарного асортименту для здійснення ефективних операцій з роздрібними покупцями. Темпи росту обсягів реалізації товарів, покращення їх якості безпосередньо впливають на обсяги витрат і прибуток торговельних підприємств. При цьому завданнями даних підприємств виступає раціональне управління формуванням реального чи прогнозованого товарного асортименту, який максимально задовольняє різноманітні потреби і смаки покупців.

Метою статті є обґрунтування необхідності маркетингового управління товарним асортиментом для підвищення конкурентоспроможності торговельних підприємств на ринку.

Об'єктом дослідження є сукупність теоретичних та практичних аспектів управління товарним асортиментом підприємств.

Предметом дослідження є процес формування товарного асортименту підприємств.

Дослідженню основних принципів і організаційних підходів до формування товарного асортименту присвячені праці багатьох вітчизняних та закордонних учених, зокрема: Т. М. Артюх, А. М. Виноградської, Є.Г. Голукбкова, Н. Д. Дронової, І. Д. Дудли, С. В. Земляк, С. В. Корягіної, В. Д. Кучеренко, Є. В. Савельєва, І. М. Синяєвої, В. О. Снегірьової, Л. Д. Титаренко, Н. Б. Ткаченко та інших. Разом з тим питання управління формуванням товарного асортименту підприємств на засадах маркетингу потребують подальшого вивчення.

Викладення основного матеріалу дослідження. Однією із важливих умов успішної діяльності торговельних підприємств на ринку є постійна наявність та широкий вибір асортименту товарів. Виконання цієї умови значною мірою досягається вмілим управлінням формуванням товарного асортименту, яке полягає у великій та відповідальній робота, від якої залежить задоволення споживчого попиту та результати торговельної діяльності підприємств. Правильна побудова товарного асортименту, перш за все, повинна бути зосереджена на високому рівні організації торговельних операцій та сервісі, досягненні максимальної товарної насиченості та успішних показниках господарської діяльності підприємств.

Управління формуванням товарного асортименту має не тільки економічне, але й велике соціальне значення, адже дозволяє задовольняти попит кінцевих покупців у різноманітних товарах, не тільки формувати їх смаки, уподобання, звички, а й розширювати потреби, підвищувати рівень та культуру споживання і т.п. При цьому у товарному асортименті постійно мають відбуватися структурні зміни, що сприятимуть його оновленню та удосконаленню. На це суттєво впливають процеси вивчення та прогнозування кон'юнктури попиту покупців на певні товари. Обсяг товарообороту залежатиме не тільки від того, наскільки товари за своєю якістю та оформленням відповідають споживчому попиту, але й від того, як організовано процес їх продажу. Інтереси покупців полягають у придбанні необхідного товару з найменшими втратами часу.

Процес управління формуванням товарного асортименту на торговельних підприємствах тісно пов'язаний зі споживчим попитом. Залежно від виду споживчого попиту на даних підприємствах розрізняють постійний та змінний товарний асортимент. Постійна частина товарного асортименту пов'язана з сформованим попитом на товари, які обов'язково повинні бути у продажу. Зі змінною частиною товарного асортименту пов'язаний альтернативний та імпульсивний попит, який вимагає максимального різновиду асортименту, систематичного його оновлення. Покупці охоче відвідують торговельні підприємства і здійснюють покупки, у яких постійно з'являється щось нове, цікаве для їх вибору та задоволення потреб. Правильне поєднання постійного та змінного асортименту створює умови для кращого залучення покупців до підприємства, а відтак і отримання більшого прибутку [1, с. 348].

Управління формуванням товарного асортименту торговельних підприємств повинно бути зосереджено на вмінні ефективно втілювати технічні та матеріальні можливості виробничих підприємств у товари або послуги, які мають значну споживчу цінність. Покупці придбають не самі товари, а ті переваги, які можуть отримати від володіння ними.

Формуючи товарний асортимент підприємствам, необхідно брати до уваги вимоги ринку, потреби у товарах покупців, переваги самих покупців, їх платоспроможний попит та інше. Разом з тим мають враховуватись можливості самого підприємства: виробничі, фінансові, кадрові, маркетингові тощо. За результатами одержаної інформації про ринкові вимоги та можливості торговельні підприємства пристосовують товарний асортимент до окремих сегментів ринку.

Управління товарним асортиментом на засадах маркетингу повинно відбуватись на основі визначення дійсних та потенційних покупців, аналізі поведінки покупців на ринку шляхом проведення маркетингових досліджень. Управління товарним асортиментом оцінюється на стадії обґрунтування маркетингових рішень та підготовки до його розробки і реалізації товарів. Дане оцінювання за таким підходом передбачає системний аналіз стану внутрішнього середовища підприємства та усіх його складових управління, тобто чітко встановлюються якісні та кількісні вимоги до всіх компонентів і параметрів, які забезпечують досягнення управлінських цілей та завдань (за допомогою дерева цілей). Ретельно вивчається та визначається фактичний стан управління товарним асортиментом на підприємстві, проводиться аналіз розбіжностей між запланованим і фактичним станом, визначення сильних і слабких сторін підприємства у питаннях формування товарного асортименту. На основі результатів дослідження керівництвом розробляються заходів з метою посилення слабких сторін і гармонізації всіх видів товарного асортименту.

При цьому має проводитись оцінка товарної пропозиції та конкурентоспроможності товарів. Керівництвом підприємств мають прийматись маркетингові рішення про оновлення та розширення товарного асортименту, удосконалення якості та упакування товарів, що реалізуються ними. Дані товари можна віднести до таких асортиментних груп як, наприклад, товари вищої якості. Це переважно товари ринкової новизни, на які очікують покупці та готові їх придбати за будь-якої цінової пропозиції. Конкурентоспроможні товари характеризуються середнім рівнем якості, проте вони завжди користуються попитом у покупців. Товари зниженого рівня якості підкреслюють те, наскільки низький рівень якості є нижчим за середній рівень.

Неконкурентоспроможні товари не знаходять покупця або можуть бути реалізовані за низькими цінами [2, с.28].

Основою управління формуванням товарного асортименту виступає асортиментна концепція, яка направлена на створення оптимального товарного асортименту з урахуванням потреб покупців і можливостей (фінансових, виробничих, науково-технічних, маркетингових та інших) підприємства. Оптимальний товарний асортимент включає товари, які знаходяться на різних стадіях життєвого циклу: стратегічні товари (фаза впровадження), найбільш прибуткові (фаза росту), підтримуючі (фаза зрілості), заплановані для виходу з ринку (фаза спаду). Найбільш важливими питаннями товарної асортиментної концепції є те, які товари виробляти, у якому обсязі і як досягти при цьому найбільшого задоволення потреб покупців.

Спеціалісти з маркетингу пропонують торговельним підприємствам у практичній діяльності використовувати такі аспекти товарної асортиментної концепції: пропозиція нових асортиментних груп товарів, розширення вже існуючих асортиментних груп товарів, поглиблення асортиментних груп товарів.

З часом товарний асортимент підприємства змінюється (розширюється або звужується), доповнюється новими позиціями. Розширення товарного асортименту збільшує витрати на розробку товару, оновлення виробничо-торговельного обладнання, просування товарів на ринок. Фахівці з маркетингу повинні виважено підходити до управління формування товарного асортименту та на основі програми товарної політики створювати відповідний асортиментний план, спрямований на виконання окремих цільових завдань підприємств [3, с. 135]. Він має бути побудований та включати такі головні етапи як заходи, які необхідно проводити підприємству для удосконалення існуючого асортименту і формування нового, зокрема, послідовність проведення та терміни виконання кожного з них. Обов’язково потрібно розробляти сітьовий графік асортиментного плану, у якому має бути передбачено дослідження конкурентоспроможності товарів, питання про розширення або поглиблення асортименту товарів, виробництва нових товарів, тестування нових та оновлених товарів і т.п. Вагому роль відіграють торговельні ресурси, а сприйнятливість товарів покупцями залежить від науково-технічної компетенції, творчої активності та методів інноваційного менеджменту. Основна мета управління формування оптимальної структури товарного портфеля полягає у тому, щоб забезпечити стабільний продаж товарів підприємства і прибуток, достатній для нормального економічного і соціального розвитку підприємства [4, с.77]. Найважливіше значення в управлінні товарним асортиментом мають науково-технічні, якісні і

структурні зміни у товарній політиці, які підвищують внесок останніх у розвиток маркетингової діяльності підприємств і створюють необхідні передумови для їх подальшого прогресу.

Висновки. Таким чином, сьогодні на споживчому ринку не може бути рівноважної ціни попиту і пропозиції, оскільки немає абсолютної тотожності умов виробництва і обслуговування покупців. Процес споживання товарів персоніфікований, а умови продажу товарів диференційовані за часом, місцем, терміном і методами організації обслуговування покупців. Рівновага управління товарним асортиментом можлива через сучасне оновлення асортименту товарів, контролем за конкурентоспроможністю товарів на ринку, впровадження нових технологій управління. Цей процес триває постійно та змушує керівництво підприємств постійно шукати нових шляхів удосконалення управління товарним асортиментом, сприяти його розвитку за рахунок направленого руху різних ресурсів на різних етапах життєвого циклу товарів та підприємства загалом.

Список використаних джерел:

1. Балабанова Л. В. Маркетинг : підручник. Київ : Знання Прес, 2012. 645с. URL: 9 http://library.cibs.ubs.edu.ua/
2. Єлісеєва Т. С., Кубишина Н. С. Методи формування товарного асортименту на підприємстві // Актуальні проблеми економіки та управління: збірник наукових праць молодих вчених. Вип. 6. 2012. С.24 -31.
3. Окландер М. А.,. Кірносова М. В Маркетингова товарна політика : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2014. 208 с. URL: http://oklander.info/?p=1517
4. Яковенко К. В. Особливості контролінгу процесу інноваційної діяльності підприємств // Бізнес-інформ. 2012. № 5. С. 75–78. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2012_5_20

ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Богатирець В., 3 курс (ОС «бакалавр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Менеджмент», спеціалізація «Управління бізнесом»
Наук. кер. – Лошенюк І. Р.

Стаття присвячена розкриттю сутності та значення Інтернет-маркетингу в практичній діяльності підприємств. Надано основні характеристики видів Інтернет-маркетингу, визначено особливості та форми їх застосування підприємствами. Обґрунтовано необхідність застосування Інтернет-маркетингу в отриманні конкурентних переваг підприємств на ринку.

The article is devoted to revealing the essence and importance of Internet marketing in the practice of enterprises. The main characteristics of the types of Internet marketing are given, the features and forms of their application by enterprises are determined. The necessity of using Internet marketing in gaining competitive advantages of enterprises in the market is substantiated.

Актуальність даної теми полягає в тому, що сьогодні діяльність торговельних підприємств відбувається в умовах надзвичайно гострої конкуренції та потребує від їх керівництва постійного використання інноваційних маркетингових технологій. Однією із сучасних маркетингових технологій є Інтернет-маркетинг, який дозволяє підприємствам створити зручні та комфортні умови роботи із споживачами, швидко отримувати від них необхідну інформацію та оперативно реагувати на їх запити. Це, у свою чергу, сприятиме прийняттю обґрунтованих та ефективних маркетингових рішень, підвищенню конкурентоспроможності підприємства на ринку.

Метою статті є обґрунтування необхідності запровадження Інтернет-маркетингу в діяльність підприємств.

Об'єктом дослідження є процеси формування маркетингових технологій підприємств.

Предметом статті є нові види Інтернет-маркетингу, що використовуються в діяльності підприємств.

Дослідженням питань застосування Інтернет-маркетингу в діяльності підприємств займалися вітчизняні та зарубіжні науковці і практики, серед яких В.А. Висоцька, Л. Вундерман, Т.П. Данько, Д. Еймор, С.М. Ілляшенко, В.П. Пилипчук, В. Л. Плескач, Ю.В. Попова, І.В. Успенський, та інші. Проте ними розглядаються лише окремі інструменти реалізації товарів і послуг через Інтернет, тоді як швидкий розвиток даної мережі призводить до появи нових інструментів маркетингу в Інтернет технологіях.

У сучасній літературі науковці наводять різні підходи до визначення Інтернет-маркетингу. Його розглядають як виконання послідовних дій у вирішенні маркетингових завдань, використовуючи можливості мережі Інтернет. При цьому його основна мета полягатиме саме у отриманні максимального ефекту від потенційної аудиторії сайту [8].

Доволі часто Інтернет-маркетинг ототожнюють з процесом просування товарів і послуг на ринку продавця за допомогою Інтернет-технологій, що використовують спеціальні інструменти (інструменти Інтернет-маркетингу) [1].

Трактують Інтернет-маркетинг також як побудову маркетингових комунікацій через Інтернет; інструмент, який вирішує частину завдань маркетингу компанії [3, с. 12].

Разом з тим, Інтернет-маркетинг виступає процесом використання сучасних інформаційних Інтернет-технологій при проведенні маркетингових досліджень, розробки товару, встановленні ціни, доведення до споживача та впровадження нових підходів зі стимулювання збуту з метою максимального задоволення потреб споживачів через інноваційну організацію матеріального та інформаційного обміну [6, с. 15].

Зважаючи на те, що в умовах, які склались у роботі підприємств, пов’язаних із загостренням епідеміологічної ситуації в країні, головну роль у діяльності підприємств відіграє товарна політика, у якій Інтернет-маркетингу з його специфічними особливостями приділяється особлива увага. Враховуючи характеристики аудиторії Інтернет, підприємствам формуючи товарну політику необхідно пов'язувати її із здійсненням сукупності заходів і стратегій з формування конкурентних переваг і створення таких характеристик товару, які роблять його постійно цінним для споживача й, тим самим, задовольняють його потребу, забезпечуючи підприємствам відповідний прибуток [2].

Успішна товарна політика в Інтернет, як правило, традиційно охоплює три рівні товару та вміло використовує сучасні інструменти маркетингу. Зокрема, для товару за задумом найважливіше враховувати смаки та уподобання покупців, що сьогодні здійснюється за допомогою попередньо проведених маркетингових досліджень, які безумовно мають проводитись на базі спеціалізованого програмного забезпечення. Важливо підприємствам підкріплювати пропозиції товарів фірмовими символами, представленням внутрішньо-корпоративної інформації тощо [7].

Товар у реальному виконанні потребує роботи над підвищенням популярності Інтернет-марки підприємства та його товарів засобами он-лайн та офф-лайн реклами, в тому числі створення спонтанного знання марки, top of mind. При цьому обов’язковою умовою виступає формування довіри покупця в он-лайн бізнесі, врахування психології користувача, набутий досвід купівель он-лайн та офф-лайн, певна інформація рекламного характеру отримана з надійних джерел. Підприємства мають вибудовувати управління взаємовідносинами, що відображатимуть вплив своєчасної, актуальної та персоналізованої взаємодії підприємства та покупця на розвиток довіри. Така взаємодія може виникати як до купівлі: контактування з продавцем, відповіді на питання, швидкий зворотній зв’язок, особисте ставлення; так і після неї: відображення прийняття замовлення, процесу його обробки, своєчасна доставка, стан та якість отриманого товару, швидка можливість вирішення проблем та гарантійне обслуговування [5, с. 67-68].

Товар з підкріпленням формує привабливість товару підприємства й попит на нього. Оптимальним варіантом реалізації цього елементу є створення та підтримка веб-сайту підприємства та надання покупцям інформативно-консультативних послуг.

Переваги корпоративного сайту як інструменту комунікативної політики підприємства в Інтернет-маркетингу відображаються на збільшенні продажів, розширенні ринків збуту і утримання існуючих клієнтів. За його допомогою відбувається повна всебічна презентація товарів і послуг підприємства без географічних обмежень, на будь-якій мові, в будь-який зручний для споживачів час, оптимізація комунікацій з споживачами, партнерами. Водночас забезпечується ефективний зв'язок з контрагентами з будь-яких країн світу і можливість оперативного реагування на них, здійснення консультацій та забезпечення безпосереднього зв'язку з кінцевими споживачами товарів. Це сприяє посиленню ринкової позиції та підвищення рівня довіри до підприємства [4].

Вдалим рішенням є проведення порівняльного аналізу характеристик та властивостей товару з його аналогами, що дозволяють покупцеві детально ознайомитися з тими особливостями, на які акцентує увагу підприємство, побачити його зображення, функціональні властивості тощо. Досить потужно підкріплюють такі рішення он-лайн консультації, які надають відповіді на запитання покупців у режимі «реального часу».

Сайти рейтингу й порівняння товарів спеціалізуються на оцінці товарів експертами або користувачами. Тут розміщуються замітки редакторів, відео-демо, рейтинги користувачів, а також думки експертів. Переваги їх полягають у тому, що вони чинять позитивний вплив на репутацію підприємства та дозволяють досягти ефекту «сарафанного радіо», який суттєво впливатиме на підвищення рівня продажів.

Останнім часом набирає популярності така форма Інтернет-маркетингу як афілійований маркетинг. Мережі, побудовані за його принципом, виплачують партнерам винагороди за залучення нових покупців, реєстрацію користувачів або продажі, що відбулися завдяки цьому залученню. Дана форма Інтернет-маркетингу перегукується з іншими, її основною метою є отримання нової аудиторії завдяки вже існуючій, що, у свою чергу, безумовно призведе до можливості збільшення доходу підприємства.

Разом з тим, рішення покупців щодо купівлі товарів у Інтернет залежить і від цінової політики підприємства. У цьому аспекті підприємствам надаються певні привілеї, зокрема це можливість індивідуально встановлювати ціни на товари, що пропонуються для продажу покупцям; відкрито

інформувати про ціни конкурентів та пропонувати товари покупцям за більш низькими цінами, ніж у офф-лайновому бізнесі.

Дослідження цінової політики в Інтернет-маркетингу показали, що віртуальний простір сприяє новим методам та формам ціноутворення. Особливо це стосується діяльності підприємств у режимі реального часу. Маркетинговими заходами при цьому виступають перш за все, віртуальні аукціони, зокрема такі як англійський аукціон, у якому запропонована ведучим ціна залишається незмінною до того часу поки не з'явиться учасник, готовий перебити останню оголошену заявку у он-лайновому режимі. У свою чергу, голландський аукціон передбачає, що первісна ціна встановлюється висока, а надалі через регулярні проміжки часу знижується. При цьому перший учасник, що погоджується на поточну ціну, одержує стільки товарів за цією ціною, скільки захоче.

Аукціон без оголошення заявок відбувається, коли кожний з потенційних постачальників може зробити тільки одну заявку і не знає, що пропонують інші. Підприємство відштовхується від цінових пропозицій, що воно очікує від конкурентів.

Групове ціноутворення представлено приватними особами та організаціями. які об'єднуються в групи для спільних покупок за більш низькими цінами (ціна «у складчину») [3, с. 35].

Висновки. Таким чином, інструменти Інтернет-маркетингу надають можливість підвищувати ефективність взаємодії покупця і продавця, прискорювати процеси надання інформації та прийняття покупцем рішення про покупку. Вони сприяють засвоюванню нових методів і стратегій реалізації маркетингової діяльності, щоб залишатися підприємствам конкурентоспроможними на ринку.

Список використаних джерел:

1. Божкова В. В. Проблеми забезпечення ефективності стратегічного планування комунікацій промислових підприємств // Економічне обґрунтування реінжинірингу бізнес–процесів виробничих підприємств : монографія / За заг. ред. Л. М. Таранюка. Суми : ВПП «Мрія–1» ТОВ, 2010. 224 с.

2. Дергачова В. В., Скібіна О.О. Глобалізація бізнесу та інтернет-маркетинг : монографія. Донецьк: ДонДУЕТ, 2007. 280 с.

3. Котлер Ф., Касліоне Дж. А. Хаотика: управління та маркетинг в епоху турбулентності [пер з англ.]. Київ : Хімджест, ПЛАСКЕ, 2009. 208 с.

4. Корпоративный сайт предприятия – эффективный инструмент увеличения продаж / Probrand. URL: http://beprobrand.net/Korporativniy-sait-effektivniy-instrument-uvelichenija-prodazh.html

5. Литовченко І.Л., Пилипчук В.П. Інтернет-маркетинг: Навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2008. 184 с.

6. Райс Е., Траут Дж. Маркетингові війни / пер. з англ. В. Стельмах. Харків: Вид-во «Ранок»: Фабула, 2019. 240 с.

7. Шпак Н.О. Основи комунікаційного менеджменту промислових підприємств: монографія. Львов : Издательство Львовской политехники, 2011. 328 с.

8. Що таке інтернет-маркетинг – повний огляд для новачків + основні інструменти і стратегії просування. URL: http://itstatti.in.ua/internet-marketing/51-shcho-take-internet-marketing-povnij_-oglyad-dlya-novachkiv-osnovni-instrumenti-i-strategiji-prosuvannya.html.

МАРКЕТИНГОВЕ УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМ АСОРТИМЕНТОМ ПІДПРИЄМСТВ

Бужора М., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Маркетинг», спеціалізація «Маркетинг»
Наук. кер. – Лошенюк О. В.

Стаття присвячена розкриттю сутності та значення маркетингового управління товарним асортиментом у практичній діяльності підприємств. Надано основні характеристики маркетингового управління, визначено особливості та принципи його застосування у формуванні товарного асортименту підприємствами. Обґрунтовано необхідність застосування маркетингового управління товарним асортиментом задля підвищення конкурентних переваг підприємств на ринку.

The article is devoted to the disclosure of the essence and importance of marketing management of the product range in the practice of enterprises. The main characteristics of marketing management are given, the features and principles of its application in the formation of the product range by enterprises are determined. The necessity of application of marketing management of product assortment for increase of competitive advantages of the enterprises in the market is proved.

Актуальність даної теми полягає в тому, що невпинний науково-технічний прогрес охоплює усі сфери маркетингової діяльності підприємств, дедалі інтенсивніше посилюючи роль та значення товарного асортименту. Перемога у конкурентній боротьбі для виробничо-торговельних підприємств уже не

обмежується виготовленням якісної продукції, а потребує вивчення питань забезпечення її ефективної реалізації. Задоволення потреб споживачів, від яких сьогодні залежать успішна діяльність та імідж підприємств на ринку, визначається вмілим формуванням товарного асортименту та рівнем його маркетингового управління. Ці обставини формують сприятливі передумови для розвитку та диверсифікації діяльності підприємств, управління товарним асортиментом та вдалого його просування на ринку. Варто зазначити, що якість товарного асортименту, фінансово-господарський стан підприємств, тривалість життєвого циклу української продукції, не лише не поступається перед зарубіжними виробниками, а й перевищує її за багатьма властивостями, характеристиками та показниками. Разом з тим зростає значущість організаційно-технічного розміщення товарів на полицях у торговельних залах, підвищення їхньої прибутковості в результаті удосконалення структури собівартості, механізмів та інструментів реалізації сервісного обслуговування, узгодження взаємодії із контрагентами та інші. Не менш важливими залишаються питання зростання якості та підвищення конкурентоспроможності продукції у системі планування маркетингової товарної політики на підприємстві.

Аналіз останніх джерел та публікацій показав, що нагальна проблема успішного управління товарним асортиментом на підприємствах ще до тепер є невирішеною. У науковій літературі висвітлені лише окремі аспекти формування товарного асортименту підприємств, зокрема такі, як обґрунтування якості та контролю за сировиною на виготовлення продукції, ціноутворенням та продажем, системою маркетингових комунікацій тощо. Вивченню цих питань присвячені напрацювання вітчизняних та закордонних науковців: В.В. Апопія, І.О. Бланка, Є.М. Векслера, Г.П. Данько, О.В. Зозульова, В.Я. Кардаша, І.Р. Лошенюк, М.О. Окландера, А.О. Старостіної, Н.Б. Ткаченко, Н.І. Чухрай, Н.Б. Яненко та інших. Проте залишаються нез'ясованими завдання управління товарним асортиментом на підприємствах з метою вирішення проблеми підвищення ефективності реалізації товарів на ринку.

Метою дослідження є статті є обґрунтування необхідності запровадження маркетингового управління в діяльність підприємств.

Об'єктом дослідження є процес управління товарним асортиментом на підприємстві.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні засади управління товарним асортиментом на підприємстві.

Загальноприйняте визначення «асортимент товарів» в розумінні його суті пройшло декілька етапів становлення. В економічній літературі воно розглядається «як специфічна характеристика, яка визначає корисність у формі діяльності» [1, с.70]. Асортименту товарів та управління ним нині відводиться значна роль, оскільки саме товари призначені для особистого споживання чи використання покупцем та з всілякими комбінаціями надають переваги властивостям або самого товару, або його окремих характеристик.

Товарний асортимент виступає результатом взаємодії всіх видів діяльності підприємства, особливе значення у яких відводиться маркетингу. При цьому необхідно зводити його до певного функціонального змісту конкретної властивості або характеристики, а також ототожнювати товари з маркетинговою товарною політикою або діяльністю з товаром.

Науковці вважають доцільним розглядати у практичній роботі підприємств такі ознаки управління товарним асортиментом як [2, с. 113]: цілеспрямований аргумент та напрямок діяльності, який піддається управлінню і результат якого обумовлений адекватністю виконання запланованих маркетингових дій; рівень реалізації ідей та уподобань, що визначає результати задоволення смаків та потреб споживачів, які можуть змінюватися через коливання у попиті, часі постачання товарів, сервісному обслуговуванні і т.п. Так при надмірному попиті на товари споживачів може більше цікавити час доставки товару, при зниженому - асортиментна структура; маркетингове управління, яке забезпечує оптимальне поєднання функціональних обов'язків усіх структурних підрозділів підприємства та видів робіт, що виконуються ними. Це дозволяє гармонійно поєднати особливості та властивості товарів, забезпечити оптимальне співвідношення «витрати-сервіс». Виконання рішень товарної політики інтегрує систему менеджменту якості товарів у процес підвищення конкурентоспроможності як підприємства, так і його товарів на ринку.

Товарний асортимент виражає специфічні економічні відносини, які дозволяють показати матеріалізований, але не відчужений від виробника результат праці, що найбільше приносить прибуток підприємству і приваблює споживача. Він доводиться до споживача через ринок з використанням стандартних процедур через мережу посередників - торговельні підприємства, окремі підприємці і т.п.

Між споживанням і виробництвом товару завжди є часовий лаг. Товари як правило виступають одночасно і об'єктами, і носіями товарних відносин з приводу виконання замовлень споживачів щодо їх передбачення (товар за задумом), виконання (реально виконаний товар) та підкріплення (товар з підкріпленням). Процеси реалізації та просування товарів сьогодні збігаються з процесами виробництва товарів, оскільки основою їх надання виступає єдиний процес виробництва і персонального споживання. Сервісну політику відрізняє від товарної політики прямий зв'язок виробника і споживача, який повинен

задовольнятися у мінімальні терміни з найвищою оцінкою якості. Виходячи з того, управління товарним асортиментом має супроводжувати весь життєвий цикл товару, а також враховувати його маркетингові мотиваційні чинники. Проте вимоги ринку не обмежуються попитом на товар. Споживач диктує свої умови також стосовно складу і якості товарів, що надаються йому в процесі реалізації товарів [3, с.31].

Управління товарним асортиментом нерозривно пов'язане з збутом та просуванням товарів і є комплексом маркетингу, що відбувається у процесі замовлення, купівлі, постачання товарів і подальшого сервісного його обслуговування. Об'єктами товарної політики підприємств є: промислові підприємства, розподільні центри, включаючи підприємства оптової та роздрібної торгівлі і кінцеві споживачі. Об'єктами діяльності підприємств визнаються: товари як сукупність продуктів промислового і непромислового призначення, різних підприємств та іншої економічної діяльності (ремонтних робіт, будівництва, транспорту, зв'язку тощо), оцінювана у вартісному або натуральному вимірюванні; сервісне обслуговування продукції (або матеріальних потоків) [4, с. 33].

Відтак, управління товарним асортиментом є сукупністю функцій і видів діяльності усіх підсистем підприємства, що забезпечують зв'язок «підприємство-споживач» у розрізі кожного матеріального та інформаційного потоку за показниками номенклатури, якості, кількості, ціни, місця і часу продукції, що поставляється відповідно до вимог ринку.

В управлінні товарним асортиментом виділяють характеристики, які дозволяють зосереджувати розподіл товарів і визначати час їх постачання на підприємство і у торговельну залу, сприяти сервісному обслуговуванню споживачів, надавати оцінку якості товарів, забезпечувати комплексність виконання прийнятих керівництвом рішень.

У першу чергу, це охоплює всю сукупність пропонованого товарного асортименту, що випускається виробниками і пропонується до продажу торговельними підприємствами, тобто заповнює його ширину, глибину та насиченість, сприяє гармонійності поєднання з іншими групами товарів, що надаються споживачеві з моменту укладення договору на покупку до моменту її отримання .

Водночас забезпечується ефективне споживче функціонування товарів протягом передбачуваного життєвого циклу, включаючи процеси до та після продажного обслуговування, зокрема: визначення вимог до товарів на стадії їх розробки виробниками разом із споживачами; визначення характеристик товарів, що надаються споживачеві до та після продажу товарів; встановлення порядку і правил управління надходження товарів до покупця, обговорення гарантійних умов реалізації товарів; навчання керівного складу та торговельного персоналу; управління товарними запасами, в т.ч. у торговельній залі; управління тарою та пакувальними матеріалами; підготовка необхідної інфраструктури для забезпечення процесу продажу товарів і обслуговування споживачів; управління товарами-аналогами та товарами - конкурентами.

Велике значення має приділятися управлінню інформаційними ресурсами, які характеризуються сукупністю інформації, що надається споживачеві про товари та їх обслуговування, включає методи і принципи, а також технічні засоби для обробки і передачі інформації.

Управління фінансами передбачає сукупність різноманітних варіантів оплати товарів, систем знижок і пільг, що надаються споживачам. При цьому необхідно розрізняти такі форми кредиту: залежно від позиченої вартості (товарна, грошова і змішана); залежно від того, хто є кредитором – банківська, комерційна, державна, міжнародна, цивільна, виробнича чи споживацька структура; в окремих випадках необхідно розглядати такі форми кредиту як пряма, непряма, явна, прихована, стара, нова, основна, додаткова з метою підтримки розвитку підприємства.

Разом з тим, управління товарним асортиментом характеризується достатньо великою кількістю показників, які можна згрупувати за такими критеріями: кількість, якість, час, ціна, надійність товару (за показниками якості, часу і обсягу).

На думку маркетологів, управління товарним асортиментом на підприємстві – це: прогнозування, планування, оцінка стану, організація і комплексне управління товарною політикою; сукупність принципів та методів форм управління товарними процесами, маркетинговою діяльністю, зайнятими цією діяльністю організаційними структурами та їхнім персоналом [5, с. 63].

На нашу думку, управління товарним асортиментом в сучасних умовах має насамперед асоціюватися як філософія менеджменту, оскільки товарний асортимент – це не лише товари та процеси, а й бачення економічної природи відносин споживача та інших структур з приводу задоволення їхніх потреб, які у розвинутому суспільстві переважають над матеріальними.

Основними характеристиками управління товарного асортименту, що відрізняють його від інших процесів маркетингової діяльності є контакт з покупки, участь споживача у процесі виконання операцій купівлі товарів та висока особистісну оцінка товарів (брендів, марок). Ці характеристики роблять купівлю товарів подією особливою, яка охоплює бізнес-функції процесу виконання, маркетингу та трудових ресурсів. Зазначимо, що для організації раціонального управління товарним асортиментом необхідна

координація функцій управління з метою забезпечення цінності товару та задоволення споживача, тобто реалізації виробничо-торговельного потенціалу підприємства. Впровадження сучасних технологій управління передбачає спрямованість дій керівництва на досягнення таких основних рішень: обслуговування споживачів, надання новітньої інформації, створення нових товарів та способів їх реалізації. Ще однією істотною особливістю управління товарним асортиментом є надання та супроводження процесу реалізації товарів сервісним обслуговуванням, що дозволить збільшити залучення споживачів до підприємства, продуктивність та прибутковість від впровадження технологій управління [5, с. 73].

Водночас управління товарним асортиментом включає товарні ресурси, які можна при дії певних внутрішніх і зовнішніх факторів маркетингового середовища функціонування підприємства спрямувати на реалізацію товарної політики з метою задоволення нових потреб споживачів. Головним фактором управління товарним асортиментом є торговельні ресурси, а сприйнятливість товарів залежить від науково-технічної компетенції, творчої активності та методів інноваційного менеджменту

Сьогодні на споживчому ринку не може бути рівноважної ціни попиту і пропозиції, оскільки немає абсолютної тотожності умов виробництва і обслуговування споживачів. Процес споживання товарів персоніфікований, а умови продажу товарів диференційовані за часом, місцем, терміном і методами організації обслуговування споживачів. Рівновага управління товарним асортиментом можлива через оновлення асортименту товарів, контролем за конкурентоспроможністю товарів на ринку, впровадження нових технологій управління. Цей процес триває постійно та змушує керівництво підприємств постійно шукати нових шляхів удосконалення управління товарним асортиментом, сприяти його розвитку за рахунок направленого руху різних ресурсів на різних етапах життєвого циклу товарів.

Список використаних джерел:

1. Беленов О.Н., Бугаева Т.М. Типология методов управления ассортиментом продукции // Современная экономика: проблемы и решения. 2016. № 1. С. 69–76.
2. Гармідер Л. Д., Самай І. О. Дослідження формування товарного асортименту підприємства // Академічний огляд. 2016. № 1. С. 111-118.
3. Діденко Є.О., Савельєв Д.С. Управління асортиментною політикою підприємства // Ефективна економіка. 2015. №3. С.31.
4. Єфімова Є. Актуальність асортиментної політики у сучасному управлінні підприємством роздрібної торгівлі // Траєкторія науки. 2017. № 7 (12). С. 31-34.
5. Шира Т. Б. Функціональний аспект управління асортиментом у комерційній діяльності // Наукові записки [Української академії друкарства]. Серія : Економічні науки. 2016. № 1. С. 63-73. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzec

МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Гостюк А., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Маркетинг»
Наук. кер. – Лошенюк І. Р.

Стаття присвячена розкриттю сутності та значення маркетингової стратегії у діяльності підприємств. Визначено основні характеристики та особливості маркетингової стратегії підприємств. Обґрунтовано необхідність застосування маркетингової стратегія підприємствами на ринку ресторанних послуг.

The article is devoted to the disclosure of the essence and importance of marketing strategy in the activities of enterprises. The main characteristics and features of the marketing strategy of enterprises are determined. The necessity of application of the marketing strategy by enterprises in the market of restaurant services is substantiated.

Сьогодні значної вагомості набувають питання стратегії розвитку діяльності підприємств у довгостроковій перспективі та їх своєчасної адаптації до змін ринкового середовища. В умовах маркетингової орієнтації дані стратегії необхідно розглядати як парадигму довгострокового існування підприємств у динамічному конкурентному середовищі з метою створення умов для максимального підвищення виробничо-торговельного потенціалу, якості продукції, управління конкурентними активами й ключовими компетенціями, поширення можливостей виходу з новою продукцією на нові ринки збуту, оволодіння ефективними інструментами успішного протистояння в конкурентній боротьбі та задоволення потреб споживачів.

Суттєві зміни в Україні відбуваються на ринку кави, розвитку якого сприяє формування кавової культури в українському суспільстві. Разом з тим ринок кави має значний потенціал і є досить перспективним, що зумовлює заснування великої кількості кав'ярень. Посилились вимоги як до самих

кав'ярень: приміщення та інтер'єру, обладнання та устаткування, дизайну та атмосфери, так і до продукції, що пропонується ними. Споживача уже не здивувати кавою чи кавовими напоями, його можна зацікавити ексклюзивними чи новими характеристиками, які додадуть продукції нового смаку, ароматів, вишуканості та задоволення у споживанні. Важливо не тільки залучити нового споживача, а й утримати існуючого, при цьому велике значення відіграє ділова репутація кав'ярні та довіра до неї з боку споживачів.

Ринкові процеси, що відбуваються в економіці України, перехід її на якісно нову модель розвитку створили принципово нову ситуацію на ринку ресторанних послуг, у зв'язку з чим комплексне дослідження і розробка маркетингової стратегії мережі кав'ярень стають винятково важливими.

Метою дослідження є визначення ролі та шляхів впровадження маркетингової стратегії для підвищення розвитку підприємств на ринку ресторанних послуг.

Об'єктом дослідження є процес формування маркетингової стратегії підприємств ресторанних послуг.

Предметом дослідження є маркетингова діяльність підприємств на ринку ресторанних послуг.

Сьогодні надзвичайно важливе місце в діяльності закладів ресторанного господарства займає маркетингова стратегія, яка формує ринкові стратегічні орієнтири на ринку. У процесі формування маркетингової стратегії діяльності закладів вагомими питаннями виступають створення та робота конкретних підсистем, які визначають функціональні стратегії, що відповідають за кожний напрямок діяльності та асортиментну групу продукції, що ними виробляється та реалізується. В практичній діяльності даних закладів такими є стратегії, які відповідають за використання фінансових ресурсів, маркетингові питання, виробничу діяльність, управління різними категоріями персоналом та інші. Саме вони у кінцевому результаті формують загальну маркетингову стратегію діяльності закладів як на короткострокову, так і на довгострокову перспективу. При цьому закладам необхідно створювати та підтримувати конкурентні переваги на ринку, ретельно відслідковувати уподобання споживачів, підтримувати їх різноманітною пропозицією продукції та заходами комунікаційної і сервісної політик тощо.

Різноманіття підходів до маркетингової стратегії обумовлене глибиною самого терміна «стратегія» та масштабами його використання. У економічній літературі як вітчизняній, так і закордонній подаються різні визначення маркетингової стратегії. Проте у кожного науковця свої погляди щодо сутності і змісту маркетингової стратегії.

Науковці трактують маркетингову стратегію, пов'язуючи її з вибором цільового ринку, конкурентної позиції і розробки ефективної програми заходів маркетингу для досягнення та обслуговування обраного ринку [1].

Сутність маркетингової стратегії зводять до чотирьох елементів комплексу маркетингу – товару, ціни, збуту і просування, які необхідно враховувати, працюючи з різними групами товарів [2]. При цьому всі маркетингової стратегії, які може у практичній діяльності використати заклад можна поділити на: товарні, цінові, збутові стратегії та стратегії просування.

Відомі вчені визначають маркетингову стратегію як «основний метод компанії впливати на покупців і спонукати їх до купівлі» [3]. Відтак, вони акцентують увагу на види маркетингових стратегій, які не пов'язані з впливом на споживачів закладів та пропонують підходи щодо залучення інструментів маркетингу.

Ф. Котлер визначає маркетингову стратегію як логічну схему маркетингових заходів, за допомогою якої підприємство сподівається виконати свої маркетингові завдання [4].

Сутність маркетингової стратегії розглядається з позиції стратегічного плану маркетингу. Маркетингова стратегія повинна вміщувати такі елементи, як визначення одного або декількох цільових сегментів, позиціонування відносно пріоритетних конкурентів, вимоги щодо асортименту товарів, канали збуту, ціни і умови продажу, персонал, його завдання і організація, реклама і стимулювання збуту, післяпродажне обслуговування, гарантії, послуги, дослідження ринків [5].

Маркетингова стратегія – це принципові середньо - та довгострокові рішення з відповідними способами та засобами, які визначають орієнтири та спрямовують окремі заходи маркетингу на досягнення поставлених цілей, які охоплюють елементи комплексу маркетингу (продукт, ціну, місце та просування). Вони є глобальними напрямами діяльності, які потребують конкретизації через планування заходів маркетингу, і є своєрідним планом відповідно до якого підприємство формалізує яким чином воно досягне успіху, тобто реалізації продукції на конкретному ринку [6].

На нашу думку, маркетингова стратегія є механізмом впливу на покупців та досягнення закладами маркетингових цілей, що передбачає раціональний розподіл ресурсів, визначення цільових ринків, комплексу маркетингу для забезпечення конкурентних переваг на ринку.

Маркетингова стратегія повинна відображати і короткострокові, і довгострокові плани закладів, а сама діяльність спрямовуватись на вибір цільових сегментів споживачів. Разом з тим, за неї мають

виконуватись усі складові елементи комплексу маркетингу, злагоджена дія яких дозволяє отримувати позитивні результати діяльності та забезпечувати конкурентоспроможність на ринку.

Маркетингова стратегія як і сам маркетинг головну увагу концентрують на споживачах, вивченні їх запитів, потреб, задоволенні смаків т.п. Грамотне керівництво закладу обов'язково порівнює її з основними тенденціями розвитку ринку загалом та галузі, у якій він функціонує. При цьому мають враховуватись усі фактори розвитку як у внутрішньому, так і зовнішньому маркетинговому середовищі функціонування. Детальний аналіз факторів впливу дозволяє уникнути непередбачених ризиків та забезпечити стійкість закладів на ринку. Важливо правильно встановити цілі діяльності даних закладів, задати вірний орієнтир розвитку, врахувати усі аспекти роботи у кожному окремому закладі і його підрозділі та при виконанні конкретно поставлених завдань. Відтак, маркетингову стратегію необхідно пов'язувати з питаннями прогнозування, розрахунку роботи у перспективі з урахуванням дій закладів та загально світових економічних тенденцій.

Маркетингова стратегія значно впливає на розробку продуктової політики закладів та вибір маркетингових інструментів, що сприяють просуванню продукції та послуг до споживачів, формує цільові сегменти споживачів та цільові контактні аудиторії, які забезпечують успіх їх діяльності.

Маркетингова стратегія будується на програмах розвитку та передбачає раціональний розподіл усіх ресурсів закладів для досягнення цільового ринку. Важливо визначити перспективні напрями та цілі діяльності, провести їх координацію залежно від стратегічного спрямування. Без аналізу сильних і слабких сторін закладів, ринкових можливостей та загроз сьогодні не варто розпочинати будь-яку діяльність на ринку, оскільки вони дають оцінку різних видів робіт, що виконує чи може виконувати заклад. Керівникам потрібно передбачити альтернативні варіанти реалізації напрямів діяльності закладів, створювати умови для ефективного розподілу продукції та послуг. По завершенню певної роботи необхідно проводити оцінку маркетингової діяльності закладів та розробляти плани на майбутнє.

Варіантів стратегій маркетингу для закладу може бути багато, але перед його керівництвом має ставитись головне завдання – це вибрати найбільш ефективну з них, що буде приносити максимально високі результати як для ринку, так і для продукції, що реалізується закладом. Стратегія маркетингу показує, з якою продукцією чи послугою виходити на ринок, яка потенційна місткість ринку щодо даної продукції для оптимальної реалізації.

Водночас при прийнятті маркетингової стратегії потрібно узгодити цілі маркетингу із загальними цілями закладу з метою запобігання протиріччям маркетингової стратегії та загальної стратегії розвитку закладу. На вибір маркетингової стратегії впливає також позиція закладу на ринку, забезпеченість його ресурсами, рівень витрат на виробництво продукції та маркетинг.

Обрана маркетингова стратегія діяльності слугує початком розробки маркетингового плану з конкретними тактичними та стратегічними діями з реалізації перспективного розвитку закладу. Довгострокові плани діяльності дозволяють закладу своєчасно та найефективніше використати стратегічний потенціал. У свою чергу, посилення конкуренції між виробниками та продавцями змушує заклади підвищувати вимоги до своєї продукції та посилює значення маркетингової стратегії їх діяльності.

Маркетингова стратегія створює цільові ринкові позиції закладів та розкриває різні аспекти їх діяльності зі споживачами, конкурентами або іншими контактними аудиторіями. Разом з тим, вона сегментує цільові ринки з урахуванням ринкового попиту на окремі продуктові групи або окремі групи споживачів. За її допомогою посилюється організація маркетингової комунікаційної політики, інтенсифікуються процеси виробництва, реалізації продукції, підвищується активність впливу на споживача та попит, збільшується пропозиція продукції закладів.

Маркетингова стратегія підкреслює системний підхід та цілісну систему дій закладів у різносторонніх напрямках. Проте доречно для певної дії розробляти окрему стратегію, яка буде відображати функціональні характеристики заданих операцій. Сучасні інформаційні та комп'ютерні технології дозволяють значно спростити та пришвидшити операції щодо знаходження та обробки даних, необхідних для втілення різних планів діяльності закладів. Вони сконцентровують зусилля керівництва на найбільш вагомих завданнях, створюють можливості передбачити у певних ситуаціях дії керівництва, споживачів та конкурентів, раціонально розподілити ресурси. Одним із вагомих аспектів маркетингової стратегії є те, що вона зосереджує основні зусилля у потрібному місці та у визначений час, а це підтримує стабільну рівновагу цілей, можливостей та ресурсів закладів. Разом з тим вона визначає пріоритет поставлених керівництвом закладів завдань.

Процес формування маркетингових стратегій має бути ретельним, побудованим на конкретних фактах, явищах та подіях, які дійсно відбуваються у діяльності закладів. Кожне з таких має бути підтверджене цифрами і показниками, які тільки посилюють розрахунки та визначають конкурентні переваги закладів на ринку, виробництво у пропозиціях продукції, споживачів у цільових позиціях на ринку. Дані чинники повинні бути обґрунтованими та надавати підстави для майбутніх дій. При цьому

необхідно враховувати особливості ринку та галузі, у якій функціонує заклад, державні програми в цій галузі, а також законодавчі акти щодо певних видів діяльності.

Сьогодні закладам для виживання у жорстких умовах конкуренції необхідно пристосовуватись до змін, які відбуваються у навколишньому середовищі, вивчати нові потреби для задоволення споживачів, використовувати інноваційні технології виробництва та реалізації продукції. При цьому необхідно приймати вірні рішення, які дозволять не тільки вижити на ринку, а й досягати прибутку у підприємницькій діяльності. З цією метою заклади вивчають інструменти, методи та підходи, що виведуть їх на передові позиції та навчать правильно вести роботу у кожному закладі та його структурному підрозділі відповідно до окремо обраної продукції.

Найскладніше приймати ризикові рішень щодо формування асортименту продукції, який забезпечить успішну її реалізацію, а саме головне приведе у заклад споживачів. Найдоцільніше керівництву закладів вибирати маркетингову стратегію, яка безпосередньо пов'язує заклад зі споживачем і дозволяє вільно рухатись між ними інформаційним потокам.

Головним завданням виступає виявлення ролі маркетингової стратегії, яка повноцінно повинна вибудовувати цінності у продукції, яким надає перевагу споживач, опрацьовувати заходи маркетингу, що посилять дію будь-якого з них та формувати сценарій поведінки закладів на ринку.

Керівництво закладів часто звертається до компетентних компаній з метою проведення досліджень щодо ситуації, яка склалась на певному ринку. Першою дією таких виступає моніторингу ринкової кон'юнктури, позиціонування продукції закладів на цільових ринках, її просування та обслуговування попиту. В обов'язки керівництва закладу входить також визначення ринкових ніш, асортиментної структури, впливу на діяльність різноманітних інститутів та розробка висновків про адаптаційні можливості закладу для роботи в мінливих умовах ринку.

Таким чином, маркетингова стратегія бере участь у визначенні цілей маркетингу, формулюванні місії та повинна співпадати з загальною стратегією розвитку закладу.

Список використаних джерел:

1. Аакер Д. Створення сильних брендів; пер. з англ. 2-ге вид. Москва : Видавничий дім Гребеникова, 2008. 320 с.
2. Хасси Д. Стратегия и планирование : путеводитель менеджера. СПб. : Питер, 2001. 378 с.
3. Ассель Г. Маркетинг. Принципы и стратегия : учебник. Москва: Инфра-М, 2001. 804 с.
4. Котлер Ф., Ф.Т. де Бес. Латеральный маркетинг: технология поиска революционных идей; пер. с англ. Москва : Альпина пабл., 2010. 206 с.
5. Карпенко Н.В. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст : монографія; за заг. ред. д.е.н., проф. Н.В. Карпенко. Київ: Центр учбової літератури, 2016. 252 с.
6. Влияние соцсетей на маркетинг ресторанов // Мнение эксперта. URL: https://lasoon.net/kyiv/mnenie-eksperta/olga-nasonova-vliyanie-sotssetej-na-marketing-restoranov.

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

Максимюк Н., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Маркетинг»
Наук. кер. – Лошенюк О. В.

Стаття присвячена розкриттю сутності та значення управління конкурентоспроможністю підприємств. Надано основні характеристики маркетингового управління, визначено особливості та принципи його застосування у практичній діяльності підприємств. Обґрунтовано необхідність застосування маркетингового управління задля підвищення конкурентоспроможності підприємств на ринку.

The article is devoted to revealing the essence and importance of managing the competitiveness of enterprises. The main characteristics of marketing management are given, the peculiarities and principles of its application in the practical activity of enterprises are determined. The necessity of application of marketing management for increase of competitiveness of the enterprises in the market is proved.

Актуальність даної теми полягає в тому, що в сучасних реаліях функціонування економіки України спостерігається значна диспропорція попиту та пропозиції на споживчому ринку, а торговельні підприємства змушені існувати в жорстких умовах невизначеності та постійно зростаючого ризику. Ефективне господарювання та підвищення конкурентоспроможності торговельних підприємств залежить від застосування ефективних маркетингових способів, прийомів та інструментів управління, які забезпечують реалізацію конкурентоспроможних товарів та підприємства на ринку. При цьому вони сприяють функціонуванню внутрішнього ринку товарів та послуг, розвивають міжгалузеві економічні

зв'язків, задовольняють матеріальні потреби сфери особистого і виробничого споживання. Управління конкурентоспроможністю підприємств виступає складником ринку товарів та послуг, оскільки створює умови для реалізації товарної пропозиції, задоволення платоспроможного попиту, розширення місткості ринку, його інфраструктурного забезпечення.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблеми та особливості використання питань конкурентоспроможності підприємств вивчали вітчизняні та зарубіжні вчені, зокрема: Л. Антонюк, Н. Голошубова, Б. Заблоцький, В. Захарченко, В. Зянько, С. Ілляшенко, М. Йохіна, О. Кузьмін, І. Лошенюк, В. Новиков, І. Павленко, А. Поручник, В. Трифилов та інші. Проте науковцями питання управління конкурентоспроможністю підприємств до кінця не вирішені, що негативно впливає на розвиток ефективної діяльності торговельних підприємств.

Метою дослідження є обґрунтування необхідності запровадження управління конкурентоспроможністю підприємств.

Об'єктом дослідження є процес управління конкурентоспроможністю підприємств.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємств.

В умовах сьогодення вирішальним фактором конкурентоспроможності підприємств виступає ефективність системи управління, у якій найбільша увага приділяється розвитку маркетингових способів, прийомів та інструментів. Створення маркетингового управління на підприємстві є головним фактором його конкурентоспроможності, за допомогою чого воно може стати лідером на ринку. Процеси вмілого управління конкурентоспроможністю впливають на організаційно-виробничу діяльність - від досліджень і розробок до закупівлі товарів, виготовлення упаковки, транспортування, продажу, обслуговування. Разом з тим вони спрямовують підприємства на пошук нових сфер діяльності, розробку абсолютно нових товарів та введення у реалізацію інноваційних товарних технологій. Від так, управління конкурентоспроможністю підприємств передбачає проведення різносторонніх маркетингових досліджень, які дозволяють керівництву зрозуміти, які саме товари необхідно створювати чи удосконалювати з метою ефективного просування на ринок.

Управління конкурентоспроможністю є концепцією ведення бізнесу, за допомогою якої підприємства повинні відповідати запитам споживачів, бути корисними для них та приносити прибуток. Кожен із видів управління конкурентоспроможністю пов'язаний між собою та складає цілісну структуру маркетингових інноваційних інструментів підприємства. Комбінування інновацій зумовлює суттєві зміни у маркетинговому комплексі підприємства та може призвести до появи інноваційних підходів в управлінні конкурентоспроможністю, наприклад – управління стратегіями ціноутворення, управління стратегіями просування товарів, управління стратегіями комунікацій, управління маркетинговими дослідженнями і т.п. Ефективне управління конкурентоспроможністю здатне забезпечити подальший розвиток ведення успішного бізнесу та взагалі ефективного існування підприємств на ринку.

Процес управління конкурентоспроможністю включає розробку різноманітних стратегії, аналіз ринку, оперативний маркетинг і складається з таких етапів як аналіз потреб та сегментація ринку, портфельний аналіз, вибір стратегії розвитку, компоненти маркетингу.

Оскільки до інноваційних маркетингових інструментів управління включається розробка стратегії, то в результаті одержується стратегічний маркетинг, основна мета якого полягає в розробці стратегії управління конкурентоспроможністю підприємства на ринку. При цьому в основу стратегічних маркетингових досліджень закладається аналіз кон'юнктури ринку з наступною розробкою сегментів ринку, організацією та формуванням попиту, моделюванням поведінки споживача, зворотного зв'язку і т.п.

Управління конкурентоспроможністю націлено на передбачення суттєвих змін в економічній ситуації та пошук маркетингових рішень, спрямованих на зміцнення ринкових позицій та стабільний розвитку підприємства. Для успішного бізнесу основним маркетинговим інструментом є залучення споживачів до підприємства, а це потребує з'ясування питань саме які інструменти використовує підприємство, на скільки ефективно використовується кожний інструмент та які ще інструменти управління може використовувати підприємство. На нашу думку, такими інструментами, які спрямовуються на успіх підприємства є реклама в журналах, на радіо та телебаченні, Інтернет реклама, комерційна пропозиція, листівки, виставки, презентації для споживачів, SMM та інше [1].

Проте основою створення та існування успішного бізнесу є ідея, за допомогою якої втілюються всі процеси управління конкурентоспроможністю підприємства. Після того як виникла ідея, необхідно створити та впровадити бізнес-план, який допоможе досягти успіху в певній діяльності. Бізнес-план має містити обґрунтування проєкту і можливість всебічно оцінити ефективність прийнятих рішень, планованих заходів, відповісти на питання чи варто вкладати кошти в даний проєкт і т.п. За допомогою бізнес-плану підприємствам можна розв'язати завдання, основними серед яких можуть бути обґрунтування економічної доцільності напрямків розвитку підприємства, розрахунок очікуваних фінансових результатів діяльності,

насамперед обсягів продажу товарів і отримання прибутку,визначення джерел фінансування стратегії підприємства, підбір працівників, спроможних реалізувати даний план. Кожне завдання бізнес-плану повинно бути розв'язане лише у взаємозв'язку з іншими та містити аналіз проблем, з якими підприємство може зіткнутися в майбутньому та мати запропоновані способи їх розв'язання. Крім того, з'являється можливість перевірити конкурентоспроможність підприємства як за окремими напрямками діяльності, так і загалом. Основним інструментом успішного бізнесу виступає бізнес-модель, ключові елементами якої визначають зміст функціонування підприємства на ринку, зокрема це цінність для зовнішніх споживачів, яку пропонує підприємство на основі своїх товарів і послуг. У свою чергу, система створення цієї цінності повинна включати постачальників і цільових споживачів, а також представляти алгоритм створення цінності. Велике значення має приділятись активам, які підприємство використовує для створення цінності. Керівництву необхідно визначитись з фінансовою моделлю підприємства, що визначає як структуру його витрат, так і способи отримання прибутку.

В практичній діяльності підприємств застосовують достатньо велику кількість бізнес-моделей, використання яких забезпечить існування успішного бізнесу. Новітньою вважається інтегрована бізнес модель з інноваційним управлінським процесом, оскільки на сучасному ринку переважають ті підприємства, у яких впроваджуються інноваційні технології при веденні маркетингової діяльності підприємств на ринку [2]. Одним із головних факторів успішного існування бізнес-моделі є концепція її розподілу на основні види управління та досягнення стійкої конкурентоспроможності підприємствами.

Така модель властива підприємствам, які прагнуть реалізовувати на ринках товари швидше за своїх конкурентів, які кардинально відрізнятимуться від існуючих товарів. При порівнянні, інновацію відрізняють за традиційним процесом покращенням послуги чи товару, де заздалегідь відомі показники та відповідно шляхи її покращення. Інновація бізнес-моделі є новим явищем, а тому, порівнюючи з традиційним інноваційним процесом, в такій моделі шляхи її покращення невідомі та потребують додаткових розробок. З рештою, вони приведуть до більш кращої та результативнішої роботи підприємства. Як правило, інновацію бізнес-моделі розглядають крізь призму ланцюга цінностей кожного етапу процесу. Так, клієнтська бізнес-модель орієнтована на обслуговування споживачів, максимально довгий період з ними співпрацювати та за встановленими стандартами якості, а тому підприємство інвестує в стандартизацію такої бізнес-моделі. Інфраструктурну бізнес-модель обирають підприємства. яким властиві великі стартові внески в конкретні основні засоби та подальша експлуатація, результатом яких є отриманням прибутку.

Головним інструментом введення успішного бізнесу є маркетингова стратегія. Стратегія представляє модель узагальнення дій, необхідних для досягнення поставлених цілей шляхом координування і розподілу ресурсів підприємства, тобто розробка стратегії підприємства полягає в розробленні планів досягнення цілей, в якому передбачені можливості підприємства [4]. Проте стратегія починається не з цілей та завдань підприємства, а з дослідження даної ситуації на підприємстві.

Підприємства, аналізуючи дані, перш за все, звертають увагу на кількісні, а згодом і на якісні показники. З метою ефективного аналізу та дослідження даних, підприємство може розподіляти їх на певні групи. Першою групою такою вважаються підприємства з працівниками нульового типу, які з даними не працювали та не працюють, а за основу беруть інтуїцію. В такому випадку або взагалі не існує певних даних, або ж в них існує JTK-синдром. Основним фактором цього є те, що підприємство інвестує значні суми коштів аналітичним компаніям, які аналізують для нього дані [3].

Підприємство при діяльності з працівниками першого типу відрізняється від нульового типу тим, що вони намагаються відрізняти дані, які є корисними для його маркетингової діяльності, від даних, які не мають ніякого відношення до нього. Вони розподіляють дані по важливим показникам руху товарів, наприклад, розподіляючи за рядами, проводять конверсію, оцінюють середній чек, здійснюють транзакції, маржинальність і т.п.

За другим типом працівники підприємства поступово, використовуючи дані проведеного аналізу, вдосконалюють свої бізнес-процеси.

При третьому типі збирають інтервальні дані та підпорядковують їх аналізу (регресійному, дискримінантному, частотному).

До четвертого типу відносять ту діяльність підприємств, яка всю свою клієнтську базу навчає логіки методом RFM та, виходячи з цього, керівництво отримує інструменти для маркетингових інвестицій.

При п'ятому типі підприємства досконало використовують всі методи роботи з даними та їх аналіз. Основу бізнес-моделі складають її стратегія, цілі та завдання. Формування стратегії на підприємстві дає змогу лідирувати на ринку та створити успішний бізнес в цілому.

Першою стратегією, яка пропонується підприємствам, є стратегія формулювання нової пропозиції товарів для споживачів через зміни моделі бізнесу. Наприклад, підприємство займається однією справою та веде свій бізнес за однаковим принципом. Воно використовує одну модель бізнесу, представляє однаковий спектр послуг, які використовують інші. Другою виступає стратегія створення принципово

нового товару. Основою такої стратегії є впровадження абсолютно нової стратегії в бізнес-модель, або ж в існуючу модель ввести інновації, що призведе до успішної діяльності підприємства.

Третьою є стратегія комбінування перших двох. Через нову модель бізнесу підприємства виводять на ринок абсолютно новий товар, або ж через створення нового товару створюють нову модель бізнесу.

Таким чином, головними інструментами управління конкурентоспроможністю підприємств є інноваційний маркетинг, маркетингова стратегія, маркетингові цілі та завдання, інноваційні бізнес-моделі та бізнес-процеси. Впровадження їх підприємствами дозволить закласти практичне підґрунтя переходу на інноваційний шлях розвитку на ринкових засадах.

Список використаних джерел:

1. Алексєєва О.А., Кузнєцова Н.В. До питання ролі стратегічного аналізу в підвищенні конкурентоспроможності підприємств. *Управління організацією, бухгалтерський облік і економічний аналіз: питання, проблеми і перспективи розвитку* : Матеріали II Всеросійської науково-практичної конференції. Магнітогорськ, 2017. С. 85-89.

2. Діденко О. Є., Жураківський П. І. Модель управління конкурентоспроможністю підприємства. *Ефективна економіка.* 2017. № 5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5590.

3. Чорна Л.О., Чорна Н.Ю. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства - система взаємозв'язку якісних та кількісних показників розвитку. *Інвестиції: практика та досвід.* 2015. № 3. С. 15-18.

4. Яценко І.В. Управління конкурентними стратегіями та конкурентоспроможністю підприємства. *Економіка та управління на транспорті*. 2016. Вип. 2. С. 270-274.

СУТНІСТЬ І ЗНАЧЕННЯ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ТОВАРІВ У МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Патраш Н., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Маркетинг»
Наук. кер. – Бозуленко О. Я.

Стаття присвячена розкриттю сутності та значення позиціонування товарів у маркетинговій діяльності підприємства. Розкрито роль, мету, етапи та ознаки позиціонування, необхідні для ефективної діяльності підприємства.

The article is devoted to the disclosure of the essence and importance of product positioning in the marketing activities of the enterprise. The role, purpose, stages and signs of positioning necessary for effective activity of the enterprise are revealed.

Актуальність даної теми полягає в тому, що позиціонування товару на сьогодні відіграє важливу роль у маркетинговій діяльності підприємства. Необхідність якісного позиціонування зумовлена високим рівнем конкуренції на ринку та боротьбою за місце товару в свідомості споживача.

Метою статті є обґрунтування необхідності якісного позиціонування для ефективної маркетингової діяльності.

Об'єктом дослідження є процес позиціонування товару на ринку.

Предметом дослідження є маркетингова діяльність, яка виникає у процесі позиціонування товару на ринку.

Значний внесок у розвиток теорії та методологічної практики щодо позиціонування товару внесли такі вітчизняні вчені, як О. Зозульов, А. Старостіна, Н. Куденко, Т. Примак, І. Левицька, О. Лопатовська, С. Ковальчук, К. Комліченко, О. Тарасенко, С. Солнцев та ін. Проте, не дивлячись на значну кількість робіт, присвячених позиціонуванню товару, дана галузь є невичерпною, особливо в сучасних умовах ринкової діяльності підприємств.

Нинішні умови конкуренції диктують підприємствам жорсткі правила існування на ринку. Позиціонування товару у свідомості покупця відіграє важливу роль для забезпечення позиції на ринку та прямо впливає на конкурентоспроможність бренду. Наразі успішними вважаються ті компанії, які оцінюють свої сильні сторони та визначають своє місце у відносинах купівлі-продажу товарів.

Позиціонування товару – розробка конкретного образу, який транслює цінності та переваги підприємства й запам'ятовується споживачем у зв'язку з конкретним завданням. На сьогоднішньому ринку товарів та послуг користувачеві легко розгубитися, якщо не «фільтрувати» пропозиції, що до нього надходять. Продукти без позиціонування несвідомо потрапляють у велику групу невідомих і незрозумілих пропозицій, до яких покупець звернеться в останню чергу. А швидше за все – він буде вибирати продукт з позиціонуванням, яке ґрунтується на важливих для нього властивостях і критеріях [1]. Позиціонування має на меті допомогти споживачу сформувати уявлення про товар і виділити його серед товарів-аналогів.

Творцями концепції позиціонування на ринку вважають Дж. Траута та Е. Райса. У книзі «Позиціонування: битва за впізнаваність» автори визначають позиціонування як створення для товару певної позиції серед конкуруючих товарів, тобто заповнення визначеної ніші, яка б змогла знайти віддзеркалення в ієрархії цінностей, сформованій у свідомості потенційного покупця. Вони вважають, що основним принципом позиціонування є не створення чогось надзвичайно нового, а інтерпретація та маніпулювання вже відомою для потенційного споживача інформацією [2, с. 46].

Нині немає єдиного правильного тлумачення терміну «позиціонування». Однак, найбільш класичним вважають визначення Ф. Котлера та Г. Армстронга. На їхню думку позиціонування – це комплекс заходів, завдяки яким у свідомості цільових покупців даний товар щодо конкуруючих товарів займає власне, відмінне від інших і вигідне для компанії місце стосовно аналогічних товарів [3, с. 227].

Д. Аакер припускає, що позиціонування є обличчям стратегії бізнесу, що демонструє бажання компанії відносно її сприйняття (порівняно з конкурентами та ринком у цілому) покупцями, працівниками та партнерами [4, с. 318]. За Г. Асселем позиціонування – це інформація про переваги товару відносно конкуруючих товарів, де основна увага приділяється споживчим перевагам і характеристикам товару [5, с. 82, 83]. За словами С. Діббла та Л. Симкина, позиція товару на ринку – це розміщення продукту в чіткому, відмінному та бажаному місці (відносно до продуктів конкурентів) у свідомості цільових покупців [6, с. 30].

Українські дослідники також дають своє визначення даному поняттю. Так, О. В. Зозульов визначає позиціонування, як забезпечення товару такого місця на ринку й у свідомості споживача, яке не підлягає сумніву, чітко відрізняється від інших [7, с. 20]. Н. Куденко вважає, що позиціонування – це процес визначення місця товару на ринку серед товарів аналогів [8]. А. О. Старостіна трактує позиціонування як процес створення ринкового іміджу товару на основі виявлених мотивацій споживачів для формування у свідомості цільових споживачів унікального сприйняття товару, відмінного від товарів конкурентів [9, с.161].

Отже, залежно від сфери застосування термін позиціонування можна розглядати під різними кутами. Узагальнюючи досвід науковців, нами сформульоване таке визначення:

Позиціонування – це процес системи маркетингу спрямований на формування у свідомості покупця чіткого, визначеного місця товару та ідентифікації його серед аналогів.

Розглядаючи значення позиціонування, ми вкладаємо в нього позитивне відношення потенційних клієнтів до товару. Покупців часто перезавантажують різною інформацією про товар та його характеристики, тому при прийнятті рішення про придбання товару покупцеві важко визначитись та об’єктивно оцінити пропозицію. Окрім того, у сучасних умовах споживання прийняття рішення про покупку стає все більш емоційним. Знайти конкурентів і порівняти характеристики товару споживач може всього за декілька «кліків» мишкою. Для того, щоб полегшити процес прийняття рішення, споживачі розділяють товари за різними рангами – «позиціонують» їх. Отже, споживачі створюють шкалу позиціонування товарів у своїй свідомості, а маркетологи працюють над тим, щоб найвище місце посів саме їхній товар. Підприємство повинно визначити, як зайняти прихильне місце у свідомості споживача та вибудувати з ним зв’язок. Кожне підприємство повинно диференціювати свій товар, створюючи унікальний набір взаємопов’язаних конкурентних переваг, привабливих з погляду представників групи в межах їхнього сегменту. [10, с. 127]. О. В. Зозульов стверджує, що ставлення споживача до товару за сучасних умов є одним з найефективніших методів конкурентної боротьби на споживчих ринках [11, с. 43-48].

Мета позиціонування – допомогти покупцю виділити товар серед аналогів і віддати йому перевагу. Значення позиціонування полягає у тому, що підприємство, знаючи всі власні можливості та враховуючи попит, може чітко оцінити своє становище на ринку й удосконалити свої стратегії. Тобто запорукою успішного позиціонування товару є розуміння факторів привабливості підприємства, які впливають на поведінку споживачів у процесі прийняття рішення про покупку. Джерелом для вибору позиції є конкурентні переваги або вигоди товару, які підприємство надає споживачу. Позиціонування має забезпечити збільшення лояльності покупців до товару, яке, в свою чергу, досягається створенням іміджу підприємства та його репутації.

До ознак, за якими найчастіше відбувається позиціювання товару, можна віднести:

- властивості товару;
- цінову доступність;
- співвідношення «якість-ціна»;
- сервісне обслуговування;
- гарантії;
- стиль, що передається у товарі [12].

Для того, щоб переконати споживача придбати певний товар, потрібно показати, що тільки цей товар володіє перевагами, здатними задовольнити його потребу. Ключова перевага, що схиляє клієнтів до покупки, має бути правдоподібною та забезпечуватися об'єктивно існуючими характеристиками товару.

Важливо, щоб характеристики товару доносились споживачам доступно та виразно. Якщо позиція буде простою та відкритою, це допоможе сконцентруватися на перевагах підприємства. Однак, позиціонування товару має на меті більше, ніж просто виділити унікальні переваги продукту; підприємство, також, повинно знайти спосіб зв'язатися зі своїми потенційними користувачами на глибшому, емоційному рівні, щоб сформувати сильні, позитивні відчуття покупця, коли він бачить товар. Для цього важливо аналізувати поведінкові особливості покупців і вивчати процеси прийняття ними рішень про покупку.

О. Зозульов, розглядаючи позиціонування з погляду впливу на споживача та його свідомість, наводить таку класифікацію типів ринкового позиціонування товарів та марок (рис. 1).

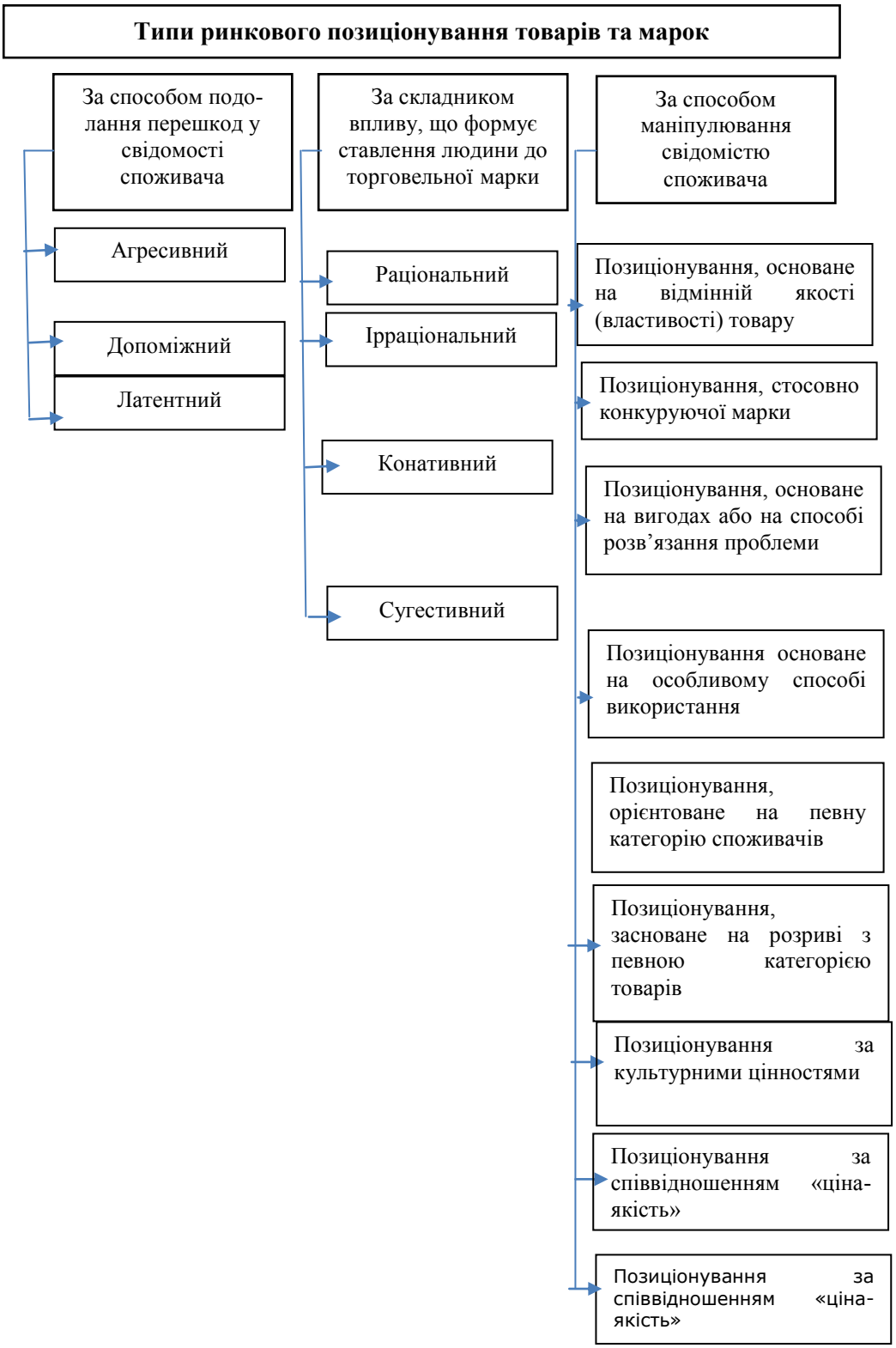

Рис. 1. Типи ринкового позиціонування товарів та марок [14]

Позиціонування дає можливість донести до покупця головну ідею та цінність підприємства, що відрізняє його від конкурентів. Це також допомагає підприємству зайняти вигідне місце на ринку й надавати продуктам додаткову конкуренту відмінність. Виходячи з цього, позиціонування пов’язано із сегментуванням і визначенням цільових ринків, а також із виявленням ринкової ніші та вимог споживачів до товарів [13].

Так, виходячи з товаром на ринок, підприємство розуміє, що воно не може обслуговувати всіх покупців. Тому, зазвичай, споживачів сегментують за певними ознаками й лише потім формують пропозицію товару, виробленого з максимальним урахуванням цих ознак. Мета підприємства полягає у тому, щоб визначити, хто є його цільовою аудиторією, які характеристики товару є важливими для покупців, з якою метою споживач купляє товар і як товар може допомогти клієнту.

При позиціонуванні товару важливо враховувати наступне:

- позиціонування повинно будуватися, насамперед, на реальних особливостях, що властиві ринковій пропозиції підприємства;
- у процесі позиціювання товару важливе значення має вивчення позицій конкурентів, оцінка потенціалу щодо можливості утримання завойованих позицій у свідомості споживачів;
- позиціонування виступає елементом ринкової стратегії;
- врахування особливостей свідомості людей.

Позиціонування належить до стратегічного планування. Стратегія позиціонування продукції являє собою частину загальної стратегії підприємства та має орієнтуватися на мету та цілі його діяльності. Підприємству потрібний план дій щодо залучення та подальшого задоволення потреб вибагливого споживача. Отож стратегія позиціонування має розроблятися відповідно до цілей функціонування підприємства [15]. Стратегія позиціонування включає три основні етапи :

1. Визначення поточного положення товару.
2. Вибір потрібної позиції товару.
3. Розробка стратегії досягнення бажаної позиції [16].

Позиціонування більшою мірою належить до довготривалої стратегії, однак позиція товару може змінюватись залежно від етапу життєвого циклу товару. Позиція одного і того ж товару може мати різне сприйняття у різних сегментах, тому основним завданням позиціонування є пристосування товару до вимог цільових сегментів і розробка відмінностей від основних конкурентів. Стратегія позиціонування повинна чітко відображати, хто є потенційними клієнтами підприємства, інформацію про них, включаючи демографічні.

Стратегія позиціонування повинна чітко відображати, хто є потенційними клієнтами підприємства, інформацію про них, включаючи демографічні, поведінкові, психологічні та географічні дані. Також, потрібно об’єктивно оцінити сильні та слабкі сторони товару й можливості його покращення.Аналіз цієї інформації допоможе оптимізувати маркетингові зусилля та розробити ефективну стратегію для збільшення потенційних покупців і продажів товару.

Ел Райс та Дж. Траут у своїй книзі «Позиціонування: Битва за ваш розум» зазначають, що позиція товару живе у свідомості покупців та широкої громадськості. Вона віддзеркалює весь досвід, який споживачі отримували стосовно цього товаром та емоційну реакцію, яку вони відчувають, коли бачать товар, його логотип або чують його назву [17]. Тому, позиціонування має будуватися на унікальній цінності, яку надає товар і підприємство та формувати позитивні реакції у споживачів. Здатність підприємства сформулювати ключові переваги продукту та розв'язати проблему споживача має вирішальне значення для його успіху. Відсутність позиціонування, зазвичай, призводить до відсутності попиту на товари й, можливо, подальшого провалу підприємства.

Для ефективного позиціонування необхідно:

- мати чітке уявлення про цільовий ринок і покупців;
- визначити важливі переваги товару для покупців;
- виділити сильну сторону товару чи підприємства, покладену в основу позиціонування;
- здійснювати позиціонування так, щоб це було зрозуміло цільовому сегменту.

Отже, позиціонування є важливим, як для підприємства, воно виділяє його серед конкурентів, що збільшує впізнаванність, зміцнює позицію на ринку та прямо впливає на збільшення його прибутку, так і для споживача – допомагає йому виділити товари чи підприємства-фаворити, яким він надає перевагу. Позиціонування на ринку визначає долю товару та тривалість його життєвого циклу, дозволяє підприємству оцінити його місце на ринку та ідентифікує його у свідомості споживача. Ефективне позиціонування дає можливість підприємству сформувати закриту позицію для конкурентів, окреслити цільову аудиторію споживачів, закріпити з ними зв’язок та зміцнити його позицію на ринку.

Список використаних джерел:

1. Подус Т. Позиціонування бренду. Як вибрати стратегію бренду. URL: https://marketer.ua/ua/strategy-brand-positioning/ (дата звернення 01.11.2021)
2. Федорченко А., Ярошенко І. Актуальність використання технологій брендингу на горілчаному ринку України // Маркетинг в Україні. 2005. № 1. С. 26-31.
3. Армстронг Г., Котлер Ф. Маркетинг. Загальний курс : навч. посіб. [5-те видання., пер. з англ.]. Москва : Видавничий дім «Вільямс», 2001. 608 с.
4. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление: Бизнес-стратегии для успешного менеджмента. 6-е междунар. изд. СПб. : Питер, 2002. 544 с.
5. Ассель Г. Маркетинг: принципы и стратегия : учебник для вузов. Москва : ИНФРА-М, 1999. 804 с.
6. Дибб С. Практическое руководство по сегментированию рынка. СПб. : Питер, 2002. 240 с.
7. Зозульов О. В., Писаренко Н. П. Ринкове позиціонування: з чого починається створення успішних брендів. Київ : Знання-Прес, 2004. 402 с.
8. Куденко Н. В. Стратегічний маркетинг: навч. посібник. Вид. 2-ге, без змін. Київ : КНЕУ, 2006. 152 с.
9. Starostina A.O, Dlihach A.O., Kravchenko V.A. Industrial Marketing: Theory, Worldview, Ukrainian Practice. Kyiv.: Znannia, 2005.
10. Храбатин О. І., Яворська Л. В.. Маркетинг : навчальний посібник для учнів/студентів професійних навчальних закладів із спеціальності «Комерційна діяльність», Івано Франківськ : Лілея, 2014. 284 с.
11. Зозульов О. Стратегії ринкового позиціонування товару на споживчому ринку // Економіка України. 2006. № 10. С. 43-48.
12. Поліщук А. П. Зміст і формування стратегії позиціонування підприємства на ринку. URL : https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/02/254.pdf (дата звернення 01.11.2021).
13. Котлер Ф. Основы маркетинга. Москва: Издательский дом «Вильямс», 2007. 647 с.
14. Зозульов О. Типи позиціонування товарів і марок на споживчому ринку // Маркетинг в Україні. 2008. № 6. С. 49–52.
15. Соколюк К. Ю., Кучер В. В. Позиціонування товару як фактор підвищення конкурентноспроможності підприємства на ринку // Економіка та управління підприємствами. 2018. № 25. С. 455-459.
16. Основи позиціонування бренду. URL: https://www.outcrowd.io/blog/the-basics-of-brand-positioning (дата звернення 01.11.2021).
17. Траут Дж. , Райс Эл. Позиционирование. Битва за узнаваемость Москва : Питер, 2004, 256 с.

КОНЦЕПЦІЯ ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНОК

Перепелюк А., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Маркетинг»
Наук. кер. – Лошенюк І. Р.

Стаття присвячена розкриттю сутності способів та прийомів продажу товарів підприємствами. Представлено маркетингові характеристики просування товарів та визначено їх особливості у продажу товарів підприємствами. Обґрунтовано необхідність застосування концепції просування товарів підприємств на ринок

The article is devoted to revealing the essence of methods and techniques of selling goods by enterprises. The marketing characteristics of goods promotion are presented and their features in the sale of goods by enterprises are determined. The necessity of applying the concept of promotion of goods of enterprises on the market is substantiated

Актуальність даної теми полягає в тому, що динамічні процеси, які відбуваються у світовій економіці на початку XXI століття, характеризуються досить потужними впливами на національні та регіональні соціально-економічні системи. В умовах, коли макроекономічні та політичні чинники в нашій державі є слабкими, на перший план у розбудові ефективної соціально-економічної моделі підприємств виходить потужна рушійна сила ринкової економіки – малий та середній бізнес. В економічно розвинутих країнах вже створені й успішно діють різноманітні (за організаційно-правовою формою, видами економічної діяльності, джерелами фінансування) структури, що сприяють розвитку малого і середнього бізнесу. Створення і функціонування таких організацій зумовлено об'єктивними нерівностями у можливостях малих підприємств порівняно з великими корпораціями. Це стосується, перш за все, інформаційного, кадрового, фінансового та інших видів ресурсів. З огляду на це, розвитку просування товарів підприємств на ринок повинна приділятися значна увага як з боку держави, так і приватних інвесторів, зацікавлених у роботі на певних ринках.

Аналіз останніх джерел та публікацій. Комплексному дослідженню питань просуванню товарів підприємств на ринок присвятили свої праці українські вчені – О.Я. Бозуленко, О.Г. Вдовічена, С.В. Ковальчук, І.Р. Лошенюк, В. Ф. Онищенко, А.О. Старостіної, В.В. Ортинська, Т.Л.Савицька та інші. Розробки наукових основ становлення спектру маркетингової діяльності та інших елементів просування товарів на ринок знайшли висвітлення в публікаціях закордонних науковців-дослідників, зокрема А. Азоєва, Ф. Котлера, М. Портера, Г. Райта та інших. Разом з тим, незважаючи на значний науковий доробок з цих

питань, він не охоплює всього спектру факторів розвитку і функціонування маркетингової діяльності підприємства з просування товарів на ринок.

Вдосконалення організаційно-економічного механізму підтримки підприємства та перспективних напрямів розвитку його пріоритетних видів, передусім розвитку діяльності підприємства з просування товарів, постійне їх оновлення не лише сприяють конкуренції між окремими структурними підрозділами підприємства, а також забезпечують певний рівень ефективності маркетингової стратегії в цілому.

Метою дослідження є статті є обґрунтування необхідності запровадження концепції просування товарів підприємств на ринок.

Об'єктом дослідження є процес просування товарів підприємства на ринок.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти просування товарів підприємства на ринок.

Сучасний торговельний маркетинг підприємства представлений комплексом ефективних заходів для розвитку просування та підвищення продажів товарів, який включає в себе цінову, комунікаційну, збутову політику, стимулювання торговельних посередників і власного персоналу. Йому відводиться надзвичайно велика роль у здійсненні активного впливу на різні канали і ланки збутової мережі. Це мотивація до роботи з брендом всіх, хто сприяє надходженню товарів до безпосереднього споживача. Процес просування товарів використовується постійно і охоплює всі види та напрямки діяльності підприємства [1].

Традиційними прийомами просування товарів на ринок, які використовуються підприємствами є: зниження ціни на товари, бонуси торговельному персоналу при виконанні певних умов реалізації та просування товарів, конкурси, поширення безкоштовних зразків і т.д.

У свою чергу, промоакції, спрямовані на адміністраторів торговельних партнерів і роздрібних підприємств, надають допомогу при вирішенні завдань, пов'язаних з розширенням дистрибуції, підвищенням обсягів закупівель, управлінням складськими залишками, розвитком комунікацій між бізнес-партнерами, контролем персоналу і т.д. У ході промоакції, більше і краще дізнавшись про особливості продукту, продавці в роздрібних торговельних підприємствах активніше рекомендують його покупцям, підтримують необхідний асортимент, викладку, POS матеріали, не допускають порушень умов зберігання і ситуації відсутності товару в продажу. Проте, у багатьох випадках підприємствам вигідно вдаватися до послуг агентств, наприклад при виведенні нового товару на ринок, істотного підвищення дистрибуції (представленості) товару в певному каналі продажу, формування рекомендаційного рівня на ринках, де важлива позиція продавця (фармацевтика, складна техніка, автозапчастини), розпродажі залишків товару (перед виведенням нової модифікації, перезапуском марки і т.п.) [4].

Просування товарів також використовується як елемент комплексної програми формування лояльності підприємств. Найчастіше це відбувається, якщо конкуренція на ринку сильна і місце на полиці коштує дуже дорого. Важливим фактором просування товарів є аудит роботи торговельного персоналу. При загостренні конкуренції на більшості товарних ринків та ринках послуг, незалежна оцінка ефективності продажів і сервісу стає надзвичайно важливою. У випадках коли підприємство не в силах провести маркетингові заходи самостійно, воно звертаються до фахівців, наприклад, в маркетингове чи рекламне агентство.

Робота з рекламними агентствами у сфері просування товарів надає підприємствами такі переваги як те, що споживач купує креативні рішення і творчий підхід до своїх завдань і потреб. При цьому він звертається до досвідчених фахівців, які працювали з відомими споживчими брендами, а агентство або найнятий фахівець допоможе вирішити проблему з найменшими витратами [3].

Разом з тим концепція просування товарів розглядає ринок як можливість реалізувати наявний товар, «проштовхнути його до споживача», зробити його більш доступним споживачеві та донести інформацію про нього найбільш зручним для споживача способом. До концепції просування товарів керівники підприємств відносять заходи по роботі з дистриб'юторами, торговельними партнерами, роздрібними продавцями, а також комплекс мерчендайзингу.

Сьогодні мерчандайзинг виступає одним з основоположних завдань для професійних діячів ринку, чий бізнес полягає в реалізації товарів і послуг кінцевим споживачам. Необхідно чітко знати як залучити споживача у торговельне підприємство і звернути його увагу на товар; як збільшити час перебування споживача у торговельній залі та кількість здійснених ним покупок; як управляти поведінкою споживача, ініціюючи його на вчинення сприятливих для підприємства дій; як знизити когнітивний дисонанс і підвищити лояльність споживачів до підприємства та товарів.

Мерчандайзинг охоплює всі дії виробника (дистриб'ютора) щодо просування і реалізації товарів і послуг в місцях продажів. До нього входять такі елементи як промоушен, особисті продажі, візуальний мерчандайзинг і т.п. В першу чергу, без правильної політики мерчандайзингу неможливий успішний розвиток жодного бренду. Крім цього треба врахувати, що в місцях продажів відбувається контакт бренду з його цільовою аудиторією, а мерчандайзинг допомагає правильно комунікувати цей контакт і направити

його в потрібний процес маркетингової діяльності підприємства. Мерчандайзинг потрібен виробнику/дистриб'ютору для розвитку марки, підвищення її знання, зростання продажів, а роздрібному торговцю - для збільшення кількості покупок і залучення більшої кількості споживачів [2].

Етапи робіт з розвитку мерчандайзингу на підприємствах, перш за все, починаються з розробки організаційної структури системи мерчандайзингу, яка передбачає створення функціональної та організаційної схеми роботи мерчандайзерів, оптимізації ресурсів для організації мерчандайзингу. Необхідна розробка стандартів мерчандайзингу, у які потрібно включати формування концепції ефективної упаковки та правил торговельного запасу (за форматами підприємств), працювати над розробкою стандартів викладки і розміщення POS матеріалів, формування системи промо-заходів.

Достатньо велика увага має приділятись набору і навчанню цільового персоналу, зокрема, формування вимог до мерчандайзера, складання посадових інструкцій для нього та його мотивації, проведенню семінарів, майстер-класів та тренінгів, розробці форм звітності, організації контролінгу та регулярного моніторингу мерчандайзингу.

Мета концепції просування товарів підприємств саме і полягає у стимулюванні бажання споживачів вибрати конкретний товар, торговельну марку і саме підприємство. Торговець ж зацікавлений у збільшенні загального прибутку та формування лояльності споживачів, йому важливо, щоб всі товари на підприємстві були виставлені таким чином, щоб максимально приваблювали увагу споживача та викликали у нього бажання їх придбати. Для збереження і посилення свого вплив на споживачів, роздрібні торговці розробляють спеціальні програми та концепції просування товарів, покликані стимулювати споживачів до відвідування підприємства і придбання його товарів. З традиційних стимуляторів збуту найбільш значимими є ціна, знижки і реклама. Проте практика показала, що споживачі швидко звикають до низьких цін, знижки сприймаються як обов'язкові додатки, а їх припинення викликає відтік «економічних» споживачів. До подразників, що використовуються в рекламі, споживачі звикають і перестають їх помічати. Для управління продажами керівництву підприємств необхідно застосовувати концепцію просування товарів, прийоми торговельного маркетингу. Відомо, що чим більша подібність між товарами, тим меншу роль при їх виборі відіграє розум, а тому для просування товарів, що не мають сталого споживчого мотиву переваги (а таких в сучасному супермаркеті більшість), необхідно застосовувати не лише традиційні методи стимулювання збуту, але й нові, більш ефективні засоби, засновані на психології потенційних споживачів. Фахівці з продажів за допомогою психометричних методів намагаються домогтися того, щоб змусити споживача звернути увагу на конкретні товари і сприймати їх у вигідному для них становищі, підштовхуючи тим самим на вчинення певних дій. Це зовсім не означає, що концепція просування товарів ставить своєю ціллю нав'язати споживачеві товар проти його волі. Навпаки, вона дозволяє встановити такий баланс між природною системою споживача (рефлексами, увагою, сприйняттям) і комплексом зовнішніх подразників, коли в результаті покупки споживач забезпечує найбільш раціональне задоволення власних потреб. Більшість фахівців у сфері роздрібної торгівлі вважають, що концепція просування товарів полегшує і стимулює продажі, які в свою чергу створюють умови для максимального зростання товарообігу і прибутку на підприємстві. Проте бажання продати якомога більше товару без урахування подальшої реакції споживача (оцінки ступеня задоволення від споживання) може обернутися його втратою для підприємства.

Будь-яке підприємство ставить і реалізує декілька маркетингових цілей, які важливі для його функціонування і розвитку. Найбільше поширення в практиці вітчизняних торговельних підприємств отримали такі види цілей з просування товарів на ринок: стимулювати збут товарів, створити конкурентну перевагу самого підприємства та окремих торговельних марок, сформувати прихильність до торговельних марок, впливати на поведінку і збільшити кількість лояльних споживачів і завоювати нових, удосконалювати рекламно-комунікаційну політику підприємства, запроваджувати новітні торговельно-технологічні процеси на підприємстві.

Встановлення цілей є відправним фактором для визначення обсягу та видів робіт (функцій), які забезпечують їх досягнення. Однотипні, часто повторювані функції можна представити у вигляді завдань концепції просування товарів. Основним її завданням можна вважати управління збутом, яке починається з ефективного подання товарів у торговельному підприємстві, залучення уваги споживачів до нових товарів, закріплення у їх свідомості відмінних характеристик та властивостей товарів і торговельних марок, формування спеціальних товарних пропозицій. Важливим представляється позиціонування товарів на основі психологічних особливостей споживачів і факторів регулювання їх уваги. Актуальними завданнями є розробка програм просування окремих товарів або їх комплексів, при яких одні товари стимулюють продаж інших без залучення додаткових інвестицій.

Головний акцент повинен ставитися на підтримці конкурентоспроможності підприємства, забезпеченні найповнішого задоволення потреб споживачів, створенні атмосфери, в якій споживачі отримували б максимальне задоволення від процесу здійснення покупок.

Удосконалення рекламно-комунікаційної політики підсилює дію концепції просування товарів підприємств, забезпеченням споживачів необхідною інформацією, вдосконаленням видів та способів застосування реклами в місцях продажу, скороченням тривалості процесу, що триває з моменту першого знайомства споживачів з товаром до часу його повного освоєння.

Постійно підприємствам потрібно проводити удосконалення торговельно-технологічних процесів за допомогою оптимального планування торговельної зали і системи розміщення новітнього обладнання та устаткування, ефективного використання торговельних площ, регулювання руху купівельних потоків у торговельній залі підприємства, забезпечення доступності товарів для споживачів у процесі вибору без участі продавців-консультантів. Необхідна чітка організація розподілу пізнавальних ресурсів у часі і просторі торговельної зали, скорочення періоду адаптації споживачів у ній.

Разом з тим підприємства мають управляти поведінкою споживачів, проводити аналіз та інтерпретацію факторів, що впливають на купівельну поведінку різних груп споживачів, сприяти підвищенню рівня прийняття рішень споживачами безпосередньо в підприємстві, збільшувати час їх перебування на підприємстві і кількість здійснених ними покупок.

Висновок. Таким чином, для підтримки маркетингових рішень під час вибору методів продажу товарів споживачам необхідно застосовувати концепцію просування товарів підприємств на ринок, яка має забезпечувати охоплення множини всіх можливих інструментів та механізм складових комплексу маркетингу, змінюючи при цьому позиціонування товарів та формуючи їх позитивний імідж у свідомості споживача.

Список використаних джерел:

1. Григорчук Т.С. Сутність політики просування. URL: https://sites.google.com/site/marketing distance/tema-8/8-1-sutnist-marketingovoie-politikiprosuvanna.

2. Данкеєва О. М. Інструменти мерчандайзингу як каталізатор прийняття рішень споживачів щодо купівлі товару // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2014. № 4 (66). С. 123-126.

3. Компанієць Т. І. Вплив реклами на просування споживчих товарів в умовах сучасного ринку // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. 2014. № 3 (27). С. 63-67

4. Филатова О.Г. Технологии и методы PR-продвижения информационных ресурсов. СПб.: НИУ ИТМО. 2012. 73 с.

СТРАТЕГІЯ ПОЗИЦІОНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Савчукевич І., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Маркетинг»
Наук. кер. – Лошенюк І. Р.

Стаття присвячена аналізу сутності та значення стратегії позиціонування маркетингової діяльності підприємств. Розкрито особливості та принципи використання стратегії позиціонування підприємствами. Обґрунтовано необхідність впровадження стратегії позиціонування маркетингової діяльності підприємств для формування позитивного іміджу підприємств на ринку.

The article is devoted to the analysis of the essence and significance of the strategy of positioning the marketing activities of enterprises. Features and principles of using the positioning strategy by enterprises are revealed. The necessity of introduction of strategy of positioning of marketing activity of the enterprises for formation of positive image of the enterprises in the market is proved.

Актуальність даної теми в тому, що в умовах глобалізації діяльність виробничо-торговельних підприємств перетворилася на важливий механізм формування споживчих уподобань покупців. Істотне зростання динаміки та масштабів, неоднозначний вплив на соціально-економічний, демографічний розвиток підприємств актуалізує дослідження стратегій позиціонування діяльності підприємств. Активна інтеграція України у глобальний торговельний простір в умовах несистемності на особливий статус піднімає питання іміджу та позиції підприємств на ринку.

Аналіз останніх джерел та публікацій показав, що вагомі теоретичні напрацювання у сфері аналізу стратегії позиціонування маркетингової діяльності підприємств здійснили вітчизняні вчені О.Г. Вдовічена, В. Євтух, Ф.Заставний, І.Прибиткова, Н.Л. Савицька, О.Хомра. Дослідження формування іміджу підприємств на ринку здійснюють О. Федорченко, І.Лошенюк, О. Піскун та інші. Проте, структурні деформації торговельних потоків, зміни форм торгівлі обумовлюють необхідність постійного моніторингу та поглиблення основи стратегії позиціонування діяльності підприємств. Недостатньо дослідженими залишаються процеси формування асортиментної політики, розробка механізмів використання комунікаційної та цінової політики для соціально-економічного розвитку підприємств. Виникла об’єктивна необхідність подальшого дослідження процесів позиціонування діяльності підприємств на ринку у маркетинговому середовищі, здійснення критичного аналізу та розробка напрямів і засобів їх удосконалення.

Метою дослідження є обґрунтування та розробка сучасних підходів до стратегії позиціонування маркетингової діяльності підприємств на ринку.

Об'єктом дослідження є процес дослідження стратегії позиціонування маркетингової діяльності підприємств.

Предметом дослідження є теоретичні, методологічні та практичні аспекти стратегії позиціонування маркетингової діяльності підприємств.

Стабільне положення на ринку, робота з покупцем задля задоволення його потреб вимагає застосування стратегії позиціонування маркетингової діяльності від підприємств як виробничої, так і збутової сфери. Дана стратегія допомагає підприємствам ефективно погоджувати ресурси з цілями, а цілі - із запитами покупців, уникати стихійності та істотно зменшувати ризики. Спрямованість підприємств на маркетингову орієнтацію дозволяє підприємствам виживати та розвиватись у конкурентному середовищі, утримуючи або розширюючи певну ринкову частку. Безумовно, впровадження стратегії позиціонування в маркетингову діяльність підприємств вимагає спеціалізованих служб і форм, але при правильному використанні інструментів маркетингу, ефективній реалізації комплексної системи маркетингової діяльності, витрати на стратегію позиціонування повністю відшкодуються. Разом з тим стратегія позиціонування як сучасна парадигма ведення підприємницької діяльності поєднує у собі цілу низку засобів просування підприємств до успіху.

Створення та зміцнення позитивного іміджу підприємств, підвищення їх конкурентоспроможності та конкурентоспроможності товарів, що ними реалізуються, за рахунок залучення вітчизняних і зарубіжних інвестицій, розширення товарної інфраструктури, підтримка в просуванні товарів до покупців, акумулювання товарного та територіального брендів створюють особливу цінність придбання товарів для покупців. Стратегія позиціонування вимагає постійного перегляду технологій маркетингу у прийнятті рішень про купівлю товарів покупцями, взаємозалежність ринків та підприємств, що виникає внаслідок глобалізації.

Глобалізація ринків змушує постійно орієнтуватися на зміну переваг локальних покупців, оцінки рівня залученості покупців у світовий та вітчизняний ринки за допомогою інформаційної системи Інтернет та інших засобів масової інформації, посилення конкуренції глобальних брендів і т.п. Підприємства розглядаються вже не як самостійні утворення, а як єдиний, спільний ринок, на якому відбувається формування поведінки покупця.

Розвиток стратегії позиціонування щодо поведінки покупців на підприємствах обумовлено декількома тенденціями:

1. Постійно підвищується інтенсивність конкурентної боротьби, збільшується диференціація товарів, зростають труднощі у просуванні товарів.

2. Інформаційна революція, що виражається в різкому збільшенні кількості інформації та необхідних для покупця знань, призвела до того, що людський мозок не справляється і перестає нормально сприймати навіть потрібну для нього інформацію.

3. Зміни у свідомості та поведінці покупця, який стає менш раціональним і більш емоційним [3, с.15].

При цьому стратегія позиціонування розглядає процеси, які пов'язані з діяльністю підприємств, що складаються під впливом об'єктивних і суб'єктивних факторів і одержують відображення через систему маркетингової інформації. Дані процеси відносяться до багатопланових та аналізують такі питання як: визначення маркетингових можливостей і проблем; розробка, вдосконалення та оцінка маркетингових дій; моніторинг ефективності маркетингових дій; встановлення зв'язку покупця і суспільства з підприємством за допомогою необхідної і достовірної інформації; виявлення проблем, пов'язаних з маркетинговою діяльністю підприємства.

Кожне підприємство самостійно визначає для себе стратегію позиціонування, виходячи з власних інтересів. Охоплення широкого спектру напрямів стратегії позиціонування залежить від конкретних умов: ситуації на ринку, загальної маркетингової стратегії підприємства та його спеціалізації.

Формування стратегії позиціонування зумовлює необхідність сучасного стану висококонцентрованих і монополізованих товарних ринків України, з'ясування природи й визначення чинників, що спричиняють перешкоди (бар'єри) та ускладнюють вихід нових підприємств на ці ринки за умов трансформаційних процесів. Дослідження проблеми формування конкурентного середовища й передумови визначення бар'єрів потребує аналізу взаємодії монопольних і конкурентних елементів економічних відносин, що виявляються в економічному просторі та мають обумовлений характер маркетингової діяльності підприємств.

Відтак, вибір стратегії позиціонування маркетингової діяльності підприємств залежить від таких факторів як інвестиційний потенціал; специфіка ринку, на якому функціонують підприємства; особливості ринкової конкуренції (рівень концентрації ринкової влади, використання методів конкуренції і т.п.); масштаби та сила державного втручання в функціонування ринку.

Умови зовнішнього середовища діяльності підприємств повинні бути такими, щоб сформувати високий інтерес до пошуку стратегії позиціонування іміджу та розвитку на ринку. При цьому до основних проблем науковці відносять, перш за все, визначення привабливого товарного асортименту. Торговельні марки, які використовують підприємства, повинні мати підтримку у покупців. Зменшення масштабів асортименту товарів означає втрату масовості, яку саме цінують сьогодні покупці. Масовість використання товару виступає важливим елементом «емоційного блоку» товару. Втрати масовості та навіть відчуття цієї тенденції покупцями можуть перетворюватися на каталізатор зміни у споживацьких перевагах [1, с.32]. Як результат, покупці підприємства отримують змогу переходити до альтернативних пропозицій інших підприємств, а це, у свою чергу, призведе до втрати ринкової конкурентоспроможність.

Другою проблемою є підбір висококваліфікованого персоналу. Ефективність маркетингової діяльності значно залежить від рівня кваліфікації ключових осіб підприємства. Саме вони мають формувати необхідність використання конкретних зовнішніх факторів вирішення важливої для підприємств проблеми з підвищення ефективності діяльності. Персонал безпосередньо втілює ідеї стратегії позиціонування маркетингової діяльності підприємств та сприяє формуванню високих конкурентних переваг на ринку.

До третьою проблеми відносять основні фонди, зокрема наявність сучасного торговельно-технологічне обладнання та устаткування. Вони є достатньо складними з точки зору забезпечення важливих позицій товарної пропозиції підприємств. Фактор типовості безпосередньо поєднується з фактором специфічності, а саме тими технологічними нюансами, на яких може триматися вся ідея особливості стратегії позиціонування.

При забезпеченні контролю торговельно-виробничих процесів у підприємств виникає четверта проблема. Вона пов’язується з питаннями як виробничого та управлінського контролю, так і контролю щодо організації обслуговування покупців. Суть проблеми полягає у тому, що особливість питання обслуговування покупців потребує відповідних маркетингових інструментів щодо управлінського контролю та забезпечення застосування стратегії позиціонування діяльності підприємств на ринку.

Практика функціонування підприємств на ринку доводить, що їхня діяльність не може обходитись без інновацій. Покупцям подобаються зміни та в цілому вони орієнтовані на прийняття змін як принципових, так і еволюційних. Інноваційна політика створює необхідні передумови для успішного формування стратегії позиціонування маркетингової діяльності підприємств та має будуватися на нових комунікаційних елементах. Перехід до них є достатньо великим ризиком і потребує часу для того, щоб підприємства знаходили та завоювали своїх покупців. Відтак, стратегія позиціонування створює і нові можливості, і нові загрози для маркетингової діяльності підприємств. Зміна значення, структури ризиків є іманентним явищем для будь-якого змінного підприємницького середовища [2, с.75]. Зміни у зовнішньому середовищі викликають зміни у мірі адаптованості підприємств до певної стратегії позиціонування та до його нових умов функціонування, а також вимагають від керівництва підприємств здатності постійно здійснювати ефективний моніторинг своїх внутрішніх можливостей. При цьому торговельні технології, товарні особливості зберігаються, але виникає ризик появи новацій з боку конкурентів, що потребує впровадження й відповідної стратегії позиціонування діяльності на ринку.

Отже, стратегія позиціонування є достатньо складною системою взаємовідносин в маркетинговій діяльності, формування яких відбувається як ефективне рішення маркетингових заходів підприємств. Чим тісніше відбувається це узгодження, тим стабільнішою і ефективнішою буде стратегія позиціонування як джерело шансів для підприємств щодо конкурентоспроможності та розвитку діяльності на ринку.

Список використаних джерел:

1. Дидківська Л. Л. Розвиток власних торговельних марок у конкурентному процесі. *Маркетинг в Україні*. 2012. №2. С. 30-36.

2. Лабурцева О.І. Ризики в маркетингу : підручник. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т. 2019. 476 с.

3. Примак Т.О. Стратегії позиціонування у теорії маркетингу. *Маркетинг і менеджмент інновацій.* 2012. №1. С. 13–20.

УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ПОЛІТИКОЮ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ МАРКЕТИНГОВОЇ ОРІЄНТАЦІЇ

Стрижеус В., 2 курс (ОС «магістр»), ЧТЕІ КНТЕУ
Спеціальність «Маркетинг»
Наук. кер. – Лошенюк О. В.

У статті охарактеризовано сутність збутової політики підприємств, зазначені заходи та маркетингові рішення для формування ефективної збутової політики, проаналізовані проблеми управління збутовою політикою та методи стимулювання збуту. Визначені етапи розробки плану управління стимулюванням збуту товарів підприємств.

The article describes the essence of the sales policy of enterprises, measures and marketing solutions for the formation of effective sales policy, analyzes the problems of sales policy management and methods of sales promotion. The stages of development of the plan of management of stimulation of sale of the goods of the enterprises are defined.

Актуальність даної теми полягає в тому, що в сучасних економічних умовах важливість і необхідність ефективної збутової політики обумовлена посиленням конкуренції, коливанням цін на товари, що мають нині тенденцію до зростання, недостатньою інформованістю споживачів про підприємство. Керівникам підприємств потрібно вкладати значні кошти в просування наявних товарів і створення принципово нових. Правильно організована збутова діяльність дозволяє підприємствам підтримувати стабільний рівень продажів товарів та своєчасно задовольняти потреби різних груп споживачів, а також продовжувати розвиватися на ринку.

Метою статті є обґрунтування необхідності управління збутовою політикою підприємств в умовах маркетингової орієнтації.

Об'єктом дослідження є сукупність теоретичних та практичних аспектів управління збутовою політикою підприємств.

Предметом дослідження є процеси, що впливають на управління збутовою політикою підприємств.

Дослідженнями питань збуту товарів присвячені праці В.В. Апопія, О. В. Біловодської, О.Г. Вдовіченої, І.Р. Лошенюк, Ю. П. Митрохіної, В. Н. Парсяка, В. В. Холод та інших. Поряд з тим проблеми управління збутової політики підприємств в умовах маркетингової орієнтації потребують подальшого вивчення.

Науковці та практики у своїх дослідженнях по-різному визначають поняття збуту та збутової політики підприємств. Так, деякі з них розглядають збут як процес фізичного переміщення товару й ототожнюють його з поняттями «розподіл» і «товарорух» [1].

Інші автори розглядають збут як процес взаємодії з покупцем вважаючи, що збут представляє собою безпосереднє спілкування продавця та покупця [2]. Разом з тим науковцями зазначається, що суть збутової діяльності в узагальненому розумінні полягає в тому, що це є процес просування готової продукції на ринок та організації товарного обміну з метою отримання підприємницького прибутку [3].

Існують погляди, які вкладають однаковий зміст у поняття «збут» і «збутова політика». Так вважається, що збутова політика в системі маркетингу є організованим процесом поетапного руху товарів [4 с. 19]. На нашу думку, управління збутом виступає системою елементів і дій, які забезпечують ефективний продаж товарів та задоволення потреб покупців.

Відтак, управління збутовою політикою можна розглядати як сукупність взаємопов'язаних елементів діяльності, спрямованих на задоволення потреб споживачів шляхом оптимального використання потенціалу підприємства і забезпечення на цій основі ефективності продажу товарів. У свою чергу, маркетингова збутова політика передбачає сукупність збутових стратегій (позиціювання товару, стратегії охоплення ринку) і комплекс управлінських заходів та рішень підприємств, спрямованих на кінцевих споживачів товарів.

Розроблення заходів управління збутовою політикою повинно складатись з виконання послідовних етапів. Зокрема, визначення цілей управління збутовою політикою: проникнення на новий ринок, збільшення обсягів реалізації та його розширення, пошук нових учасників каналу, оптимізація системи товароруху і т.п. При цьому вони мають відповідати цілям маркетингової стратегії підприємств.

Керівництву підприємств необхідно визначитись з вибором системи збуту, яка може бути одноканальною чи багатоканальною; традиційною, горизонтальною чи вертикальною. Обов'язково потрібно прийняти рішення про види каналів збуту і кількість рівнів, тобто типів посередників, які слід застосовувати. Важливо встановити їх взаємодію, виходячи з умов забезпечення цілей управління збутовою політикою підприємств. Водночас має відбуватись розподіл функцій між учасниками каналів, які будуть задіяні у збуті товарів з огляду на їх можливості, репутацію, фінансовий стан тощо. Ухвалення рішення про доцільність надання учасникам каналів виключного або переважного права збуту відбувається після переконання кандидатів стати учасниками системи збуту та їх мотивації, розгляду альтернативних варіантів структури. Управління збутовою політикою та всі операції, що відбуваються з товарами, повинні бути документально оформленні. Особлива увага має звертатись на вибір методів управління каналами збуту.

Вагоме значення при формуванні збутової політики підприємств відводиться вибору методів взаємодії зі споживачами та їх удосконаленню. При цьому необхідно визначити розмір та структуру витрат на обслуговування споживачів, обрати оптимальний варіант розрахунку витрат у розрізі основних напрямків реалізації збутової політики підприємства, придбання необхідного обладнання та устаткування, навчання персоналу тощо.

Управління збутовою політикою передбачає прийняття відповідних маркетингових рішень: розробки системи цілей у сфері збуту, вибору цільового ринку, встановлення методів збуту, розробки стратегії збуту, визначення місця, часу і способу виходу на ринок, запровадження заходів стимулювання збуту і визначення додаткових послуг.

Функціонування підприємств у сучасних умовах ринкової економіки вимагає своєчасної адаптації управління збутовою політикою до змін зовнішнього середовища. При цьому у підприємств виникають проблеми з інформаційним забезпеченням у зв'язку з низькою оперативністю отримання даних, а іноді навіть неможливістю ознайомлення з необхідною інформацією про стан зовнішнього середовища. Разом з тим інформаційні системи торговельних підприємств характеризуються спрямованістю на внутрішнє середовище (показники фінансово-господарської діяльності, технології продажу та просування товарів, організацію маркетингової діяльності підприємств і т.п.). Інформація про стан та динаміку зовнішнього середовища зазвичай є неповною, несвоєчасною і, як наслідок, неактуальною.

Управління збутовою політикою вимагає створення надійної системи інформаційного забезпечення, у зв'язку з чим підприємствам необхідно визначити обсяги та структуру інформації, вибрати методи та джерела її збору, розробити ефективну систему обробки, передачі та збереження інформації, створити умови для ефективного використання інформації у процесі стратегічного управління збутом.

Велика проблема полягає у організації раціонального управління збутовою політикою підприємств, оскільки у більшості з них не здійснюється планування збутової політики, а також аналіз та контроль реалізації встановлених планів. Вирішення даної проблеми передбачає подолання психологічних бар'єрів менеджерами всіх рівнів управління щодо необхідності використання маркетингового підходу до управління збутовою політикою і проведення відповідних стратегічних змін. Нестабільний стан зовнішнього середовища вимагає від керівництва підприємств прийняття гнучких управлінських рішень; підвищення компетентності персоналу, що займається управлінням збутовою політикою; забезпечення відповідності організаційної структури управління встановленим цілям та вибраним стратегіям збуту; використання маркетингового інструментарію в управлінні збутовою політикою [2, с. 35].

Суттєвою є проблема використання кваліфікованого персоналу в управлінні збутовою політикою. Для цього підприємствам необхідно постійно підвищувати кваліфікацію персоналу за допомогою навчання у вишах, стажування у провідних установах, участі у навчальних тренінгах тощо; залучати провідних фахівців у сфері управління збутовою політикою до роботи підприємства; систематично здійснювати оцінку й атестацію збутового персоналу.

На діяльності підприємств відображається і дефіцит коштів у підприємств для проведення необхідних стратегічних змін у системі управління збутовою політикою. В умовах інфляції підприємства не ризикують вкладати грошові кошти у стратегічну організацію збуту, оскільки не впевнені у перспективі діяльності. Однак сучасні умови господарювання характеризуються певним розширенням можливостей для підприємств щодо отримання кредиту у банках, що дозволить вирішити зазначену проблему. Цілі управління збутовою діяльністю мають виходити з місії підприємства, бути кількісно виміряними та обмеженими у часі. Пріоритетне значення при цьому повинні мати стратегічні цілі.

Для завоювання стабільної позиції на ринку серед конкурентів, торговельним підприємствам також потрібно налагоджувати взаємовигідні стосунки з покупцями, постачальниками та контактними аудиторіями, встановлювати рівновагу між внутрішнім та зовнішнім середовищем.

Водночас стимулювання збуту охоплює всі заходи, що доповнюють рекламу й особистий продаж, і спрямовується на прискорення та збільшення продажу конкретного товару, на посилення відповідної реакції ринку. Стимулювання збуту використовує різноманітні засоби активізованого впливу, здатні прискорити чи посилити відповідну реакцію ринку. Об'єктом уваги виступають покупці (споживачі), посередники і торговельний персонал підприємства. Засоби стимулювання збуту щодо кожного з них, як правило, різні.

Завданням стимулювання споживачів є заохочення інтенсивнішого використання товару, купівлі його в більшій розфасовці, спонукання споживачів, які не користуються товаром, випробувати його, залучення до певного товару тих, хто купує товари конкурентів.

Стимулюванням збуту стосовно посередників являється заохочення їх на включення нового товару до свого асортименту, підтримання більш високого рівня запасів товару і пов'язаних з ним виробів, протидія заходам стимулювання конкурентів, формування у роздрібних торговців прихильності до марки і проникнення зі своїм товаром у нові роздрібні торговельні підприємства.

Стимулюванням власних продавців виступає заохочення підтримки ними нового товару чи нової моделі, заохочення до більшої кількості відвідувань ними клієнтів і заохочення до зусиль, спрямованих на підвищення рівня несезонного продажу.

До методів стимулювання збуту підприємства вдаються здебільшого у таких випадках: ринку пропонується товар-новинка; продаж здійснюється переважно методом самообслуговування або

посилкової торгівлі; на ринку панує чиста конкуренція; товар переходить до стадії зрілості; необхідне подальше збільшення збуту; посередники вимагають дедалі більших поступок з боку підприємств-виробників; керівництво підприємства наполягає на засобах стимулювання. Методи стимулювання збуту мають бути ретельно продумані, бо у разі безупинного стимулювання імідж підприємства може постраждати.

Розробка плану стимулювання збуту має відбуватися поетапно. Спочатку визначаються цілі управління збутовою політикою. Ведеться клопітка робота з підготовки загального плану. Ретельно здійснюється вибір видів стимулювання збуту та визначаються відповідальні особи. Важливо правильно розставити пріоритети та провести координацію виконання плану. Завершуватись дана робота повинна оцінкою результатів [4, с. 219].

Разом з тим, управління стимулюванням збуту визначається маркетинговою стратегією, цільовою орієнтацією підприємства, специфікою його товарів, особливостями ринку.

Отже, при використанні маркетингового підходу до управління збутовою політикою необхідно враховувати ключові фактори успіху діяльності торговельних підприємств на ринку, до яких сьогодні належать продумана асортиментна політика, кваліфікований збутовий персонал, заходи стимулювання збуту. Саме від яких залежить позиція підприємства на ринку і результативність його збутової діяльності.

Список використаних джерел:

1. Шереметинська О.В., Гаврилюк О.І. Управління збутовою діяльністю підприємств суб'єктів ЗЕД в сучасних умовах. *Ефективна економіка.* Дніпропетровський аграрно-економічний університет. 2016. № 1.
2. Біловодська О. А. Маркетингова політика розподілу : навч. посіб. Київ : Знання, 2011. 495 с.
3. Балабанова Л.В., Митрохіна Ю.П. Управління збутовою політикою: навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 240 с.
4. Пилипчук В.П., Данніков О.В. Управління продажем: навч. посіб. Київ. нац. економ. ун-т ім. Вадима Гетьмана. Київ: КНЕУ, 2011. 625.

ЗБІРНИК СТУДЕНТСЬКИХ НАУКОВИХ ПРАЦЬ
Чернівецького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

ВИПУСК XXIX

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ
58002, м. Чернівці, Центральна площа, 7

Відповідальна за випуск: *Кравчук Р.В.*

Комп'ютерна верстка та макетування: *Савєльєва Н.С.*

Підписано до друку 24.12.2021 р.
Тираж 70 примірників.

Віддруковано ПВКФ «Технодрук»
(0372) 55-05-85