



Молодіжний економічний вісник ХНЕУ ім. С. Кузнеця № 7–8

Електронний журнал

липень–серпень 2021



ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

**Молодіжний економічний вісник
ХНЕУ ім. С. Кузнеця**

№ 7-8

серпень-липень 2021

Електронний журнал

Виходить раз на місяць

Засновник – ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Видавець – ФОП Лібуркіна Л. М.

Затверджено на засіданні
вченої ради університету
Протокол № 6 від 31.08.2021 р.

Періодичність – щомісяця
Мова видання – українська, англійська, французька,
німецька

Засновано в січні 2015 року згідно з рішенням вченої ради

Редакційна колегія

Пилипенко А. А. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ імені Семена Кузнеця (головний редактор)

Афанасьєв М. В. – канд. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Внукова Н. М. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Дікань Л. В. – канд. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Дороніна М. С. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Дорохов О. В. – канд. техн. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Іванов Ю. Б. – докт. екон. наук, професор Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України

Кизим М. О. – докт. екон. наук, професор Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України

Клебанова Т. С. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Малярець Л. М. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Назарова Г. В. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Орлов П. А. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Попов О. Є. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Пушкарь О. І. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Ястремська О. М. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Поштова адреса засновника:

61166, Україна, м. Харків, пр. Науки, 9а, **Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця**

Головний редактор – **Пономаренко В. С.** Конт. телефон: (057)702-03-04

Відповідальність за достовірність фактів, дат, назв, імен, прізвищ, цифрових даних, які наводяться, несуть автори статей.

Рішення про розміщення статті приймає редакційна колегія. У текст статті без узгодження з автором можуть бути внесені редакційні виправлення або скорочення.

Редакція залишає за собою право їх опублікування у вигляді коротких повідомлень і рефератів.

У разі копіювання чи передрукування матеріалів посилання на електронний журнал обов'язкове.

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єктів видавничої справи ДК № 4853 від 20.02.2015 р.

© Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, 2021



ЗМІСТ

Абакумова Д. Вплив монополій на економіку.....	10
Алфімова А. С. Сучасний стан і перспективи розвитку бухгалтерського аутсорсингу в Україні.....	12
Атанасова А. А. Методи та технології розробки та прийняття управлінських рішень.....	14
Біла Д. М. Теоретичні аспекти розвитку персоналу підприємства.....	15
Білик С. Реакція людей на умови COVID-19.....	20
Біляєва В. О. Рівень безробіття в Україні.....	23
Бабаєв В. І. Світовий досвід використання корпоративної культури.....	26
Балюра А. Р. Особливості бухгалтерського обліку туристичної діяльності.....	29
Белов С. С. Сутність організації логістичної діяльності на підприємстві.....	32
Богаславський К. Б. Відмінності групування статей балансу в різних країнах.....	35
Бондаренко К. С. Сутність креативного обліку.....	37
Борисова П. Є. Особливості процесу планування зовнішньоекономічної діяльності підприємства.....	40
Буй Тхао Мі. Стимулювання праці та мотивація персоналу на підприємстві.....	43
Бурма П. О. Автоматизація бухгалтерського обліку українських підприємств.....	45
Бихун І. С. Механізм і методи управління мотивацією персоналу.....	48
Венедіктова В. В. Інфляція: її види та причини.....	52
Віксман М. О. Економічна безпека України в системі економічної безпеки Європейського Союзу.....	56
Віксман М. О. Економічні та правові засади організації оплати праці в Україні.....	60
Власова А. С. Маркетингові методи підвищення конкурентоспроможності експортної продукції підприємства.....	64
Вовк Д. В. Конкурентні стратегії розвитку туристичного бізнесу.....	67
Водолажченко М. В. Стратегічний аналіз зовнішнього середовища підприємств машинобудівної галузі із застосуванням методу PEST-аналізу.....	70
Водяшина В. В. Роль організаційної культури у розвитку сучасного підприємства.....	74
Волубуєва Ю. В. Заробітна плата як інструмент стимулювання ефективної діяльності працівників.....	77
A. Vologodskaya. The psychology of color in advertising.....	82



Габель А. О. Діагностика рівня кризового стану підприємства за допомогою методу таксономічного аналізу	85
Гаркавий Д. М. Снівак В. Б. Особливості використання світового досвіду соціальної політики в Україні	89
Гізій Д. Р. Таксономічний аналіз для визначення інтегрального показника оцінки фінансового стану ДП «Харківський механічний завод»	93
Гнеушева Т. О. Теоретико-методологічні аспекти управління міжнародною маркетинговою діяльністю	97
Гнилосир Н. Є. Судово-економічна експертиза нецільового використання бюджетних коштів	101
Гражевська С. О. Економічна діагностика підприємств.....	104
Григорова А. О. Екологічні імперативи розвитку експортоорієнтованого підприємства	108
Григор'єва Д. А. Сучасні методи оцінки персоналу.....	110
Гриценко Ю. С. Мотивація праці як фактор підвищення прибутковості підприємства	113
Ruth Gyamfi. Concert of corporate culture at the enterprise	116
Гуржій Ж. Е. Особливості стратегічного управління підприємством на зовнішньому ринку	118
Данник О. С. Зовнішньоекономічні стратегії підприємств: сутність і види	121
Деренська Ю. О. Методичний підхід до оцінювання та аналізу фінансових результатів підприємства.....	124
Доронькіна Д. І. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства на міжнародному ринку	128
Дубініна К. А. Визначення напрямів підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства.....	133
Дубовік М. О. Фактори підвищення якості продукції	137
Єрмоменко О. О. Особливості бухгалтерського обліку ІТ-компаній.....	140
D. Zhdanova. Monopolistic competition: the real examples in the world economy	143
K. Zakotei. Planning method and tools used for development and sale of new products	147
Захарова Н. С. Інноваційна політика України й інших країн світу.....	149
Захарова Ю. С. Прогнозування фінансового розвитку машинобудівного підприємства в матриці фінансових стратегій Франсона–Романе	153
Іванцов Є. П. Вплив криптовалют на світові фінанси	157
Іщенко Д. О. Державне управління та економіка України.....	159



A. Klymenko. Emotional burnout syndrome in today's students	161
Кирилюк Д. В. Просування бізнесу у сучасному світі	166
Козачок Ю. Р. Сучасні форми і системи заробітної плати.....	169
I. Kobzar. Phases of enterprise strategy development	173
Кожевнікова М. О. Стан і тенденції розвитку системи управління маркетингом міжнародних торговельних мереж	176
Коноваленко А. В. Продуктивність праці в Україні та шляхи її підвищення.....	180
Кононенко О.?? Сутність креативного обліку.....	183
A. Korobka. ABC analysis for assortment formation.....	186
V. Korobka. A system of concepts that characterize competitive position and connection between them.....	189
Корольчук М. С. Сутнісна характеристика розвитку підприємства й оцінки його потенціалу	192
Костенко В. В. Стратегії управління трудовими ресурсами підприємства	194
Криворучко О. Є. Зарубіжний досвід формування дохідної частини місцевих бюджетів	199
Куценко А. В. Автоматизація бухгалтерського обліку українських підприємств	202
Легка А. В. Загальна характеристика фінансового та внутрішньогосподарського обліку	205
Лисиця А. О. Особливості безробіття серед молоді у сучасній Україні.....	208
Лобас А. Д. Сучасні проблеми і перспективи розвитку бухгалтерського обліку в Україні	212
Ломакіна Д. О. Деркач К. Р. Економіка швейцарії та особливості її банківської системи.....	214
Лунський А. Я. Стратегічний аналіз підприємств сільськогосподарської галузі.....	217
Лушнікова О. В. Аналіз стратегічного управління ПРАТ «Новокраматорський машинобудівний завод» на основі позиціонування в матриці фінансової рівноваги	221
Лях Д. О. Теоретичні аспекти управління витратами підприємства	225
Малик С. В. Ефективність виробництва, способи її підвищення.....	227
Манченко В. В. Дослідження проблем і перспектив розвитку місцевих бюджетів у сучасних умовах	230
Мартиненко А. О. Мікроекономічні аспекти формування інтелектуального капіталу й іміджу підприємства.....	233
Мещенко Н. Особливості підприємницької діяльності в Україні.....	236



Минтюк М. М. Процес становлення та перспективи розвитку єдиної валютної системи ЄС	239
Мироненко А. С. План рахунків бухгалтерського обліку: призначення, характеристика та зміст	242
Мірошникова В. С. Особливості монетарної політики в Україні	245
Миськів А. П. Фактори впливу на фінансовий стан комунального некомерційного підприємства охорони здоров'я.....	249
Мізітова Д. Е. Заходи з оптимізації руху грошових коштів підприємства	255
Михайлюк С. Характеристика міграції міського та сільського населення в Україні	260
K. Mishnova. Methods for assessing the competitiveness of an enterprise	264
K. Mishnova. Sources of enterprise competitiveness.....	266
Моїсеєнко Ю. О. Судово-економічна експертиза фінансових результатів діяльності підприємства	269
Назарова А. О. Вплив соціальної ізоляції на людський розвиток: аналітична оцінка	271
Насоненко Є. Р. Валютний ринок України: сучасний стан і проблеми	274
Немикіна М. О. Причини поглиблення бідності та напрями її вирішення	277
Ноженко А. О. Тіньова економіка: види, причини, наслідки, шляхи детінізації.....	281
Носова В. Г. Сучасні проблеми та перспективи розвитку бухгалтерського обліку в Україні	284
Овечкін К. В. Обґрунтування заходів щодо зниження рівня конфліктності на підприємстві	287
V. Ođbuniју. Marketing strategy of retail enterprises in crisis.....	289
Осьмачко М. С. Гончаренко Г. А. Стан економіки Норвегії, її найголовніші чинники та роль у світовій економіці.....	293
Очиченко О. Д. Технологія аналізу й оцінки фінансової безпеки підприємства.....	295
Павлик А. С. Трусов Є. В. Вплив фінансової кризи на економіку США	301
Палазюк Д. С. Види господарського обліку: характерні риси та відмінності	304
Паляничко В. О. Статистичний аналіз впливу демографічних факторів на ринок праці в країні	307
Панченко А. Р. Особливості формування міжнародної комунікативної політики підприємства	310



Пащенко М. В. Стратегічне управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства	314
Петько А. А. Перспективи взаємовідносин між державним і місцевими бюджетами	317
Петруніна Ю. О. Міжнародні бренд-стратегії в умовах глобалізації	320
Піліпей В. О. Обґрунтування напрямів зростання доходів від реалізації продукції на основі методу аналізу ієрархії	326
Покорська В. М. Роль посередників у організації діяльності підприємства на світових ринках	331
Поляков-Власенко І. С. Вплив кризових явищ на продуктивність фірм	335
Поляшова А. О. Стратегічний аналіз зовнішнього середовища підприємств машинобудівної галузі за допомогою методу PEST-аналізу	339
Проценко А. О. Особливості інвестиційної діяльності в Україні	344
Райцева А. І. Застосування таксономічного аналізу для визначення оптимальної структури капіталу ДНВП «Об'єднання комунар»	348
Ржанікова М. О. Тенденції щодо розподілу померлих за окремими причинами смерті в Україні	352
Рибальченко С. О. Проблеми молодіжного безробіття в Україні та шляхи його подолання	354
Розгач О. Аналіз рівня безробіття в Україні: проблеми та шляхи його подолання	357
Романадзе І. Д. Організація зовнішньоекономічної діяльності підприємства	359
Романескул Ю. О. Нерівність і поляризація доходів населення в умовах соціальної кризи суспільства	364
Романескул Ю. О. Тайм-менеджмент як ефективна система управління часом працівників	367
Руденок А. Є. Формування та реалізація бюджетної політики в сучасних умовах	370
Руцька Є. О. Особливості бухгалтерського обліку ІТ-Компаній	373
Савустян В. А. Стан безробіття серед молоді в Україні та шляхи його подолання	375
Самойлова В. О. Особливості впливу податкової політики на ефективність роботи фізичних осіб – підприємців і підприємства	378
Сбітнева С. ?? Процеси діджиталізації економіки України	381
Семенченко Н. Ю. Технологія аналізу фінансових ресурсів підприємства	384
Сиводід А. С. Вплив глобалізації на процеси міжнародної міграції робочої сили	387



Скляренко С. ?? . Аналіз демографічної ситуації в Україні	390
Сліденко К. Л .Формування стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок.	393
Сліченко В. С. Аналіз динаміки валового внутрішнього продукту Сполучених Штатів Америки	397
Собкалова І. К. Банківська система України.....	401
Сорокіна Д. Є. Аналіз рівня безробіття в Україні: проблеми та шляхи його подолання	404
Стасенко С. Д. Аналіз тенденцій інфляційних процесів в Україні та пошук шляхів їх подолання.....	408
Стреляна Н. В. Сучасна проблематика розвитку економіки в Україні	411
Супрун А. О. Стратегія формування фінансових ресурсів на підприємствах агропромислового сектора.....	414
Татьянченко К. С. Факторний аналіз прибутковості ДНВП «Об'єднання комунар»	417
Тімаков К. ?? . Проблеми працевлаштування молоді в Україні та перспективи їх вирішення.....	421
Тимошенко О. В., Лаптев О. О. Імпортована інфляція	425
Тихомирова Д. В. Напрямки удосконалення інструментів митного регулювання в умовах євроінтеграції	429
Тишлек О. Ю. Теоретичні основи конфлікту та шляхи запобігання йому.....	431
Тищенко С. О. Фінансовий кредит як форма залученого капіталу: економічна сутність, процес отримання, погашення, оподаткування та відображення в обліку	436
Тулънева Є. ??? Методи регулювання антимонопольної політики	438
Турецька Е. ??? Конкуренція та екологічний підхід до неї на макрорівні	442
D. Fedorushchenko. The essence and importance of business processes at the company.....	444
Фісай Р. В. Методичний підхід до оцінювання фінансового стану комунального закладу освіти	447
R. Hingston. Planning of marketing activity.....	452
K. Kholodna. International experience of sales activity organisation	454
Хрипун Ю. М. Оцінка платоспроможності та фінансової стійкості селищного бюджету в сучасних умовах	457
Черкашина В. Г. Забезпечення митної безпеки в умовах спрощення митного контролю	461
Черкашина О. В. Механізм нарахування митних платежів при переміщенні через митний кордон України.....	464



Ye. Chornomord. Difference of consumer preferences of zoomers and other generations	467
Чіпак О. В. Аналіз наслідків підвищення мінімальної заробітної плати	470
Чуриліна Г. В. Класифікація факторів впливу на фінансові результати підприємства	473
Шевченко В. О. Порівняння малого підприємництва за кордоном і в Україні	477
Шеноголець А. В. Теоретичні аспекти формування механізму управління прибутком підприємства	480
Шляхова В. Є. Поняття управління маркетингом на підприємстві	482
Шміг І. А. Система мотивації персоналу на підприємстві	485
Шумейко Д. В. Загальна характеристика фінансового та внутрішньогосподарського обліку	488
Яковлева А. С. Розробка заходів із розвитку персоналу підприємства	491



ВПЛИВ МОНОПОЛІЙ НА ЕКОНОМІКУ

УДК 339.13.012.434

Абакумова Д.

Студент 1 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. З'ясовано, що таке монополії. На основі однієї монополії проведено аналіз і з'ясовано їх вплив на економіку, його позитивні та негативні аспекти.

Ключові слова: монополія, конкуренція, економічне зростання, Антимонопольний комітет.

Annotation. It has been clarified what monopolies are. On the basis of one monopoly, an analysis was carried out and their influence on the economy, its positive and negative aspects, was clarified.

Keywords: monopoly, competition, economic growth, Antimonopoly committee.

Постановка проблеми. Ринкова конкуренція увійшла в наше життя зовсім нещодавно (з отриманням незалежності Україною), за нею потрібно добре слідкувати й розвивати добросовісну конкуренцію, оскільки вона забезпечить науково-технічний й економічний прогрес, ефективний розподіл ресурсів. У 90-ті роки в Україні була трансформаційна криза. Саме ті галузі, де склалися добрі конкурентні відносини, швидше вийшли з кризи. Тому зараз, у період значної економічної кризи, конкуренція може допомогти в економічному зростанні. Але існує багато перешкод, зокрема існування монополій, які є головним ворогом конкурентних відносин. Тому потрібно розуміти, як монополії впливають на економіку та які заходи потрібно здійснити, щоб зменшити їх вплив.

Метою статті є аналіз впливу монополій на економічну систему та можливі заходи щодо його ослаблення.

Основні результати дослідження. Монополія – це окремі підприємства, об'єднання підприємств, господарські товариства, які виробляють значну кількість продукції певного виду і таким чином займають монополієне становище на ринку, впливають на процес ціноутворення, і отримують більш високі (монополієні) прибутки [1, с. 7–8]. Монополія – головний ворог конкуренції, і існування значного рівня монополій може загрожувати економічній системі. Вона прагне отримати владу на виробництві, щоб потім встановлювати більші ціни на ринку. Наприклад, якщо буде існувати тільки одна компанія, де можна купити хліб, то у покупців не буде вибору, вони будуть йти і купувати саме у цієї компанії хліб. Цим вона скористається і зможе підняти ціни за власним бажанням.

Монополія як ідеальний тип ринкової поведінки економічних суб'єктів на практиці зустрічається дуже рідко, але вона відіграє вагомий роль у економічному розвитку нашої країни. Серед позитивних аспектів існування монополій виділяють:

- стимулювання зниження витрат, економія ресурсів;
- стрімкий розвиток виробництва;
- монополії інноваційно активніше через можливість великомасштабного фінансування;
- заробітна плата на монополістичних підприємствах.

Позитивні аспекти є, але їх не так багато, і вони скоріше є позитивними для самих монополій, а не всієї економіки в цілому.

На прикладі компанії ДТЕК прослідкуємо вплив монополії на економічний ринок. ДТЕК – найбільша приватна вертикально-інтегрована енергетична компанія України. Вона має значний вплив на Бурштинському енергетичному острові і стала там монополією та найбільшим виробником електроенергії (десь 90 % від загального обсягу електроенергії). За даними таблиці подивимося на ситуацію вироблення електроенергії на Бурштинському енергетичному острові.



Таблиця 1

Вироблення електроенергії на Бурштинському енергетичному острові [2]

Виробник електроенергії	Встановлена потужність, МВт	Частка від загальної встановленої потужності, %	Потужність, що використовується, МВт	Виробіток, тис. кВт·год / місяць (план 2019)
Бурштинська ТЕС (ДТЕК)	2334	88,1	1000	700 000
Калуська ТЕЦ	200	7,6	60	36 800
Дрогобицька ТЕЦ	17	0,6	10	6 133
Сонячні ЕС	50	1,9	50	4 380
Вітрові ЕС	34	1,3	34	5 460
Гідро ЕС	13	0,5	13	5 694
Разом	2648	100	1167	758 467

На прикладі ДТЕК можна переконатися, що монополія дійсно має значний вплив на ринок і виробляє велику частину енергії.

Історично Бурштинська ТЕС створювалась як базова генерація регіону Східної Європи, а інтеграція її потужностей з Європою змогли б принести Україні доходи від експорту електроенергії до Румунії, Угорщини, Словаччини.

Таким чином, в Україні би з'явилась можливість вкладення коштів у соціальні й інфраструктурні проекти, розвивати економіку її західних областей, але цього не зробили. До того ж, якщо б Бурштинська ТЕС підтримувала б нормальне господарювання, то вона була би здатна забезпечити Західний регіон електроенергією за нормальною ціною.

Але замість того, щоб зробити адекватні ціни, вони їх завищили, не обґрунтувавши це з економічної точки. Незважаючи на закон «Про ринок електричної енергії», прийнятий у квітні 2017 р. (набув чинності з 01.07.2019) [5], який мав на меті створити ефективний та конкурентний ринок електричної енергії, ДТЕК продовжував диктувати свої правила. ДТЕК намагається зупинити імпорту електроенергії зі Словаччини, Угорщини та Румунії, щоб зберегти монополю високі ціни на ринку. Діяльність цієї монополії негативно впливає на ринок, бо через високі ціни страждають споживачі.

Також відомо, що в липні 2019 року протягом мінімальних навантажень ДТЕК зменшувала об'єми електроенергії, яку пропонувала. Це призвело до зростання обсягів продажів на ринку за завищеними цінами.

Отже, проаналізувавши діяльність монополії ДТЕК, можна зазначити такі негативні аспекти:

- придушення конкуренції, яка є визначною для економічного прогресу;
- для забезпечення більших прибутків зменшення об'єму товару та підвищення його ціни;
- уповільнення НТ прогресу;
- хижацьке використання природних ресурсів і забруднення довкілля;
- розорення малого та середнього бізнесу;
- вплив на свідомість населення за допомогою монополізованої інформації.

Діяльність монополії ДТЕК помітив Антимонопольний комітет, який відкрив на неї справу через зловживання своїм монополюючим положенням.

Взагалі Антимонопольний комітет відіграє важливу роль у боротьбі з монополіями. Його головним завданням є дотримання законодавства про захист економічної конкуренції, запобігання і виявлення порушень [4]. Він вже відкрив справу і оштрафував багато підприємств, зокрема, ПриватБанк, Укртелеком, Київстар тощо [3].

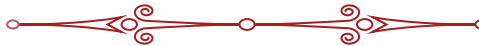
Отже, сьогодні монополії мають значний вплив на економіку та ринок. На жаль, він більш негативного характеру, ніж позитивного. Існування і діяльність монополій загрожують розвитку конкуренції, уповільнення науково-технічного прогресу, сприяють розоренню малого та середнього бізнесу, що погано відобразиться на економічному розвитку.



Тому однією з головних задач країни є боротьба з монополіями, зменшення їх впливу, сприяння розвитку чистої конкуренції, прийняття необхідних мір, штрафування монополій за зловживання своїм становищем за для швидкого економічного розвитку.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пивавар І. В.

Література: 1. Пінкевич К. Р. Теорія та практика реалізації антимонопольної політики в Україні. URL: http://dspace.wupu.edu.ua/bitstream/316497/2330/1/Pinkevich_F-21_Kursova.pdf. 2. Як монополія ДТЕК в електроенергетиці знищує економіку Західної України // Бизнес Цензор. URL: https://biz.censor.net/resonance/3158426/yak_monopolija_dtek_v_elektroenergetits_znischu_ekonomku_zahdno_ukrani. 3. 10 крупнейших монополий Украины // Sostav.ua. URL: <https://sostav.ua/publication/10-krupnejshikh-monopolij-ukrainy-69791.html>. 4. Антимонопольний комітет. URL: <https://amcu.gov.ua/pro-nas/zavdannya-ta-povnovazhennya>. 5. Про внесення змін до деяких законів України щодо удосконалення умов підтримки виробництва електричної енергії з альтернативних джерел енергії : Закон України від 21.07.2021 810-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/810-20/#Text>.



СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БУХГАЛТЕРСЬКОГО АУТСОРСИНГУ В УКРАЇНІ

УДК 336.221

Алфімова А. С.

Студент 2 курсу
факультету фінансів і обліку ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті розкрито економічну сутність поняття «аутсорсинг» і проаналізовано сучасний стан аутсорсингової діяльності в Україні. Досліджено особливості застосування бухгалтерського аутсорсингу вітчизняними підприємствами. Виявлено основні проблеми, які перешкоджають активному розвитку аутсорсингу бухгалтерської діяльності. Запропоновано перспективи розвитку ринку бухгалтерського аутсорсингу в Україні.

Ключові слова: аутсорсинг, бухгалтерський аутсорсинг, бухгалтерський облік, аутсорсингова компанія.



Annotation. The article reveals the economic essence of the concept of «outsourcing» and analyzes the current state of outsourcing in Ukraine. Peculiarities of application of accounting outsourcing by domestic enterprises are investigated. The main problems that hinder the active development of accounting outsourcing have been identified. Prospects for the development of the accounting outsourcing market in Ukraine are proposed.

Keywords: outsourcing, accounting outsourcing, accounting, outsourcing company.



В умовах стрімкого розвитку інформаційних технологій в усіх сферах суспільної діяльності стало можливим надання бухгалтерських послуг на віддаленому обслуговуванні. Як наслідок, обмін інформацією відбува-



ється в електронній формі за допомогою хмарних сховищ чи електронної пошти, що в епоху пандемії COVID-19 є безперечною перевагою.

В окремих випадках ведення бухгалтерського обліку фахівцями аутсорсингової компанії дозволяє не тільки підвищити якість та достовірність звітності, а й скоротити витрати на утримання бухгалтерії. Саме аутсорсинг дає змогу підприємствам зростати, скорочуючи фонд оплати праці та накладні витрати. Це, своєю чергою, дає можливість зосередити увагу на основній діяльності, оптимізувати структуру компанії та збільшити її конкурентоспроможність.

Значний внесок у дослідження проблем і напрямів розвитку бухгалтерського аутсорсингу здійснили багато вітчизняних і зарубіжних учених, серед яких: Ж.-Л. Бравар [1], Н. А. Глигало [2], Т. Г. Савченко [3], А. О. Сاینчук [4], Р. А. Слав'юк [5] та ін. Однак, враховуючи ситуацію, що склалася в Україні і світі у зв'язку з пандемією COVID-19, ще довго актуальним буде залишатися пошук нових підходів до вирішення питань, пов'язаних із наданням послуг аутсорсингу бухгалтерського обліку.

Метою статті є аналіз сучасного стану ринку аутсорсингових послуг в Україні, визначення основних проблем бухгалтерського аутсорсингу та шляхів їх подолання.

За визначенням українського вченого Р. А. Слав'юка [5, с. 342], аутсорсинг – це передача компанією частини своїх завдань або процесів стороннім виконавцям на умовах субпідяду. Історично аутсорсинг вперше був визнаний як бізнес-стратегія в 1989 році, хоча його інструментарій був використаний набагато раніше протягом 70-х років в автомобілебудівній галузі [1, с. 26]. Спочатку його використовували в таких сферах послуг, як логістика і готельний сектор, проте пізніше все більшу важливість аутсорсинг набув у сфері залучення людських ресурсів (HR), високотехнологічної індустрії (IT) та фінансових послуг.

Щодо України, то привабливість аутсорсингу серед вітчизняних підприємств постійно зростає. Станом на 2020 рік країна посіла 42-ге місце в глобальному рейтингу аутсорсингової привабливості (Global Services Location Index, GSLI) [6], який включає 60 країн.

Порівняно з попереднім роком Україна піднялася на чотири позиції, що зумовлено збільшенням витрат на інфраструктуру, покращенням показників ділового середовища та зниженням витрат у категорії доступності персоналу. Крім того, у 2020 році більше 20 аутсорсингових компаній були включені до рейтингу Міжнародної асоціації IAOP «The Global Outsourcing 100» [7], який містить найкращих у світі постачальників аутсорсингових послуг. Серед найуспішніших з них варто зазначити AMC Bridge, Ciklum, Eleks, Infopulse, Sigma Software тощо.

Сьогодні в Україні стрімко зростає значення аутсорсингу бухгалтерських послуг, який являє собою передачу підприємством права ведення бухгалтерського обліку стороннім фахівцям, які мають необхідні знання, досвід та технічне оснащення.

Відповідно до Закону України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні» [8] підприємство самостійно обирає форми організації бухгалтерського обліку, а отже, компаніям не забороняється передавати його ведення стороннім організаціям, укладаючи відносини з фірмою-аутсорсером у рамках договору надання бухгалтерських послуг, а не на підставі трудового договору, як зі штатним бухгалтером.

Зараз в Україні нараховується близько 80 % представників малого і середнього бізнесу, які вдаються до послуг бухгалтерського аутсорсингу [2, с. 116]. І якщо декілька років тому такими послугами в нашій країні користувалися, насамперед, представництва іноземних компаній, то сьогодні до послуг аутсорсерів усе частіше звертаються вітчизняні суб'єкти підприємницької діяльності. Це пов'язано з тим, що зростаюча конкуренція змушує їх підвищувати ефективність виробництва і скорочувати витрати, а жорсткість адміністрування у сфері податків ускладнює форми обліку та звітності для бізнесу, одночасно збільшуючи розмір штрафних санкцій за порушення.

Розглянемо процедуру отримання послуги бухгалтерського аутсорсингу українськими підприємствами [4, с. 137]:

1. Між замовником і виконавцем укладається договір про надання аутсорсингових послуг з ведення бухгалтерського обліку.
2. Замовник, за умовами договору, зобов'язаний надати первинні документи, як правило, строком до 5 числа наступного за звітним місяця для своєчасної їх обробки.
3. Виконавець аналізує та вносить первинні документи в електронну бухгалтерську програму, наприклад, «1С: Бухгалтерія».



4. У період надання послуг виконавець фіксує та відображає в обліку всі господарські операції, що визначені договором за звітний період.

5. За результатами звітного періоду виконавець формує фінансові результати, складає і подає фінансову, податкову та статистичну звітність (як правило, за допомогою програмного забезпечення «ME.doc»).

Окрім того, сучасні технології дають можливість аутсорсинговій компанії отримувати інформацію про підприємство не тільки безпосередньо з банківського сервера, а й за допомогою систем електронного документообігу – від контрагентів замовника.

Таким чином, бухгалтерський аутсорсинг включає в себе різні організаційні і функціональні аспекти: реєстрація новоствореного підприємства, консультування з питань бухгалтерського обліку, аналіз і складання документації, ведення кадрового обліку, обробку і введення даних у бухгалтерську програму, оновлення конфігурацій баз даних, що належать клієнту, відновлення реєстрів бухгалтерського обліку за минулий період та відновлення первинних документів, роботу з податковими органами, ведення бухгалтерського і податкового обліку, складання податкової та фінансової звітності тощо [3, с. 8]. Аутсорсинг бухгалтерії може бути як довготривалим, так і короткотривалим, здійснюватися як на самому підприємстві, так і через використання технологій передачі даних.

Прогнозуючи перспективи подальшого розвитку ринку бухгалтерського аутсорсингу в Україні, можна припустити, що він буде пов'язаний з розвитком електронного документообігу, розробкою законодавчої бази, яка регулює взаємовідносини з аутсорсингу, автоматизацією бухгалтерського обліку і використанням «Інтернет-бухгалтерій» на віддаленому доступі із застосуванням WEB-інтерфейсу і хмарних технологій.

Таким чином, в умовах сучасної економіки бухгалтерський аутсорсинг є прогресивним інструментом, що дозволяє підприємству-замовнику позбутися «рутинної роботи». А отже, компанія може зосередити відповідні організаційні, фінансові та людські ресурси на розвитку власного бізнесу, нових напрямків діяльності, або навпаки – сконцентрувати зусилля на поточних питаннях, що вимагають підвищеної уваги.

Бухгалтерський аутсорсинг в Україні займає меншу частку у сфері фінансових послуг, ніж у країнах Західної Європи та США. Проте останнім часом набуває усе більшої популярності, адже підприємства сьогодні у виборі форми організації бухгалтерського обліку застосовують економічний підхід. Підрахувавши кошти, які необхідно витратити на фонд заробітної плати бухгалтерської служби, на облаштування приміщення бухгалтерії, на його охорону тощо, все частіше роблять вибір у бік аутсорсингу.

В Україні на ринку фінансових послуг достатня кількість пропозицій аутсорсингових компаній із ведення бухгалтерського обліку. Широкий спектр послуг, що пропонують аутсорсингові компанії, здатні задовольнити потреби замовника не лише фінансового, а й юридичного чи технічного характеру.

За допомогою сучасних технологій і мережі Інтернет є можливість отримувати послуги аутсорсингу, перебуваючи у будь-якому населеному пункті України чи навіть за кордоном. Безконтактна передача даних є беззаперечною перевагою, особливо в умовах застосування карантинних заходів у зв'язку з пандемією COVID-19.

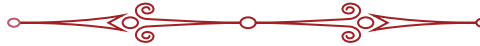
Проте відсутність чіткого законодавчого регулювання аутсорсингу в Україні створює перешкоди його розвитку. Тому подальші перспективи пов'язані, перш за все, з прийняттям відповідних нормативно-правових документів, які б чітко регулювали відносини між аутсорсинговою компанією і клієнтом, а також визначали організаційно-методичні аспекти ведення обліку на засадах аутсорсингу

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Войтко В. В.

Література: 1. Bravar J. L., Morgan R. Effective outsourcing. London : Balance Business Books, 2007. 288 p. 2. Глигало Н. А., Кулик Ю. М., Шинкаренко О. М. Бухгалтерський аутсорсинг в Україні, аналіз і перспективи розвитку. *Облік, аналіз та аудит підприємницької діяльності*. 2020. № 45. С. 110–122. 3. Савченко Т. Г., Ярошина А. О. Консалтинг та аутсорсинг як сучасні інструменти управління підприємством. *Вісник СумДУ*. 2019. № 2. С. 7–12. 4. Саїнчук А. О. Аналіз ринку аутсорсингових підприємств в Україні. *Економічний вісник Донбасу*. 2019. №2. С. 135–144. 5. Слав'юк Р. А., Лапішко М. Л., Білик О. І., Гасюк М. О. Застосування аутсорсингу в діяльності банків. *Теорія та практика розвитку банківської системи*. 2014. С. 341–343. 6. The 2021 Kearney Global Services Location Index. URL: <https://cutt.ly/fb5uwqj>. 7. The 2020 Global Outsourcing 100. URL: <https://www.iaop.org/Content/25/195/5148>.



8. Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.1999 № 966-XIV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text>.



МЕТОДИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ РОЗРОБКИ ТА ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

УДК 005.22

Атанасова А. А.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті розглянуто й узагальнено методи та стадії прийняття управлінських рішень, досліджено сучасні підходи до прийняття управлінських рішень, а також проаналізовано технології розробки та етапи прийняття управлінських рішень.

Ключові слова: управлінське рішення, методи, підходи, технології розробки.



Annotation. The article considers and summarizes the methods and stages of management decision-making, considers modern approaches to management decision-making, as well as considers and analyzes the development technologies and stages of management decision-making.

Keywords: management decision, methods, approaches, technologies of development.



В умовах соціально-економічного розвитку, що склалися в Україні, неефективне використання людських ресурсів, від діяльності яких значною мірою залежить підйом економіки, підвищення добробуту та якості життя громадян, призводить до зниження продуктивності праці, відсутності відповідного прибутку. Ключовим фактором успіху у вирішенні цієї проблеми є мотивація високопродуктивної праці персоналу підприємства шляхом кваліфікованого прийняття результативних управлінських рішень.

Зокрема, питання методів і технології розробки управлінських рішень досліджені в працях К. В. Балдіна, В. І. Варфоломєєва, С. М. Воробйова, Е. П. Істоміна та ін. Найбільш яскравими представниками зарубіжних економістів, які розглядали проблеми організації управлінської праці, є Х. Мінцберг, Л. Дайер, Ф. Тейлор, А. Файоль.

Водночас окремі сторони процесу підготовки, прийняття та реалізації управлінських рішень, особливо з урахуванням формування та розвитку конкурентного середовища в перехідній економіці, у сучасній літературі розглядаються фрагментарно, а запропоновані підходи не враховують повного комплексу завдань з її забезпечення.

В умовах динамічного розвитку ринкової економіки та загострення конкуренції вдосконалення механізмів прийняття управлінських рішень є необхідною умовою життєздатності та ефективного функціонування вітчизняних підприємств на ринку. Сучасні дослідники дійшли висновку, що серед основних аналітичних технологій підтримки управлінських рішень, використовуваних в умовах конкуренції, рекомендовані такі: «What-if ана-



ліз», оптимізаційний аналіз, «Howcan аналіз», кореляційно-регресивний аналіз, аналіз прогнозування на основі трендів тощо [3]. Ці технології є інструментом для раціоналізації та інтенсифікації управлінської діяльності, вони дозволяють вирішувати різноманітні завдання і проблеми конкретної галузі та підприємства, а також знижувати рівень ризику та невизначеності під час прийняття управлінського рішення.

Сам процес прийняття управлінського рішення спирається на значні обсяги інформації, що характеризують поширення, розвиток та економічне значення факторів конкурентного середовища. Лише в результаті своєчасного отримання та повноцінної обробки цієї інформації можна прийняти оптимальне рішення, яке забезпечить ефективну діяльність підприємства та його високу рентабельність. Сучасні напрямки розвитку механізмів і методів управлінських рішень тісно пов'язані з умовами зовнішнього середовища підприємств.

Технологія менеджменту розглядає сам процес прийняття управлінського рішення як ланцюжок трьох стадій: підготовка рішення, прийняття рішення, реалізація рішення. Кожна з цих стадій передбачає виконання комплексу управлінських дій. Наприклад, економічний аналіз ситуації та мікро- та макрорівні, який включає пошук, збирання та обробку інформації та формування проблем, що потребують нагального вирішення, використовуються на першій стадії процесу.

Натомість розробка та оцінка альтернативних рішень та курсу дій на основі багатоваріантних розрахунків, відбір критеріїв вибору оптимального рішення та, врешті-решт, вибір та прийняття найкращого рішення – це завдання другої стадії. Проведення заходів щодо конкретизації рішення та своєчасне доведення його до виконання, контроль за виконанням рішення, необхідні корективи та оцінка отриманого результату характеризують завершальну стадію процесу прийняття управлінського рішення.

Розрізняють методи прийняття рішень, за допомогою яких досягається поставлена мета [2]:

- 1) метод, що базується на інтуїції управлінця, підкріпленій наявністю певного досвіду та суми знань в конкретній сфері діяльності, що й допомагає вибрати та прийняти правильне рішення;
- 2) метод, що ґрунтується на понятті «здорового глузду», коли керівник, приймаючи рішення, обґрунтовує його послідовними доказами, що спираються на накопичений практичний досвід;
- 3) метод на основі науково-практичного підходу, тобто вибір оптимальних рішень на основі переробки значної кількості інформації, яка допомагає обґрунтувати прийняте рішення. Цей метод потребує застосування сучасних технічних засобів.

Питання «який метод обрати для керівника» є одним із найскладніших і найважливіших. Адже для цього необхідна всебічна оцінка самим керівником конкретної обстановки та самостійний вибір. Правила прийняття управлінських рішень або нормативи зазвичай розробляються та встановлюються самими фірмами [5].

Теорія менеджменту виділяє сім сучасних підходів до прийняття управлінських рішень, а саме: системний, комплексний, функціональний, процесний, виробничий, поведінковий, ситуаційний та інтуїтивний. Найбільш актуальним підходом у контексті регіонального розвитку є саме комплексний, який передбачає врахування технічних, екологічних, економічних, організаційних, соціальних, психологічних та інших аспектів управління та їх взаємозв'язок.

Усю технологію прийняття рішень можна умовно поділити на 4 етапи:

1. Виявлення проблеми: передбачає моніторинг поточної ситуації у внутрішньому і зовнішньому середовищі організації; у разі виявлення негативних показників розвитку – чітке формулювання проблеми, що потребує вирішення.

2. Визначення оптимального рішення – другий етап – передбачає визначення критеріїв та обмежень у прийняті рішень, розробку варіантів за умови врахування інтересів усіх зацікавлених сторін. Врахування тих самих інтересів досягається за допомогою соціального діалогу – специфічної форми комунікаційного процесу між двома або більше сторонами в будь-якій сфері життєдіяльності, яка дозволяє дійти консенсусу щодо вирішення питань соціально-економічного розвитку суспільства [4, с. 86].

3. Прийняття компромісного рішення. Як результат успішних консультацій і переговорів щодо наявних обмежень, критеріїв і варіантів усунення проблеми соціально-економічного розвитку має бути прийняте компромісне рішення, яке задовольнятиме всі сторони діалогу. Саме воно і підлягає імплементації.

4. Останній етап – зворотний зв'язок з усіма зацікавленими сторонами, кожна з яких має повідомити про ступінь свого задоволення та про вимірювані результати від реалізації обраного варіанта (якщо можливо зафіксувати кількісні показники). Зворотний зв'язок є необхідною умовою задля підвищення ефективності



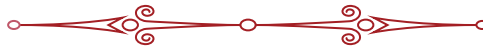
соціального діалогу та вдосконалення технології прийняття управлінських рішень у контексті регіонального розвитку. Він дозволяє виявити помилки, відхилення від запланованих результатів та відкоригувати спільні дії в майбутньому.

Таким чином, сучасна наука пропонує широкий вибір форм, методів та прийомів і в реалізації управлінських рішень у різноманітних умовах. Завдання, яке стоїть перед відповідальним за прийняття остаточного рішення, передбачає максимальне врахування особливостей середовища, забезпечення дотримання принципів і створення необхідних умов для успішної реалізації прийнятого рішення. Отже, процвітання підприємства в остаточному підсумку цілком залежить від міри оволодіння менеджерами досягненнями науки й практики в галузі управлінської діяльності.

Це стосується, насамперед, організації та здійснення процесів управління персоналом і бізнесом, використання техніки управління, якостей управлінського персоналу, їхньої відповідності завданням підприємства, характеру і масштабам бізнесу, динамізму раціоналізації системи управління підприємством, а також умов праці персоналу.

Науковий керівник – старший викладач Нечипорук О. В.

Література: 1. Василенко В. А. Теорія і практика розробки управлінських рішень : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2003. 420 с. 2. Герчикова І. Н. Менеджмент : учебник. Москва : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1995. 480 с. 3. Осовська Г. В. Основи менеджменту: Курс лекцій : навч. посіб. Житомир : ЖІТІ, 1998. 556 с. 4. Колпаков В. М. Теорія і практика прийняття управлінських рішень : учеб. пособие. Киев : МАУП, 2000. 256 с. 5. Теліна В. Ю. Сучасні підходи до розробки та прийняття управлінських рішень в умовах ринкової системи господарювання. *Економічний Вісник Донбасу*. 2011. № 1 (23). С. 132–134.



ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 331.361

Біла Д. М.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті розглянуто сутність і мету розвитку персоналу, наведено, узагальнено та систематизовано основні цілі розвитку персоналу підприємства та їх характеристики, а також розглянуто та проаналізовано основні принципи стратегії розвитку персоналу підприємства.

Ключові слова: персонал, розвиток, потенціал, цілі, принципи, стратегії розвитку.



Annotation. The article considers the essence and purpose of personnel development, presents, summarizes and systematizes the main objectives of personnel development of the enterprise and their characteristics, as well as considers and analyzes the basic principles of personnel development strategy of the enterprise.



Keywords: personnel, development, potential, goals, principles, development strategies.



Однією з найважливіших проблем на сучасному етапі розвитку економіки більшості країн світу є проблема в галузі роботи з персоналом. Ефективна система розвитку персоналу дозволяє оптимізувати управлінську діяльність сучасних підприємств. Одним із найважливіших чинників, що визначають ефективність управління персоналом, є рівень роботи з розвитку персоналу підприємства, саме тому ця тема є досить актуальною на цей момент.

Цією проблематикою займалися такі вітчизняні та зарубіжні науковці, як В. Я. Брич, В. Р. Весніна, Л. С. Винарик, О. М. Вінник, О. Я. Гугул, О. П. Єгоршин, А. Я. Кібанова, А. М. Колот, К. О. Любимова, М. І. Мурашко, Ю. А. Плугіна, І. Я. Сазонець, В. А. Савченко, В. І. Шульга й ін.

Вітчизняні та зарубіжні автори зробили вагомий внесок у вирішення проблем, що розглядаються у статті, проте не вичерпали її. Широке коло питань теоретико-методологічного, прикладного характеру, пов'язаних із розвитком персоналу, не отримало досить повного й системного вирішення та потребують подальшого дослідження.

Розвиток персоналу є найважливішою умовою функціонування будь-якого підприємства. Це особливо актуально в сучасних умовах, коли прискорення науково-технічного прогресу значно прискорює процес старіння професійних знань, навичок і вмінь. Тому стратегія розвитку персоналу стала однією з основних функцій управління персоналом підприємства.

Персонал підприємства – це сукупність постійних працівників, що отримали необхідну професійну підготовку та (або) мають досвід практичної діяльності і забезпечують господарську діяльність суб'єкта господарювання [1].

Таким чином, під розвитком персоналу передбачається ряд заходів, націлених на поліпшення професійних і особистих характеристик всіх співробітників.

Підвищення трудового потенціалу працівників є метою розвитку персоналу, адже майже кожна людина має значний потенціал для особистого та професійного зростання, і з урахуванням подорожчання людських ресурсів виникає гостра необхідність розкрити і задіяти наявний потенціал.

За рахунок заохочення і стимуляції організація відкриває своїм співробітникам можливість підвищувати професійні навички і розвивати особисті якості для вирішення поставлених завдань. Тим самим створюється кадрова система, що складається з висококваліфікованого персоналу, і здійснюється підготовка персоналу на випередження [2].

Розвиток персоналу – це систематичний пошук, спрямований на поліпшення функціонування організації шляхом підвищення цінності трудового потенціалу персоналу.

Головним фактором в управлінні розвитком вважається визначення потреб організації в цій галузі. По суті, йдеться про розкриття невідповідності між професійними знаннями і вміннями (компетенціями), якими зобов'язаний володіти персонал підприємства для реалізації його цілей (зараз і в майбутньому), і тими знаннями і вміннями, якими він володіє в реальності.

Мета розвитку персоналу – підняття трудового потенціалу працівників для вирішення власних питань і завдань у галузі функціонування і побудови організації, при цьому цілі повинні бути [4]:

- чіткими і специфічними;
- орієнтовані на придбання практичних навичок;
- піддаються оцінці (вимірними).

Процес формування цілей повинен бути орієнтований на бізнес-результати і на співробітників.

Висока ефективність розвитку, націленого в першу чергу на результат роботи, досягається в основному за рахунок передачі працівнику знань і умінь, потрібних конкретно для виконання робочих завдань і функцій. Розвиток, спрямований на мотивацію співробітників, традиційно не дає швидких результатів.

Цей розвиток передбачає більше інвестицій у співробітників. На практиці ж мети розвитку базуються на комбінації двох основних факторів. Головні цілі та їх властивості наведені в табл. 1.



Таблиця 1

Основні цілі розвитку персоналу та їх характеристика [3]

Мета	Характеристика мети
Забезпечувати співробітників знаннями і вміннями, необхідними для ефективної роботи	Кваліфікований і досвідчений співробітник, прийнятий в нову компанію, має потребу в навчанні, щоб ознайомитися з нюансами продукції або послуг, що пропонуються компанією, і з власним місцем у бізнес-процесах
Підтримувати професійний рівень персоналу і знайомити його з сучасними досягненнями технології, змінами соціально-економічної обстановки і правових умов	Зазвичай, щоб досягти цієї мети традиційно використовують термін «підвищення кваліфікації». Мета навчання досягається тільки в тому випадку, якщо навчання точно прив'язане до робочого місця і реаліям діяльності певної компанії. Таким чином, співробітник зобов'язаний регулярно оновлювати знання і вміння відповідно до профілю виконуваної роботи і відповідними змінами
Готувати співробітників до можливого заміщення ними колег на час відпустки, хвороби, командировки та в разі звільнення	Для успішної діяльності компанії деяка частина службовців повинна бути навчена навичкам, що дозволяють підміняти відсутніх колег. З числа загальної маси працівників будь-якої компанії є явний відсоток людей з високим потенціалом зростання. Ці люди вважаються «золотим фондом» компанії і забезпечують її вдале поступальний розвиток
Готувати працівників до переміщення або просуванню по службі	У компанії повинна проводитися планова робота з навчання перспективних працівників з метою підготовки їх до ймовірного просування
Створювати і підтримувати у персоналу почуття причетності до діяльності організації, знайомити співробітників зі стратегією, структурою, послугами, технологією діяльності тощо	Для досягнення цієї мети необхідно мати у компанії налагоджений процес комунікацій. Важливі повідомлення про життя фірми можуть передаватися під час планових семінарів для фахівців і керівників. Отже, кожному працівникові потрібні не тільки відповідні знання та вміння, а й систематичне отримання інформації від керівництва для найкращого осмислення процесів, що відбуваються в компанії
Підтримувати в співробітниках позитивне ставлення до роботи	Факт становлення співробітника в компанії, як правило, сприяє поліпшенню його настрою і збільшенню мотивації щодо роботи. Такий підхід означає, що компанія турбується про свої кадри і налаштована на довготривалу співпрацю з ними. Таким чином, для ефективної роботи в компанії навчання необхідно проводити з активною зацікавленістю керівництва, в гарних умовах і в його проведенні краще пряма або непряма участь керівників компаній

Відповідно до цілей А. П. Єгоршин [5] пропонує сформулювати основні принципи стратегії розвитку персоналу:

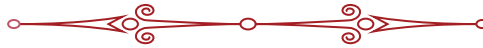
- орієнтація на збалансованість інтересів роботодавця та працівників, формування сприятливих умов збереження, ефективного розвитку працівників і виробництва;
- розвиток виробничої демократії;
- справедливість;
- збалансованість ефективності всіх видів діяльності з відповідним розвитком персоналу;
- комплексність;
- профілактичний характер діяльності;
- страхування ризиків;
- відповідальність персоналу за якість та результативність праці;
- інноваційність у розвитку виробництва та персоналу.

Як наслідок, покращуються соціально-психологічний клімат у структурних підрозділах організації, підвищується мотивація працівників до праці, їхня вірність цілям і стратегічним завданням організації, забезпечується наступність в управлінні, а також знижується рівень плинності кадрів.

Науковий керівник – старший викладач Нечиторук О. В.



Література: 1. Андерсен Э. Как вырастить отличных сотрудников. Превращаем обыкновенных людей в замечательных исполнителей. Москва : Эксмо, 2008. 363 с. 2. Виноградський М. Д., Беляєва С. В., Виноградська А. М. Управління персоналом : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2006. 504 с. 3. Гриньова В. М., Грузіна І. А. Формування мотиваційної стратегії управління персоналом підприємства. Харків : ХНЕУ, 2012. 298 с. 4. Дорони́на М. С., Нау́мик Е. Г., Соловьев О. В. Управление мотивацией : науч. изд. Харьков : Изд-во ХНЭУ, 2006. 240 с. 5. Егоршин А. П. Управление персоналом : учебник. Нижний Новгород : НИМБ, 2005. 624 с.



РЕАКЦІЯ ЛЮДЕЙ НА УМОВИ COVID-19

УДК 351.77:614.46]:330](477)(047.3)

Білик С.

Студент 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У роботі розглянуто епідемію COVID-19 та механізми боротьби з нею, підходи до реагування на кризу. Проаналізовано функціонування управлінської системи в нових обставинах, зміни медичної системи унаслідок розповсюдження коронавірусної інфекції. Розглянуто реакцію людей на умови COVID-19.

Ключові слова: пандемія COVID-19, коронавірусна інфекція, інформаційна варіабільність, екзальтовані та демонстративні риси.



Annotation. In this work reasons the COVID-19 epidemic and the mechanisms to combat it. Crisis Response Approaches. The functioning of the management system in new circumstances has been analyzed. Changes in the medical system due to the spread of coronavirus infection. The reaction of people to the conditions of COVID-19 is considered.

Keywords: COVID-19 pandemic, coronavirus infection, informational variability, exalted and demonstrative features.



Актуальність теми дослідження. Ця тема є актуальною, бо коронавірусна інфекція COVID-19 несе загрозу життю кожної людини світу. Вона змінила поведінку людей, як у повсякденному житті, так і на роботі. Зазнала змін медична система. Вплив обмежень призвів до падіння економіки. З'явилась невизначеність і не впевненість щодо того, що буде далі.

Постановка проблеми. Пандемія COVID-19 стала шоком для національних економік по всій планеті, яка спричинила найбільшу економічну кризу з Другої світової війни. Вона негативно вплинула на психіку та спричинила втрату роботи та фінансові труднощі під час глобальної кризи. Стала викликом для медичної системи в цілому.

Метою роботи є дослідження реакції людей на умови COVID-19 в Україні.

Вклад основного матеріалу. Наразі актуальним є питання найпоширенішого захворювання COVID-19. Відомо, що епідемії SARS і MERS вражали своїми летальними наслідками (на щастя, вони не досягли України), однак наступна епідемія, яка виникла (як офіційно вважають) в китайському місті Ухань у листопаді 2019 р.,



значно перевершила за своїми масштабами всі попередні та змінила життя людей у всьому світі. Нове респіраторне захворювання здобуло назву «коронавірусна хвороба 2019 року» – COVID-19 (Coronavirus disease 2019).

Пандемія COVID-19 змінила весь світ, і Україна не є винятком. Найбільш негативні наслідки через обмеження пересування, самоізоляцію, запровадження режиму карантину у країні відчули такі внутрішньоорієнтовані галузі: транспорт (в першу чергу, авіаційний), туризм (зовнішній і внутрішній), інші послуги (зокрема, організація харчування, спорт, розваги, мистецтво та відпочинок).

В Україні перший випадок захворювання на COVID-19 було зафіксовано в Чернівцях 29 лютого (підтверджено 3 березня) 2020 р. у чоловіка, який прибув з Італії. Відтоді (на початок липня 2020 р.) було зареєстровано понад 52 тис. випадків зараження, з яких близько 1500 виявилися летальними. На квітень 2021 року ці показники суттєво змінилися, на жаль, не в кращу сторону. Так, за даними Центру громадського здоров'я, станом на 25 квітня 2021 року в Україні зафіксовано 7930 нових підтверджених випадків коронавірусної хвороби COVID-19 (з них дітей – 331, медпрацівників – 98). Кількість активних хворих – 410 420 осіб [6].

Проаналізовано розподіл випадків COVID-19 по регіонах України (табл. 1).

Таблиця 1

Розподіл випадків COVID-19 по регіонах України

Регіон	Підтверджені		Зареєстровано померлих		Одужали	
	всього	за добу	всього	за добу	всього	за добу
Україна	2025271	7930	42323	231	1572528	6574
м. Київ	191495	330	4445	30	119802	65
Вінницька	66914	119	1455	3	48277	446
Волинська	55820	228	958	5	46635	152
Дніпропетровська	117500	1034	3179	45	92538	600
Донецька	76593	582	1646	0	57825	147
Житомирська	83047	277	1542	11	64179	130
Закарпатська	59537	34	1499	5	51639	430
Запорізька	93688	252	1807	0	74423	253
Івано-Франківська	83366	65	1928	2	75647	191
Київська	116718	441	2259	20	93786	499
Кіровоградська	17328	186	616	10	10432	12
Луганська	22434	52	674	4	17594	39
Львівська	127137	294	3158	4	95682	267
Миколаївська	61567	350	1545	11	49551	165
Одеська	131112	481	2409	13	94067	334
Полтавська	69316	187	1468	6	58031	11
Рівненська	69712	255	977	4	59227	74
Сумська	71365	409	1079	5	59937	372
Тернопільська	64884	220	1026	5	55043	278
Харківська	132191	954	2579	22	102666	1043
Херсонська	30281	225	874	0	24150	190
Хмельницька	81901	341	1543	8	65159	302
Черкаська	72492	247	957	1	57368	154
Чернівецька	76538	115	1617	9	59079	372
Чернігівська	52335	252	1083	8	39791	48

На рис. 1 бачимо, що динаміка підтверджених випадків захворюваності на COVID-19 та зареєстрованих померлих від ковіду дуже різняться по регіонах. Найвищі показники простежуються в м. Києві (4445 померлих, 119802 одужали) та в Київській області (2259, 93786), далі йдуть регіони з обласними центрами мільйонниками – це Дніпропетровська область (3179 померлих, 92538 одужали), Львівська (3158, 95682), Одеська (2409,



94067) та Харківська (2579 померлих, 102666 одужали відповідно). Регіони з меншим населенням мають менші показники.

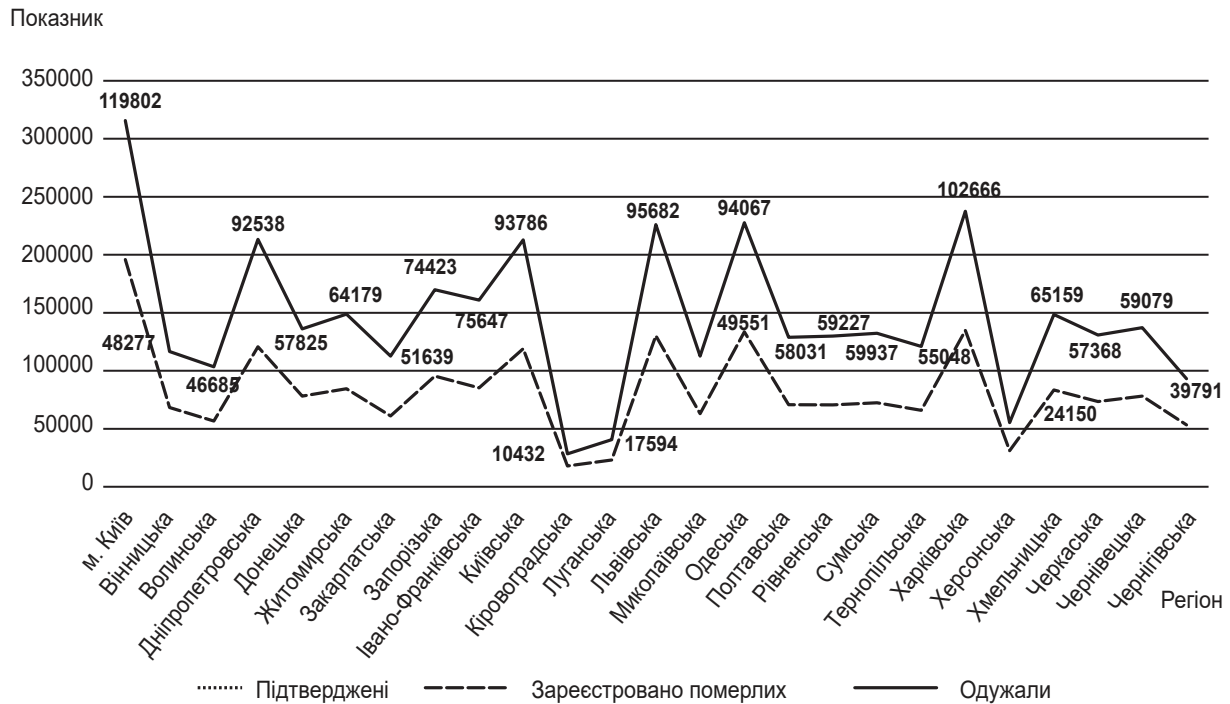


Рис. 1. Розподіл випадків COVID-19 за 2021 рік

Медична система в Україні зазнала надзвичайно суттєвих змін унаслідок розповсюдження коронавірусної інфекції. Перші тижні з часу масового поширення пандемії у березні 2020 року характеризувалися відсутністю повноцінного розуміння в державних органах, яким чином розбудовувати підходи до реагування на кризу та функціонування управлінської системи в нових обставинах. Існували проблеми з моніторингом, збором та оцінкою відомостей щодо кількості хворих, використання засобів індивідуального захисту, наявності ліжко-місць в інфекційних відділеннях лікарень тощо.

Високий рівень захворюваності у перші місяці поширення пандемії в Україні був пов'язаний з відсутністю чітких протоколів щодо роботи з хворими на коронавірусну інфекцію. Згодом, з появою відповідних протоколів, не вдалося повноцінно знизити рівень захворюваності через недотримання необхідних умов роботи з хворими пацієнтами через неналежне забезпечення засобами захисту, що призвело до зараження значної кількості медичних працівників.

У березні, квітні і на початку травня 2020 р. в Україні відчувався суттєвий дефіцит засобів індивідуального захисту через стрімке збільшення попиту. Така ситуація впливала на цінову політику на відповідні товари, що ускладнювало їхню закупівлю. З травня – червня 2020 р. доступ до тих чи інших медичних товарів розширився; на цей час майже всі позиції на вітчизняному ринку доступні. При цьому рішення уряду щодо заборони експорту засобів індивідуального захисту, яке було ухвалене в березні 2020 р., теж сприяло покращенню ситуації з пропозиціями на українському ринку медичних товарів [1].

Не можна не зазначити, що ринок праці України, як і в багатьох країнах світу, опинився перед серйозними викликами, спричиненими поширенням захворювання COVID-19, зокрема й соціально-економічними.

В умовах карантину роботодавці вдаються до повного або часткового зупинення виробництва, скорочення штату працівників, переведення на неповний робочий тиждень або відправлення працівників у відпустки без збереження заробітної плати. Це призводить до скорочення попиту на робочу силу та зменшення кількості зайнятого населення, зростання рівня безробіття.

Станом на 1 грудня 2020 року кількість зареєстрованих безробітних зменшилась до 410 тис. осіб (найбільшою середньоденна кількість безробітних була у червні – 518 тис. осіб), з них отримують допомогу по безробіттю 353 тис. осіб. За час карантину з 12 березня по 1 грудня статусу безробітних набуло більше 525 тис. осіб [5].



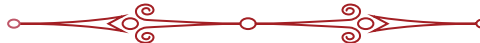
Нинішній спалах коронавірусу не може суттєво змінити подальшу поведінку людей чи соціальний уклад. Але важливо те, що зараз ми побачили, як спрацювають соціально-психологічні механізми, коли не лише інформація, а ще й емоція передається суспільству, бо інформація та емоції передаються набагато швидше, ніж фізично сам коронавірус. Отже, ця епідемія навіть у самому її епіцентрі передусім інформаційно-емоційна, хоч би як негуманно це звучало. Тобто інформаційна віральність (заразність) для суспільства є потужнішою за саму медичну [2].

Люди панічно почали боятися громадського транспорту, постійно турбуються про чистоту посуду, зображення клітин коронавірусу провокують у них тривожні відчуття [4].

Висновок. Таким чином, панічний стан людей, який поширюється через інформаційний простір, здатний і фізично послаблювати людей з групи ризику. Серед них не лише люди зі слабким здоров'ям чи імунітетом, а й люди, схильні до навіювання. У суспільстві є лише приблизно 15 % негіпнабельних (що не піддаються навіюванню) людей. Отже, решта 85 % є умовною групою ризику. Якщо точніше, то найбільш схильні до навіювання люди з екзальтованими та демонстративними (вельми комунікабельні, грають ролі, такі собі актори по життю, яскраві та виразні) рисами характеру, а їх у суспільстві приблизно 30–35 %, відповідно. Попри занепокоєння негативними наслідками пандемії більшість людей здатні до стресостійкості та гнучкості, а людство загалом вміє досить швидко оговтватися після катастрофічних подій [3].

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Раєвцева О. В.

Література: **1.** Наслідки епідемії COVID-19 та карантинних заходів для провідних секторів економіки України. Дослідження за результатами глибинних інтерв'ю з власниками та топ-менеджерами українських компаній. Київ – Харків : Вид. О. А. Мірошніченко, 2020. 188 с. **2.** COVID-19 сильно вдарив по світовій економіці. Чи зможе вона відновитися у 2021 році? URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/30996253.html>. **3.** Як пандемія COVID-19 вплинула на економіку України – коментар Марії Репко. URL: <https://ces.org.ua/how-covid19-affected-ukrainian-economy/>. **4.** Економіка і суспільство після пандемії COVID-19: Європа і Україна | КПІ ім. Ігоря Сікорського. URL: <https://kpi.ua/2020-corona-it>. **5.** Офіційний сайт МІНФІН України. URL: <https://new.minfin.com.ua/koronavirus-i-ukraina>. **6.** Оперативна інформація про поширення коронавірусної інфекції 2019-nCoV. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/>.



РІВЕНЬ БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ

УДК 331.56

Біляєва В. О.

Студент 1 курсу
факультету міжнародної економіки і підприємництва ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті проаналізовано дані рівня безробіття в Україні за 2015–2019 рр. Виявлено можливі причини та фактори, що впливають на рівень безробіття в Україні. Внесено пропозиції щодо основних шляхів подолання проблем безробіття та підвищення рівня зайнятості населення в Україні.

Ключові слова: безробіття, заробітна плата, рівень безробіття, рівень зайнятості.





Annotation. The article analyzes the data on the unemployment rate in Ukraine for 2015–2019. The possible causes and factors influencing the unemployment rate in Ukraine are identified. Suggestions have been made on the main ways to overcome unemployment and increase employment in Ukraine.

Keywords: unemployment, wages, unemployment rate, employment rate.



Актуальність. На цей момент проблема безробіття є однією з найважливіших аспектів регулювання політики господарства з ринковою економікою. Високий рівень безробіття і, відповідно, збідніння населення є однією з важливіших проблем для подальшого розвитку України та рівня благополуччя суспільства. Держава як регулятор суспільних відносин, повинна здійснювати регулювання політики в соціальній, політичній, економічній сферах для зменшення рівня безробіття та забезпечення сталого розвитку країни.

Дослідженнями рівня безробіття займалися і займаються багато науковців, серед них І. Давидова, Г. Волинський, В. Герасимчук, О. Грішнова, С. Дорогунцов, Г. Лук'янова, В. Онікієнко, В. Галицький та ін. [1–5].

Метою статті є аналіз рівня безробіття в Україні за 2015–2019 рр., обґрунтування причин безробіття, розгляд основних його наслідків і знаходження шляхів вирішення цієї проблеми.

Викладення основного матеріалу дослідження. Безробіття – це соціально-економічне явище, за якого частина осіб не має змоги реалізувати своє право на працю та отримання заробітної плати. За умов, коли заробітна плата досягає досить високого рівня, тобто знаходиться вище рівня, за який всі ті, хто шукає роботу, її знаходять, виникає надлишок пропозиції на ринку праці. В такому випадку рівновага досягається тільки за допомогою ринкового механізму. Безробіття може знижувати рівень заробітної плати, що, своєю чергою, підвищує рівень зайнятості. Безробіття вважається тимчасовим добровільним явищем, коли робітники не погоджуються зі зниженням заробітної плати, тому вони віддають перевагу безробіттю.

Безробіття є макроекономічною проблемою, яку формують такі чинники, як структурні зміни (міжгалузеві, внутрішньогалузеві, регіональні) в економіці. Наприклад, упровадження нових технологій, згортання виробництва в традиційних галузях, закриття технічно відсталих підприємств, зниження темпів економічного розвитку, сезонні коливання виробництва, недостатній сукупний попит, інфляція, недосконале трудове законодавство, низький рівень професійної підготовки й перепідготовки, неналежний рівень програм зайнятості та демографічні процеси [1].

Таблиця 1

Рівень безробіття в Україні з 2015 по 2019 рр. [2]
(кількість населення в тис.)

Рік	Всього населення	Економічно активне населення	Безробітне населення	Рівень безробіття	Зареєстрованих безробітних
2015	42760,5	17396,0	1654,0	9,5 %	461,1
2016	42584,5	17303,6	1677,5	9,7 %	407,2
2017	42386,4	17193,2	1697,3	9,9 %	352,5
2018	42153,2	17296,2	1577,6	9,1 %	341,7
2019	41902,4	17381,8	1486,9	8,6 %	338,2

Проаналізуємо рівень безробіття в Україні за останні роки. Чисельність працездатного населення, зайнятого в усіх галузях економіки, все зменшується. Лише за офіційними даними Україна за рівнем безробіття займає третє, після Вірменії та Грузії, місце серед країн СНД. На кінець 2015 року (табл. 1) за розрахунками фахівців частка безробітних у загальній кількості робочої сили становила 9,5 %, у 2016 р. – 9,7 %, у 2017 р. – 9,9 %, у 2018 р. – 9,1 %, у 2019 р. – 8,6 %.

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 безробітним [3].

Попри всі негативні наслідки, безробіття має і позитивні сторони:

- підвищення соціальної цінності робочого місця;
- збільшення особистого вільного часу та свободи вибору місця роботи;
- зростання соціальної значущості й цінності праці;
- створення конкуренції між працівниками;
- стимулювання підвищення інтенсивності і продуктивності праці [4].

За ринкових умов безробіття є не тільки економічною, але й серйозною соціальною проблемою. Причому соціальні аспекти цієї проблеми є більш відчутними для суспільства і дуже актуальні наразі.

Для зниження безробіття в Україні потрібно проводити певні заходи:

- підвищення добробуту за рахунок особистого трудового внеску, підприємництва та ділової активності;
- надання відповідної допомоги по безробіттю, збереження робочих місць і перепідготовка осіб, які втратили роботу;
- здійснення ґрунтовної пенсійної реформи;
- сприяння всебічному державному захисту інтелектуального потенціалу суспільства;
- організація спеціальних ярмарків праці для навчальних закладів з метою працевлаштування випускників;
- розширення досвіду організації зустрічей із роботодавцями та колишніми безробітними, які успішно знайшли роботу чи заснували власний бізнес;
- посилення координації міжнародної діяльності в частині інформаційного обміну з питань зайнятості;
- забезпечення стабільного фінансування та державної підтримки розвитку духовної сфери, освіти, науки і культури [5].

Запровадження таких заходів дасть змогу покращити ситуацію зайнятості на національному ринку праці, що сприятиме поліпшенню як економічного, так і соціального рівня розвитку суспільства в державі у цілому. 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.

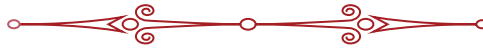
Зниження рівня безробіття сприятиме економічному розвитку України. Але подолання цієї проблеми потребує реалізації комплексу рішень, починаючи від адекватного розподілу державного замовлення при підготовці спеціалістів у навчальних закладах і завершуючи проведенням економічних реформ та залученням інвестицій [3].

Висновки. Отже, безробіття є не просто економічною, а й серйозною соціально-політичною проблемою для України, котра не тільки веде до соціально-економічних втрат, а й негативно позначається на якості життя нашого суспільства. Саме через це державне забезпечення зайнятості економічно активного населення країни та регулювання ефективної соціально-економічної політики задля зменшення рівня безробіття до мінімального соціально-допустимого рівня має важливе значення.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Шифріна Н. І.



Література: 1. Слюсар С. Т. Аналіз рівня безробіття в Україні: проблеми і шляхи його подолання. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/664179.pdf>. 2. Міністерство фінансів України. URL: <https://index.minfin.com.ua/labour/unemploy/>. 3. Гітис В. Б., Маргієва М. М., Дріго С. С., Юркін А. О. Дослідження можливості підвищення рівня зайнятості в Україні за результатами аналізу проблем безробіття. URL: [http://www.evd-journal.org/download/2020/3\(61\)/22-Gitis.pdf](http://www.evd-journal.org/download/2020/3(61)/22-Gitis.pdf). 4. Морщенок Т. С., Литвиненко Ю. С. Безробіття в Україні: стан, причини та наслідки. URL: http://confcontact.com/2015_04_25/1/1_morschenok.html. 5. Торшин Є. О. Регіональний аспект безробіття в Україні. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3241>.



СВІТОВИЙ ДОСВІД ВИКОРИСТАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ

УДК 330.658:005.5

Бабаєв В. І.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті розглянуто основні принципи іноземної корпоративної культури, її ефективність і необхідність. Досліджено необхідність формування корпоративної культури на підприємстві та в організації. Досліджено стратегії управління корпоративною культурою у зарубіжних компаніях.

Ключові слова: корпоративна культура, компанія, працівник, бізнес, імідж, організація, управління.



Annotation. The article considers the basic principles of foreign corporate culture, its effectiveness and necessity. The need to form a corporate culture in the enterprise and organization. Strategies of corporate culture management in foreign companies are studied.

Keywords: corporate culture, company, worker, business, image, organization, control.



За останні кілька років питання культури і особливо культури у великих організаціях все більше привертають увагу теоретиків і практиків. Корпоративна культура – це не тільки імідж компанії, але й ефективний інструмент стратегічного розвитку бізнесу. Її формування завжди пов'язане з інноваціями, спрямованими на досягнення бізнес-цілей і, отже, підвищення конкурентоспроможності. У «класичному» розумінні корпоративна культура розглядається як інструмент стратегічного розвитку компанії через стимулювання інновацій та управління змінами. Корпоративна культура існує в будь-якій компанії з моменту появи організації і до самого кінця незалежно від того, створюється спеціальна служба для роботи з нею чи ні. Грамотне ж управління корпоративною культурою здійснює саме позитивний вплив на бізнес компанії [1].

На практиці фахівці з управління людськими ресурсами по-різному інтерпретують поняття корпоративної культури. Одне з найбільш поширених його визначень: «Корпоративна культура – це система цінностей і методів управління». Перша частина визначення стосується нематеріальних активів організації, а друга – конкретних механізмів. Ці два, на перший погляд, протилежних аспекти поняття і призводять до його неоднознач-



ного тлумачення [5]. Світовий досвід переконує, що корпоративна культура, зокрема й культура спілкування як її основа, – на сьогодні один з найважливіших ресурсів збереження і розвитку організації. Це потужний стратегічний інструмент, що допомагає працівникам орієнтуватися на стратегічні цілі та вибирати відповідну поведінку, правильно інтерпретувати все, що відбувається в організації.

Корпоративна культура стимулює самосвідомість і відповідальність кожного, створює моделі для наслідування; дає змогу полегшити взаємодію між працівниками; поєднує організацію і людей, які там працюють, створює зовнішнє уявлення про них.

Дослідження свідчать, що успішні компанії характеризуються високим рівнем корпоративної культури, яка формується внаслідок зусиль, спрямованих на розвиток духу корпорації для усіх зацікавлених сторін. Нездарма основні цінності і пріоритети таких гігантів, як Hewlett Packard, Procter and Gamble, Motorola, Nokia, залишаються незмінними, тоді як стратегія і тактика бізнесу постійно адаптуються до змін зовнішнього середовища [3].

За статистикою, корпоративна культура сформована і нормалізована у 10 % компаній Великої Британії, 20 % – США і 50 % – Японії. Перевагою японців є розуміння філософії корпорації. Японська система через довготермінове планування, довічний найм, налагодження схем внесення змін молодшим керівним складом гарантує збереження тісних відносин між різними категоріями керівників, що забезпечує колективну гармонію.

Характерними особливостями американського стилю управління є організаторські здібності, компетентність персоналу і розвиненість індустрії вдосконалення менеджменту. Американські підприємці вважають, що будь-яка справа має бути вигідною, тобто приносити вигоду у грошах, у часі і задоволенні. На відміну від американців, англійці є доволі стриманими у проявах своїх емоцій. Для них найважливішою рисою у діловому спілкуванні є самоконтроль, який вони вважають найціннішою рисою людського характеру. Вони консервативні щодо дотримання ритуалу переговорів, погано сприймають незвичні для них форми спілкування.



Рис. 1. Основні риси «корпорації-спільноти»

Ставлення до бізнесу як до «механізму», а до працівників як до взаємозамінних «гвинтиків» – це спадщина індустріальної епохи, вважають представники електронної еліти, вони добре розуміють, що ключ до успіху – людська індивідуальність. Керівники таких компаній, як Microsoft, Dell, Intel, Apple, є прихильниками управлінської концепції «корпорації-спільноти» на протигагу підходу «корпорація-машина» [2].

Створення саме спільнот, а не систем «механізмів» дало можливість американським компаніям, що працюють у галузі електронних високих технологій, швидко досягти успіху [4].

Розглянемо конкретні приклади. У 2013 року компанія IBM, один з гігантів американської індустрії і лідерів своєї галузі, трохи не опинилася на порозі фінансового краху. Рада директорів запросила на фірму зовнішнього консультанта з компанії «Маккінзі». Л. Герстнер запропонував: IBM рекомендується змінити культуру управління, для цього необхідно:

1. Уважно стежити за ринком і пропонувати споживачеві те, що хоче він.
2. Компанія повинна твердо дотримуватися у своїй діяльності лінії на задоволення попиту на ринку.
3. Весь управлінський апарат повинен працювати разом як єдина команда.

Герстнер встановив вісім принципів управління, тим самим змінив культуру IBM, яка була актуальна в умовах, коли фірмі належало 40 % прибутку на світовому комп'ютерному ринку.

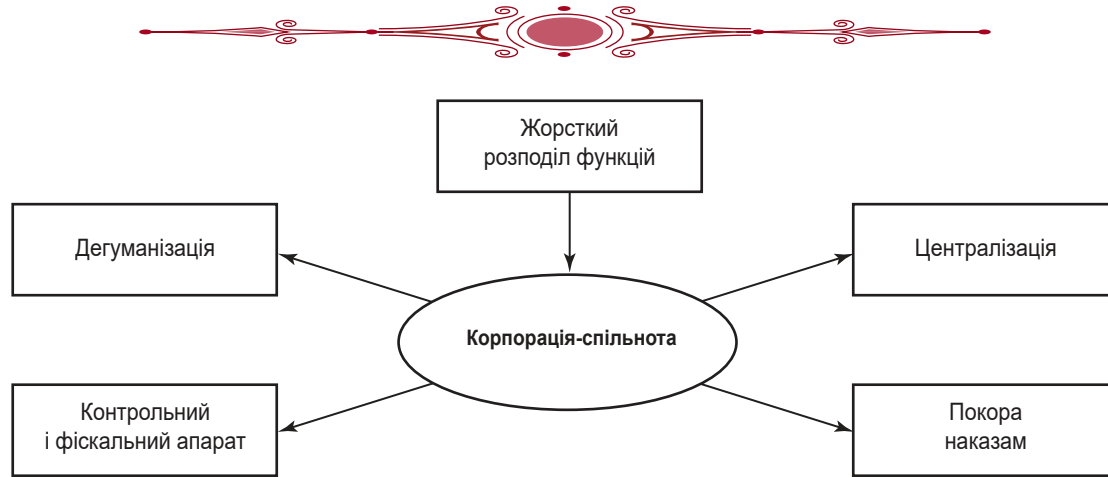


Рис. 2. Основні риси «корпорації-машини»

Громіздкий бюрократичний апарат виявився не здатним зрозуміти, що навколишній світ змінився, причому так швидко і в таких напрямках, що під загрозу було поставлено фінансове благополуччя компанії [5]

Таким чином, можна сказати, що на сьогодні при формуванні корпоративної культури сувора ієрархія не вітається, хоча повністю заперечувати її значення недоцільно.

Корпоративна культура багатьох світових компаній прагне надихати своїх працівників на роботу, яка максимально допомагатиме досягти основних цілей компанії.

Компанія Merck – одна із найстаріших компаній Німеччини у фармацевтичній та хімічній галузях організовує свою корпоративну культуру на таких принципах: корпоративна соціальна відповідальність; вдосконалення у всіх аспектах компанії; інновація, заснована на науці; чесність і прямота; прибуток від праці на користь людства.

Компанія Philip Morris – провідна міжнародна тютюнова компанія, спирається на такі принципи: право на свободу вибору; виграти – перемогти інших у чесній боротьбі; заохочення індивідуальної ініціативи; важка робота і постійне вдосконалення.

Компанія Sony сприяє розвитку корпоративної культури за допомогою таких принципів: підняття японської культури і національного статусу; бути новатором, не наслідувати інших, робити неможливе; заохочення індивідуальних здібностей і продуктивності.

У компанії Walt Disney сформовані такі принципи: відсутність цинізму; прийняття і пропаганда «добродійних американських цінностей»; творчість, мрії і уява; зосереджена увага на кожній деталі; збереження і контроль магії Disney.

Nestle має внутрішні правила поведінки, описані в «Політиці Nestle щодо техніки безпеки та охорони праці», що визначають безпеку як абсолютний пріоритет ділової культури компанії, у «Кодексі ділової етики Nestle» та «Принципах управління та лідерства Nestle» міститься опис ділової культури та основних цінностей, які очікуються від усіх працівників [4].

У компанії Henkel існує кодекс корпоративної поведінки, що містить основні корпоративні принципи і правила поведінки і призначений допомагати співробітникам діяти коректно згідно з прийнятими етичними та юридичними нормами. Кодекс лідерства та роботи в команді є керівництвом як для менеджменту, так і для співробітників на всіх рівнях. Кодекс сталого корпоративного розвитку компанії містить принципи сталого розвитку та корпоративної соціальної відповідальності.

Також Henkel передбачає 10 корпоративних цінностей, обов'язкових для кожного співробітника, у вигляді малюнків, що забезпечують більший візуальний акцент [1].

Компанія Google, відома своїми чудовими умовами праці, при виборі працівників звертає увагу не стільки на досвід, скільки на здібності, в компанії існує дружня атмосфера, заохочення до захоплень та надання можливості пропонувати ідеї, тобто вони прагнуть підтримати умови стартапу [4].

Зарубіжні компанії дотримуються принципів та основних засад корпоративної культури, визначених керівництвом. При цьому, безумовно, присутній момент адаптації до ментальних особливостей. Успішність функціонування компаній свідчить про те, що корпоративній культурі варто приділяти достатньо уваги, і це є кроком до якісно нового етапу в житті компанії.



Висновки та перспективи подальшого дослідження. Корпоративна культура – це певний рівень майстерності, уміння як персоналу, так і керівництва, працювати ефективно на всіх рівнях у всіх функціональних сферах. Це означає, що ефективність і конкурентоспроможність підприємства залежать переважно від його культури, а отже, про те, наскільки високий чи низький рівень культури, можна стверджувати за рівнем економічної ефективності й конкурентоспроможності підприємства.

Низька конкурентоспроможність і незначний економічний ефект свідчать про те, що, принаймні, один зі структурних елементів корпоративної культури підприємства слабкий, а якість виконання визначених йому функцій – низька. Отже, саме рівень культури підприємства й зумовлює рівень конкурентоспроможності. На сьогодні триває процес її формування в умовах ринкової економіки та становлення корпоративного законодавства. Щоб закріпитися на ринку, підвищувати конкурентоспроможність, потрібно формувати позитивну корпоративну культуру й, насамперед, позитивний імідж своїх організацій. Це особливо важливо сьогодні, коли економіка України взяла курс на євроінтеграцію.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Черноіванова Г. С.

Література: 1. Бала О. І., Мукан О. В., Бала Р. Д. Принципи корпоративної культури підприємств: сутність та види. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2010. № 682 : Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. С. 11–15. 2. Захарчин Г. М. Корпоративна культура. *Економіка АПК*. 2014. № 16. С. 255–260. 3. Кузнецов А. А. Корпоративная или организационная культура как объект менеджмента. *Основы экономики, управления и права*. 2014. № 4 (16). С. 92–96. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/korporativnaya-ili-organizatsionnaya-kultura-kak-obekt-menedzhmenta>. 4. Офіційний сайт компанії Google. URL: <http://www.google.com.ua/intl/ru/about/company>. 5. Чопсієв Г. А. Складові корпоративної культури підприємства // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Львів, 28–29 берез. 2014 р.). URL: http://www.lef.lviv.ua/files/archive/2014/03_2_2014.pdf#page=29.



ОСОБЛИВОСТІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

УДК 657:338.486.2

Балюра А. Р.

Студент 3 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті розкрито особливості бухгалтерського обліку туристичної діяльності. Розглянуто специфіку організації діяльності туроператора і турагента. Виявлено та проаналізовано відмінності бухгалтерського обліку діяльності турагента і туроператора. Надано рекомендації, щодо застосування знань про специфіку бухгалтерського обліку туристичної діяльності для покращення ефективності роботи туристичних фірм.

Ключові слова: туристична послуга, облік туристичної діяльності, туристичний оператор, туристичний агент, дохід, витрати, туристичний ваучер.





Annotation. The article reveals the peculiarities of accounting for tourism. The specifics of the organization of the tour operator and travel agent are considered. The differences of accounting of travel agent and tour operator activity are revealed and analyzed. Recommendations are given on the application of knowledge about the specifics of accounting for tourism activities to improve the efficiency of travel agencies.

Keywords: tourist service, tourist activity accounting, tourist operator, travel agent, income, expenses, travel voucher.



Дуже довгий період часу туризм в Україні був галуззю національного господарства, яка стабільно нарощувала обсяги надання туристичних послуг, але зараз, в умовах постійних карантинних обмежень, успіх цієї галузі економіки знаходиться під загрозою. Відповідно, зі зменшенням прибутковості сфери страждає і державний бюджет, адже зменшується обсяг грошових надходжень до нього. Для того, щоб підприємства мали змогу правильно будувати стратегію подолання наявних загроз необхідно, звичайно, розуміти специфіку роботи галузі взагалі, і, головне, розібратись, які особливості бухгалтерського обліку діяльності в цій сфері економіки, адже фінансова частина роботи підприємства є однією з ключових у процесі досягнення першочергової цілі будь-якої фірми – прибутку.

Досягається вона шляхом отримання максимально можливих доходів за відносного зниження показників матеріальних, трудових і фінансових витрат, а це стає можливим лише за умови правильної організації бухгалтерського обліку діяльності туристичного підприємства. Туристичною фірмою називають суб'єкт підприємницької діяльності, робота якого спрямована на створення, реалізацію та організацію споживання туристичного продукту.

Питання організації обліку туристичної діяльності розглядали такі провідні вчені-науковці, як: А. Коваль, З. Балченко, О. Зінкевич, Н. Бочарова, О. Немкович, А. Дяченко та ін. У їх роботах порушувалися такі теми, як: облік доходів, що є результатом реалізації туристичних послуг, облік витрат на виробництво туристичного продукту, документальне оформлення туристичних послуг тощо.

Метою статті є визначення особливостей бухгалтерського обліку туристичної діяльності, розгляд специфіки обліку доходів і витрат, що формуються в результаті діяльності туристичних підприємств, а також обґрунтування відмінностей в організації обліку діяльності туроператора і туристичного агента.

Однак, незважаючи на те, що проблеми специфічної діяльності туристичних підприємств досить часто стають об'єктом досліджень, не вирішеними залишаються деякі питання щодо організації обліку туристичної діяльності, зокрема, відсутність чіткого розмежування організації обліку діяльності туроператора і туристичного агента.

Тому необхідним є подальше опрацювання та узагальнення цих моментів. Порядок ведення обліку та оподаткування в туристичній діяльності обумовлено особливим характером операцій з надання послуг, що передбачають широке використання посередницьких схем, та наявністю спеціальних норм у Податковому кодексі. У ст. 207 ПКУ для туристичних агентів прописані спеціальні правила обкладання ПДВ. Базою оподаткування для операцій, що здійснюються туристичним агентом, є винагорода, яка нараховується (виплачується) туристичним оператором, іншими постачальниками послуг на користь такого туристичного агента [1].

Порядок ведення бухгалтерського обліку діяльності підприємств туристичної сфери має деякі особливості, які пов'язані зі широким використанням посередницьких схем у процесі надання та формування туристичних послуг, організаційною формою туристичної діяльності, вимогами законодавства щодо організації та оподаткування даної діяльності тощо.

Туристична послуга – це результат діяльності організації або індивідуального підприємця, щоб задовольнити потреби туриста. Відбувається це шляхом організації та здійсненні туру [2].

Туристична діяльність здійснюється такими суб'єктами, як: туристичні оператори, туристичні агенти й інші суб'єкти підприємницької діяльності, що надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), перекладу, харчування, влаштування екскурсій та інші туристичні послуги.

Туристичні оператори (далі – туроператори) – юридичні особи, створені згідно із законодавством України, для яких виключною діяльністю є організація та забезпечення створення туристичного продукту, реалізація та надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність із надання характерних і супутніх послуг і які в установленому порядку отримали ліцензію на туроператорську діяльність; Туристичні агенти (далі – турагенти) – юридичні особи, створені згідно із законодавством України, а також фізичні особи – суб'єкти підпри-



емницької діяльності, які здійснюють посередницьку діяльність з реалізації туристичного продукту туроператорів і туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності, а також посередницьку діяльність щодо реалізації характерних та супутніх послуг [3].

В Україні діяльність туроператорів може здійснюватись лише на підставі спеціального дозволу (ліцензії). Діяльність турагентів не потребує ліцензування, адже вона відноситься до посередницької діяльності і може здійснюватись на умовах доручення. Дохід турагента складає так звана агентська винагорода, яку він отримує за здійснені ним в інтересах суб'єкта, якого він представляє, посередницькі операції, у розмірі, передбаченому договором (в межах агентського договору туристичні агенти діють від імені, в інтересах за рахунок і під контролем туроператора).

Грошові кошти, які надходять від споживачів туристичних послуг на оплату турів, не належать турагенту, а є власністю туроператора. Вони перераховуються йому турагентом згідно з умовами відповідного агентського договору. Саме тому транзитні оплати від туристів за турпродукти (тури) не впливають на фінансовий результат тур агента. Дохід турагента нараховується в бухгалтерському обліку записом Дт 377 «Розрахунки з іншими дебіторами» Кт 703 «Дохід від реалізації робіт і послуг».

Бухгалтерський облік діяльності туроператора та турагента здійснюється згідно із Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні». Бухгалтерський облік діяльності турагентів, які реалізують продукт, що створюють туроператори, цілком і повністю підпорядковується «посередницьким» принципам.

Під час організації бухгалтерського обліку витрат туристичні підприємства використовують норми П(С)БО 16 «Витрати». Облік витрат, які виникають у процесі створення туроператором туру, ведеться на таких рахунках: 23 «Виробництво», субрахунок «Виробництво туристичних послуг», 91 «Загальновиробничі витрати», субрахунок «Загальновиробничі витрати туристичних послуг», 92 «Адміністративні витрати», 93 «Витрати на збут», 94 «Інші витрати операційної діяльності», 95 «Фінансові витрати», субрахунок 903 «Собівартість реалізованих робіт та послуг», субрахунок другого порядку «Собівартість реалізованих туристичних послуг» [4].

Туристичним ваучером називають документ, що містить докладний опис усіх послуг, які повинен отримати турист на відпочинку. Саме він підтверджує туристичний статус особи або групи. Також ваучер є гарантією надання туристичних послуг. Видається він безпосередньо туристичними фірмами. Список витрат туристичних агентів складається з вартості турпродукту, який попередньо було сформовано туроператором, оплати праці працівників турагентства, витрат на маркетингові дослідження та соціальні заходи, витрат на рекламу та збут, витрат на оренду офісу тощо.

Вести облік витрат турагенти можуть тільки на рахунку 23 «Виробництво». Використання рахунків класу 8 буде доцільним, наприклад, в процесі підготовки фінансової інформації для складання «Звіту про фінансові результати». Туристичні підприємства у процесі організації бухгалтерського обліку доходів використовують норми П(С)БО 15 «Дохід».

Для обліку доходів від реалізації туристичних послуг використовують субрахунок 703 «Дохід від реалізації робіт і послуг», субрахунок другого порядку «Дохід від реалізації туристичних послуг» (у туроператора), «Дохід від реалізації турагентських послуг» (у турагента) [5]. Витрати та доходи які формуються у процесі туристичної діяльності списуються на фінансові результати – рахунок 79 «Фінансові результати». Прибуток туроператора і турагента формується по-різному: туроператор отримує різницю між собівартістю туристичних послуг і ціною, за якою вони були реалізовані, у турагента дохід складає комісійна винагорода, яку виплачує туроператор за реалізацію свого туристичного продукту.

Отже, у цій статті було визначено деякі відмінності бухгалтерського обліку діяльності туроператора і турагента. Щоб чітко формувати стратегію дій туристичного підприємства, важливо розуміти і розрізняти особливості обліку цих суб'єктів, адже це важливо і при обранні напрямків діяльності фірми (тобто, можливо, комусь вигідніше і простіше буде, щоб і туристичні агенти, і туроператори були у штаті однієї фірми, а хто краще звернеться до агентства для найму турагента), і при веденні звітності.

Загалом облік туристичної діяльності є дуже специфічним, і для успішного контролю необхідною є автоматизація облікового процесу. Зараз в Україні існують програмні забезпечення для туристичних фірм, вони дають можливість одержання звітності й оцінки ефективності роботи фірми, як, наприклад, «МКМ Турагент», але їх інтерфейс злегка застарілий та не дуже зручний. Зараз необхідно зробити акцент на аналізі специфіки обліку туристичної діяльності і створенні, на основі цих особливостей, зручних і сучасних програм для облі-



ку туристичних послуг, адже якщо грамотно автоматизувати цю частину роботи фірм, з'явиться можливість зниження рівня витрат, у зв'язку зі зменшенням потреби у висококваліфікованих спеціалістах з обліку та звільнення часу для покращення наприклад збутової політики або інших аспектів діяльності фірми. Але все ж таки врахування специфіки здійснення обліку кожним з суб'єктів туристичної діяльності дає змогу правильно організувати бухгалтерський облік, що, своєю чергою, сприятиме підвищенню ефективності туристичної діяльності та досягненню максимальних прибутків.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Серікова Т. М.

Література: 1. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>. 2. Что такое туристические услуги, и какими они бывают. URL: <http://uslugi.chizh.ua/news/chto-takoe-turisticheskie-uslugi-i-kakimi-oni-byvayut>]. 3. Про туризм : Закон від 15.09.1995 № 324/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>. 4. Балченко З. А. Бухгалтерський облік в туризмі і готелях України : навч. посіб. Київ : Вид-во КУТЕП, 2006. 232 с. 5. Гура Н. О. Облік видів економічної діяльності : підручник. Київ : Центр навч. літ., 2010. 392 с. 6. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.1999 № 996-XIV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text>. 7. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств та організацій від 30.11.1999 № 291. URL: <http://www.buhoblik.org.ua>. 8. П(С)БО 15 «Доходи». Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 14 грудня 1999 р. за № 860/4153 від 29.11.1999 р. № 290 (остання редакція від 27.06.2013 р. док. № 627). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99#Text>. 9. П(С)БО 16 «Витрати». Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 19 січня 2000 р. за № 318 від 31.12.1999 р. (остання редакція від 27.06.2013 р. док. № 627). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00#Text>.



СУТНІСТЬ ОРГАНІЗАЦІЇ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

УДК 658.5

Бєлов С. С.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті розглянуто сутність організації логістичної діяльності на підприємстві, логістичні процеси та операції. Обумовлено необхідність створення та організації логістичного відділу на підприємстві. Сформовано правильне розуміння логістики як цілісної системи ефективного управління та способу мінімізації витрат підприємства.

Ключові слова: логістика, логістична діяльність, підприємства, логістичні операції, функції, процеси, логістичний відділ.



Annotation. The essence of the organization of logistic activity at the enterprise, logistic processes and operations is considered in the article. Also, there is a need to create and organize a logistics department at the enterprise. Thanks to the article, a correct understanding of logistics is formed as a holistic system of effective management and a way to minimize enterprise costs.



Keywords: logistics, logistics, enterprises, logistics operations, functions, processes, logistics department.



Актуальність організації логістичної діяльності на підприємстві обумовлена тим, що існує низка проблем, через які підприємство має високі витрати. Неефективний розподіл ресурсів, простої на виробництві, ненадійні постачальники – все це знижує дохід і підвищує ризик виникнення банкрутства. Теоретичні та практичні навички в організації логістичної діяльності зможуть підвищити ефективність роботи підприємства.

Вивченням логістичної діяльності і її впливу на роботу підприємства займалися такі видатні вчені, як Крикавський Є. В., Фролова Л. В., Долішній М. І., Хаджинова О. В., Забуранна Л. В., Ларіна Р. Р. та багато інших. Їх дослідження зробили великий внесок у розвиток логістики в Україні.

Метою статті є обґрунтування значущості логістичної діяльності в сучасному управлінні підприємством. Наведено сутність поняття та складові логістики як системи управління підприємством.

Логістика – наука про оптимальне управління матеріальними, інформаційними та фінансовими потоками в економічних системах.

Логістика використовується на різних підприємствах. Її метою є ефективне управління матеріальними, інформаційними та фінансовими потоками. Таким чином, впроваджується ефективне управління бізнесом [1].

Мінімізація витрат – одна із задач логістичного відділу на підприємстві. Вона дає можливість підприємствам збільшити свій дохід і прибуток. Ці показники дозволяють абстрагуватися та розвиватися у різних напрямках.

Реалізацією логістики на підприємстві є логістична діяльність підприємства, яка розглядається частиною науковців як практична реалізація комплексних логістичних функцій та елементарних логістичних операцій.

Логістичні функції (рис. 1) складаються з навантаження, розвантаження, тарування, експедирування, перевезення, зберігання, складування, комплектація та консолідації вантажів, збору, зберігання та передачі інформації про вантажі, страхування вантажів, передачі прав власності на товар, митного оформлення та інших логістичних операцій, які здійснюються на підприємстві [2].



Рис. 1. Логістичні функції

Налаштування інтересів і зв'язку виробників, постачальників та споживачів – мета логістичної діяльності підприємства. Існують такі напрями логістичної діяльності:

- вдосконалення вхідних потоків ресурсів за рахунок покращення зв'язків з постачальниками;
- вдосконалення внутрішніх потоків за рахунок погодженості дій підрозділів підприємства;
- вдосконалення зв'язків зі споживачами за рахунок забезпечення точної відповідності вихідних потоків товарів і послуг з дотриманням усіх вимог і побажань покупців.



Координація – це реалізація основних логістичних процесів. Вона складається з таких складових:

1. Діяльність з оперативно-календарним планом постачання сировини, матеріалів, напівфабрикатів і транспортно-складські роботи з предметами постачання.
2. Діяльність з планом фізичного розподілу під час виробництва продукції, внутрішньогосподарського переміщення сировини, матеріалів, запчастин та готової продукції, навантажувально-розвантажувальних робіт і транспортно-складських робіт з незавершеним виробництвом.
3. Господарська діяльність з планом маркетингу під час реалізації продукції, прогнозування попиту, сервісного обслуговування, оброблення замовлень клієнтів, складських і транспортних робіт [3].

Логістичний процес – це організована в часі послідовність виконання логістичних операцій, що дозволяє досягти задані цілі. Вони характеризуються технологічними режимами, засобами технічного забезпечення, матеріальними й трудовими витратами тощо [4].

Логістичний процес (рис. 2) складається з двох потоків: інформаційного і матеріального. Він починається з операцій планування і організації, тобто зі збору і обробки інформації.

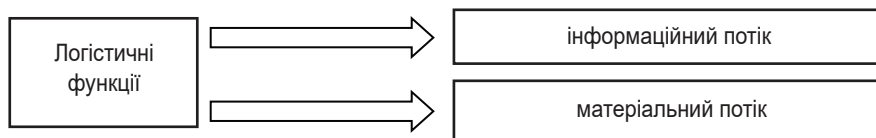


Рис. 2. Поділ логістичного процесу

Логістична операція – це частина логістичного процесу, що виконується на одному робочому місці або за допомогою одного технічного засобу. Також це сукупність дій, спрямованих на перетворення логістичних потоків, що не підлягає декомпозиції. Наприклад, будь-які дії, пов'язані з переробкою вантажу (комплектація, навантаження, розвантаження тощо) та інформаційним або фінансовим потоком (прийом замовлення, складання договору, розробка маршруту, оплата товару тощо) [5].

Отже, створення логістичного відділу на підприємстві дає змогу мінімізувати витрати та покращити управління різними ресурсами. Ефективний розподіл матеріальних, інформаційних і фінансових потоків створює запас міцності, який є фундаментом для розширення діяльності підприємства.

Науковий керівник – старший викладач Нечипорук О. В.

Література: 1. Бауэрсокс Д. Дж., Клосс Д. Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок. Москва : Олимп-Бизнес, 2008. 640 с. 2. Грузіна І. А., Гордієнко К. Д. Логістика як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства // Професійний менеджмент в сучасних умовах розвитку ринку : матеріали доповідей VI наук.-практ. конф. з міжнар. участю (м. Харків, 1 листоп. 2017 р.). Харків : Монограф, 2017. С. 447–449. 3. Зислий В., Біловодська О., Олєфіренко О. Логістика: теорія та практика : навч. посіб. Київ : Центр учб. літ., 2015. 360 с. 4. Кальченко А. Г. Логістика. Київ : ХНЕУ, 2003. 284 с. 5. Кабанець І. А. Визначення основних логістичних підходів до управління інноваційними процесами машинобудівним підприємством. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2539>.





ВІДМІННОСТІ ГРУПУВАННЯ СТАТЕЙ БАЛАНСУ В РІЗНИХ КРАЇНАХ

УДК 657.1

Богаславський К. Б.

Студент 2 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Проведено дослідження балансів різних країн світу та виявлено відмінності їх форми, структури і методики складання. Проаналізовано принципи розміщення статей у звітах про фінансовий стан підприємства, їх групування за рівнем ліквідності. Систематизовано дані за планами рахунків бухгалтерського обліку.

Ключові слова: бухгалтерський облік, міжнародні стандарти фінансової звітності, загальноприйняті принципи обліку, національне положення бухгалтерського обліку, баланс, вертикальна і горизонтальна форми балансу, ліквідність статей.



Annotation. A study of the balances of different countries and identified differences in their form and structure and methods of assembly. The principle of placing articles in the statements of financial condition is analyzed enterprises, their grouping by level of liquidity. Data are systematized according to the plans of accounting accounts.

Keywords: national accounting regulations (standards), international financial reporting standards, generally accepted accounting principles, accounting, balance sheet, vertical and horizontal balance sheet forms, liquidity of items.



Аналіз останніх досліджень і публікацій. Актуальні проблеми складання та подання балансу висвітлено у працях відомих вітчизняних вчених-економістів: Ф. Бутинця, М. Бідухи, Г. Вериги, С. Голова, Г. Кірейцева, Н. Литвина, Л. Сука, В. Швеця, Н. Малюги, М. Пушкаря. Серед зарубіжних дослідників варто назвати Р. Антоні, А. Афанасьєва, Дж. Блейка, Я. Вільямса, В. Качаліна, В. Ковальова, С. Модерова, Д. Орле та ін.

Метою статті є проведення порівняльного аналізу складання та подання балансу в Україні та за кордоном.

Основним документом фінансової звітності у всіх країнах є бухгалтерський баланс підприємства, котрий виступає головним джерелом інформації про фінансово-майнову ситуацію підприємства для всіх зацікавлених користувачів. Він ґрунтується у будь-якій країні на основному рівнянні бухгалтерського обліку, що показує взаємозв'язок між активами, пасивами (зобов'язаннями) та власним капіталом:

$$\text{Актив} = \text{Капітал} + \text{Зобов'язання}.$$

Деякі країни, зокрема країни англо-американської системи обліку: США, Велика Британія, Канада, Нідерланди, Австралія, не мають закріпленої форми балансу і відображають комерційний стан підприємств, користуючись принципом повноти розкриття інформації про господарську діяльність [1].

Відмінностями у побудові бухгалтерського балансу в іноземних країнах вважають конфігурацію розташування активу та пасиву – вертикальна чи горизонтальна, а також постулат групування статей. Балансове розміщення статей може мати різні варіанти. Горизонтальна форма балансу використовується в Україні, Франції, Бельгії, Німеччині, Росії, Португалії, США, Італії, де актив відображається ліворуч, а пасив – праворуч. У Великій Британії традиційним є зворотне розміщення, тому статті балансу наводяться послідовно одна за одною. Існують країни, де використовуються або вертикальна, або горизонтальна форми балансу, з законодавчим закріпленням обох, до прикладу: така ситуація у Нідерландах [1].

Італійськими підприємствами баланс надається у звичайній горизонтальній формі – ліворуч «актив», праворуч – «пасив». Принцип групування статей – за їх економічним змістом, як і в Німеччині. В кінці балансу вказують всі позабалансові зобов'язання компанії – гарантії видані і отримані, доручення, договірні зобов'язання по майбутніх купівлях і продажах, майбутні виплати по лізингу тощо.



Зазвичай це досить важлива інформація, вона дає зовнішнім користувачам бухгалтерської звітності можливість отримати більш реалістичне уявлення про фінансову ситуацію компанії і оцінити ризики, які можуть виникнути в майбутньому.

У Швейцарії не існує обов'язкової форми балансу, він може бути представлений в горизонтальній або вертикальній формі. Порядок класифікації не має значення: оборотні засоби і кредиторська заборгованість (до одного року) можуть відобразитися до або після основних засобів і капіталу. Однак законом встановлено мінімально необхідну структуру балансу.

Таким чином, відповідно до Кодексу зобов'язань, він повинен містити обов'язково чотири розділи: оборотні засоби, основні засоби, кредиторську заборгованість і капітал. Принцип групування статей у балансі в різних країнах також неоднорідний. Так, в Італії і Німеччині статті згруповані за економічним змістом [2].

Радою з міжнародних стандартів бухгалтерського обліку (International Accounting Standard Board (IASB)), що базується в Лондоні, затверджено Міжнародні стандарти фінансової звітності (МСФЗ), які характеризуються як стандарти, що ґрунтуються на принципах. Тобто стандартизація МСФЗ не ставить метою деталізацію всіх процедур і механізмів бухгалтерського фінансового обліку, не визначає форму балансу, але містить вимоги до розкриття статей активів, власного капіталу і зобов'язань. Зокрема, МСБО 1 «Подання фінансових звітів» визначає, що у балансі обов'язково повинні бути відображені такі статті: нематеріальні активи; основні засоби; інвестиційна нерухомість; інвестиції, що обліковуються за методом участі в капіталі; біологічні активи; грошові кошти та їх еквіваленти; запаси; дебіторська заборгованість; інші фінансові активи; кредиторська заборгованість; забезпечення; інші фінансові зобов'язання; капітал; резерви; відстрочені податкові зобов'язання і відстрочені податкові активи [3].

У США існують організації, які формують національний облік і звітність. GAAP (Generally Accepted Accounting Principles) – це система бухгалтерських стандартів і процедур, яка визначається як стандарти, що ґрунтуються на правилах, і має побудову за принципом ієрархії, містить велику кількість документів, які розробляються державними органами (Securities and Exchange Commission – SEC, Government Accounting Standards Board – GASB) і професійними бухгалтерськими організаціями (AICPA, FASB, NAA, AAA, IMA). Кожна з них додає свій внесок у систему обліку США [3].

Своєрідними в плані формування бухгалтерського балансу є Об'єднані Арабські Емірати. Підприємство країни звільняється від усіх податків, якщо воно засновано у вільній зоні. Єдиною вимогою є те, що підприємницька діяльність і управління компанією мають здійснюватися за межами країни, а в ОАЕ компанія повинна мати зареєстрований офіс і вести бухгалтерський облік. Проте немає необхідності здавати бухгалтерський баланс. Мінімальний статутний капітал не встановлений, зазвичай його розмір становить 10 000 дирхамів ОАЕ (близько 63500 грн). Учасник і офіційний представник не обов'язково повинні бути мешканцями ОАЕ [1].

У деяких країнах групування здійснюється за ступенем ліквідності. Наприклад, в Україні, Франції, Молдові, Росії, Німеччині та деяких інших країнах, які використовують МСБО як національні стандарти, статті розташовуються в порядку збільшення ліквідності, в країнах англо-американської системи обліку, Естонії – за спаданням. Таким чином, відповідно до вимог США основні компоненти балансового звіту групуються та подаються в такому порядку: активи – за спаданням їх ліквідності; зобов'язання – в порядку строків їх погашення; власний капітал – в порядку його сталості, тобто першими, хто показує свої різновиди, які найменш сприятливі до змін [1].

Відповідно до досліджень ті країни, які мають єдиний загальний план рахунків, мають і регламентовану форму балансу. Ті ж країни, де підприємства розробляють свої власні плани рахунків, форма балансу подається у довільній формі, і законодавство тільки регулює мінімум інформації, який повинен відобразитися у балансовому звіті. Адресна частина балансу у всіх країнах повинна включати назву компанії, її юридичний статус та дату складання. Наголошуємо, що дата складання звітності може бути будь-якою. Єдина вимога – постійність обраної дати. У більшості країн це останній день звітного періоду.

Проте відмінності у формуванні балансу наявні не тільки для різних країн і національних чи міжнародних стандартів, а й для національних нормативних актів. З переходом до складання фінансової звітності за національним положенням (стандартом) бухгалтерського обліку внесено деякі зміни, доповнення або спрощення. До прикладу, в НП(С)БО зазначено, що малі підприємства та представництва іноземних підприємств, що застосовують національні стандарти, можуть застосовувати скорочені форми балансів.



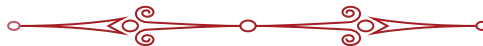
Також передбачено право не відображати статті, що не містять інформації, яка потребує розкриття (але таке право не діє, якщо ця інформація мала місце у минулому звітному періоді), а також додавати статті (з оригінальною назвою і кодом рядка, які входять до списку додаткових статей фінансової звітності) у випадку суттєвості інформації і можливості її достовірного визначення. А за П(С)БО: у рядках статей, де відсутні дані, ставився прочерк.

Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку керуються у своїй господарській діяльності юридичні особи різних форм власності, однак підприємства державної форми власності на сьогодні складають фінансову звітність за міжнародними стандартами (МСФЗ). Згідно з НП(С)БО правом використовувати міжнародні стандарти наділені ще й ті підприємства, які закріпили таке рішення у своїй обліковій політиці за власним бажанням (але це не стосується тих малих і середніх підприємств, що не входять до сфери дії міжнародних стандартів фінансової звітності) [4].

Складання бухгалтерського балансу є завершальним етапом облікового процесу на підприємстві, головна мета якого є представлення фінансової інформації у стислій, компактній формі. Враховуючи інформаційну перенасиченість балансу статтями, які навіть не заповнюються і є специфічними для окремих підприємств, пропонується наблизитися до міжнародних стандартів обліку і надавати більшу свободу у складанні балансу.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Серікова Т. М.

Література: 1. Руда І. О., Мельянова Л. В. Міжнародна практика складання та подання балансу. *Економічні науки. Серія : Облік і фінанси*. 2013. Вип. 10. С. 208–212. 2. Михайлова Т. П. Міжнародний облік і аудит. Донецьк : ДонДУЕТ, 2006. 345 с. 3. Міжнародні стандарти фінансової звітності. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_010#Text. 4. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#n147>. 5. Бутинець Ф. Ф. Бухгалтерський фінансовий облік. Житомир : Рута, 2009. 912 с.



СУТНІСТЬ КРЕАТИВНОГО ОБЛІКУ

УДК 657

Бондаренко К. С.

Студент 3 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті досліджено поняття «креативний облік», причини його виникнення, а також переваги та недоліки його впровадження суб'єктами господарювання. Зосереджено увагу на тонкій межі між правомірністю та шахрайством, що часто відбувається при використанні цього методу обліку.

Ключові слова: креативний облік, бухгалтерський облік, шахрайство, переваги, недоліки, фінансовий облік.





Annotation. The article examines the concept of «creative accounting», the reasons for its emergence, as well as the advantages and disadvantages of its implementation by business entities. The focus is on the fine line between legitimacy and fraud that often occurs with this accounting method.

Keywords: creative accounting, accounting, fraud, advantages, disadvantages, financial accounting.



На цей момент існує багато альтернативних способів і методів ведення бухгалтерського обліку, що дає можливість суб'єктам господарювання приховувати та спотворювати певні облікові дані або показники фінансової звітності. Саме тому нині набуває популярності креативний бухгалтерський облік, якому приділяють увагу багато науковців з метою вивчення та вдосконалення в межах чинного законодавства.

Питання креативного обліку в своїх працях розглядали Г. М. Азаренкова, М. С. Пушкар, Ф. Ф. Бутинець, Т. В. Барановська, С. Ф. Голов [1], В. А. Кулик, С. Ф. Легенчук, С. М. Міщенко, Л. В. Чижевська та ін. У своїх дослідженнях вони розкривають питання сутності та сфери застосування креативного обліку, зв'язку креативного обліку з бухгалтерською етикою, пошуку креативних методів бухгалтерського обліку.

Мета статті полягає у дослідженні поняття «креативний облік», визначенні його позитивних і негативних сторін, правомірність застосування.

Креативний, або творчий, облік отримав назву від англійського слова creative – творчий. Вважається, що він являє собою сукупність законних методів, за допомогою яких бухгалтер, використовуючи свої професійні знання, підвищує привабливість фінансової звітності для зацікавлених осіб і знижує податкове навантаження для компанії, на яку працює.

Таким чином, вважається, що творчий початок бухгалтера з державної точки зору негативно впливає на взаємини бюджету і організації з позиції поповнення податкової скарбниці. М. Р. Метьюс і М. Х. Б. Перера стверджують, що креативний облік «в кращих своїх проявах – це будь-який обліковий метод, який не відповідає загальноприйнятій практиці або запропонованим стандартам і принципам. У гірших – це процес підгонки рахунків підприємства, щоб вони представляли в більш прийнятному і вигідному світлі його діяльність в очах акціонерів, інвесторів та інших зацікавлених користувачів [2]».

Креативність обліку залежить не від напрямку інформації та її використання в управлінні, а характеризує вплив, який спрямований бухгалтером на організацію та постановку обліку для цілей управління. З нашої точки зору, слід розглядати креативний облік з позиції впливу професійного судження бухгалтера на достовірне, якісне ведення обліку і складання звітності залежно від поставленої мети.

Головними причинами виникнення креативного обліку є [3]:

по-перше, поділ функцій управління і володіння компанією. Часто топ-менеджмент компанії спотворює звітність для своїх корисних цілей, щоб можна було отримати бонуси і премії або приховати реальний стан справ і показати стабільність компанії, хоча реальна ситуація може бути плачевною. Звичайно, при реальних показниках КРІ застосування креативного обліку зводиться до мінімуму, проте механізми контролю, як внутрішнього, так і зовнішнього, допомагають не дати управлінцям шанс скористатися прийомами креативного обліку;

по-друге, неможливість жорсткої і абсолютно суворої регламентації правил бухгалтерського обліку.

Відповідно, коли бухгалтер висловлює свою професійну думку про відображення того чи іншого факту господарського життя, елемент креативності обліку присутній завжди. Однак у разі, коли в результаті креативного обліку звітні дані формують таку звітність, яка відображає бажану, а не реальну картину про фінансове стан суб'єкта економічної діяльності, значущість, цілі, методи і наслідки цього виду модифікацій звітності можуть тією чи іншою мірою суперечити основним концепціям бухгалтерського обліку.

При креативному обліку можна виділити кілька видів прийомів [4]:

- маніпулювання прибутком;
- маніпулювання оцінками активів;
- створення прихованих резервів;
- створення позабалансових джерел фінансування.

Всі ці креативні облікові прийоми і методи необхідно віднести до негативного типу обліку. Використання цих прийомів дозволяє забезпечити тільки видимість поліпшення фінансового становища організації на кон-



критичний момент. Якщо компанія дійсно збиткова, то ніякі прийоми креативного обліку не здатні врятувати таку компанію від банкрутства.

Безумовно, у креативного обліку можна зазначити переваги, які необхідно враховувати. При використанні цього типу обліку бухгалтер здатний повною мірою реалізувати на практиці всю широту і цілісність своїх професійних суджень, а також підлаштувати й індивідуалізувати систему обліку під специфічні потреби компанії.

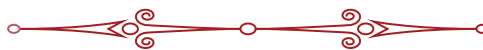
Більш того, креативний облік дозволяє прогресувати обліку не тільки в плані законодавчого оформлення і нормативного регулювання, а й оформлення обліку організації, не виходячи за рамки закону, але з урахуванням поточних цілей організації. Тобто виявлення «сірих» областей обліку та використання їх, щоб в майбутньому регулятор зміг нормативно їх оформити.

З іншого боку, існують явні недоліки креативного обліку, які мають більш вагоме значення порівняно з перевагами. Не можна не зазначити, що креативний облік породжує суб'єктивізм і умовність даних бухгалтерської фінансової звітності, а також креативний облік знаходиться в кроці від прямої фальсифікації даних, що дає широкі можливості для шахрайства.

Таким чином, на сьогодні існують критики та прихильники креативного обліку. Критики бачать в ньому різновид узаконеного шахрайства і вважають, що він призводить до обману і введення в оману зовнішніх і внутрішніх користувачів фінансової звітності. Прихильники креативного обліку бачать в ньому творчий процес, пов'язаний з постановкою обліку конкретних об'єктів, формуванням собівартості продукції, що випускається, складанням бухгалтерського балансу, внутрішньої звітності для користувачів. Отже, при реалізації названих облікових процедур повною мірою реалізується професійне судження бухгалтера. Таким чином, професійне судження є частиною креативного обліку.

Науковий керівник – канд. екон. наук, викладач Серіков Д. О.

Література: 1. Голов С. Ф. Теорія багатоцільового бухгалтерського обліку. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2011. № 4. С. 3–13. 2. Мэтьюс М. Р., Перера М. Х. Б. Теория бухгалтерского учета : учебник. Москва : Аудит; ЮНИТИ, 1999. 663 с. 3. Кадирова А. Р. «Креативний облік» і передумови його виникнення. *Вісник науки і творчості*. 2016. № 1 (1). С. 51–56. 4. Борисова Є. Н. Креативний облік: його роль у наданні інформації. *Економіка та управління в 21 столітті: тенденції розвитку*. 2015. № 16. С. 127–131. 5. Осадча О. О. Основні аспекти формування та відображення інформації щодо фінансових результатів у сучасних облікових концепціях. *Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Серія «Економіка»*. 2013. Вип. 1 (61). С. 152–161. 6. Голов С. Ф. Креативний облік: творчість чи шахрайство. *Економічні науки*. 2010. № 7 (25). С. 360–367.





ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ ПЛАНУВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 005.21:339.9

Борисова П. Є.

Студент факультету 4 курсу
факультету міжнародної економіки і підприємництва ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Статтю присвячено розгляду системи планування на підприємстві. Розглянуто сутність планування і його актуальність для підприємства в умовах ринкової економіки. Виділено основні завдання, види та принципи планування. Розглянуто завдання і функції стратегічного планування, а також відмінності між стратегічним і оперативним плануванням. Наведено етапи організації системи планування.

Ключові слова: планування, економіка, підприємство, нормування, зовнішня економіка.



Annotation. This article is devoted to the consideration of the planning system in the enterprise. The essence of planning and its relevance for an enterprise in a market economy are considered. The main tasks, types and principles of planning are highlighted. The tasks and functions of strategic planning, as well as the differences between strategic and operational planning. The stages of organizing the planning system are presented. The relevance of marketing in strategic planning is highlighted. The effectiveness of the planning system, no matter how complex, depends on the balance of the main elements in its composition, as well as the internal balance of each of the elements separately.

Keywords: planning, economy, enterprise, rationing, foreign economy.



Сучасні динамічно мінливі умови української економіки вимагають розробки і реалізації нових моделей управління, що сприяють підвищенню конкурентоспроможності та ефективності діяльності організацій. Сьогодні питання організації системи стратегічного планування та управління розглядають Г. Азоев, А. Ільїн, Г. Клейнер, Е. Коротков, В. Маркова, Г. Сурков і ін.

Нормування являє собою встановлення мінімальної величини оборотних коштів, необхідних для здійснення нормальної господарської діяльності організації [9, с. 560].

Мета статті: дослідження проблем системи планування на сучасному етапі, знаходження шляхів їх вирішення, розробка сучасних інструментів у цій галузі є актуальними і значущими не лише для теорії, але і для практики управління. У зв'язку з цим тема наукової роботи є актуальною.

У загальному випадку планування визначається як процес постановки цілей і створення схеми дій для їх досягнення [1, с. 280].

ей процес прийняття рішень безперервний, в ході нього встановлюються і уточнюються за часом цілі і завдання розвитку підприємства відповідно до зовнішніх і внутрішніх змін, а також визначаються необхідні ресурси [12, с. 252].

Основна функція планів полягає не в розробці деталей ситуації, наступ якої очікується в майбутньому, але в забезпеченні основи і керівництва для прийняття управлінських рішень. Плани не повинні жорстко дотримуватися напрямку бажаного майбутнього за визначеним шляхом розвитку підприємства [3]. Вони досить адаптивні, включають нові розробки, задачі та можливості. Завдання для команди, відповідальної за планування, – забезпечити необхідне керівництво і лідерство, спільне бачення майбутніх змін.

В умовах невизначеності важливий не сам план як результат зусиль менеджерів, а власне процес планування, що визначає єдину концепцію, загальне уявлення про ризики, наявність ресурсів. Планування в таких умовах дає розуміння того, що підприємство рухається в правильному напрямку і діє за узгодженими сценаріями. У практичній діяльності підприємства набагато легше змінювати план (навіть з урахуванням складних ситуацій), ніж працювати без нього [5, с. 13–15].



При цьому план має бути досить гнучким для адаптації залежно від змін зовнішнього середовища. Планування – це спільний процес за участю ключових партнерів і з урахуванням стратегічної перспективи діяльності підприємства. Воно ґрунтується на первинному аналізі основних факторів і умов, що впливають на діяльність підприємства. Але більша частина інформації, необхідної для здійснення планування, генерується в процесі, що особливо важливо для адаптивності планів до мінливих умов [8].

При визначенні ефективності фінансового планування необхідний облік ризиків фінансового планування, під якими пропонується розуміти ймовірність недосягнення запланованого значення фінансового показника в результаті зміни факторів зовнішнього середовища або неефективності використовуваних в процесі фінансового планування методів, моделей і процедур. Ризики розділені на зовнішні та внутрішні.

До зовнішніх ризиків віднесені:

- ринкові ризики: ризики, пов'язані зі зміною кон'юнктури на ринку продовольства в результаті впливу природно-кліматичних факторів, форс-мажорних обставин тощо;
- інфляції; зміни тарифів підприємствами природними монополіями; фінансові ризики: ризики, пов'язані зі змінами основних фінансових параметрів зовнішнього середовища: податків, митних зборів, процентних і депозитних ставок, умов платежів і розрахунків, обсягів бюджетного фінансування програм, пов'язаних із забезпеченням продовольчої безпеки країни.

Ефективність системи планування, якою б складною вона не була, залежить від збалансованості основних елементів в її складі, а також внутрішньої збалансованості кожного з елементу окремо. Вибір системи планування, адаптованої умов і можливостей конкретного підприємства повинен ґрунтуватися на комплексній діагностиці внутрішнього середовища і оцінки готовності самої системи до ефективного планування та трансформації (в разі необхідності).

Мережевий графік відображає логічну послідовність подій, що сприяють досягненню поставленої мети. Події зазвичай позначаються кружками і зазначеними в них цифрами, а робота – стрілкою, що з'єднує послідовно пов'язані події.

Тривалість роботи позначається числом одиниць часу, яке вказується над стрілкою (дні, місяці); під стрілкою часто вказуються витрати на проведення робіт (рублі, людино-дні). Якщо для переходу від однієї події не потрібно витрат коштів і часу, а на графіку необхідно зобразити взаємозв'язок цих подій, то їх з'єднують без вказівки витрат або пунктирною лінією [4, с. 25]. План цеху включає: виробничу програму, план вдосконалення техніки, технології та організації виробництва, праця і кадри, кошторис витрат (граничну), прибуток (економію від зниження собівартості продукції).

Іншим перспективним методом проєктування діяльності підприємства в майбутньому, як було зазначено раніше, є реінжиніринг. Реінжиніринг використовується в трьох основних ситуаціях.

Процес відтворення і на макро- і на мікрорівнях проходить послідовно чотири фази: виробництво, розподіл, обмін і споживання, провідна роль при цьому належить виробництву. Однак і всі наступні стадії впливають на виробництво, сприяючи або перешкоджаючи його розвитку. Областю виникнення і функціонування фінансів є друга стадія відтворювального процесу, на якій відходить розподіл вартості створеного продукту. Тому основним ознакою фінансів як економічної категорії є їх розподільний характер [6].

Аналіз і оцінка стійкості промислового підприємства обов'язково повинні враховувати попередній досвід функціонування організації, щоб сформувати шкалу оцінки стійкості для експертної оцінки поточного рівня. Використання внутрішньоорганізаційної шкали стійкості замість порівняння з іншими організаціями дозволить дати більш точну оцінку і сформувати варіанти прогнозу стратегічної стійкості промислового підприємства [10].

В сучасних умовах інформаційно-аналітичні системи інших господарюючих суб'єктів, особливо конкуруючих, як правило, закриті для дослідження. Максимальне використання даних управлінського обліку і автоматизованих систем управління промисловим підприємством дозволить максимально підвищити точність фінансово-економічних оцінок поточного стану і перспектив розвитку [3].

Підсумком розробки стратегії є формування стратегічного плану промислового підприємства. В економіці знань стратегічний план промислового підприємства коригується на основі експертних оцінок, емпіричних даних про динаміку розвитку компанії. Стратегічний план є динамічним, що підлягають оперативній коригуванню відповідно до поточного стану соціально-економічної та виробничої сфери промислового підприємства.



В умовах значного розширення можливостей використання інформаційно-аналітичних систем, масового впровадження управлінського обліку інструментарій розробки стратегії на всіх етапах процесу стратегічного управління зазнає змін, які головним чином зачіпають аналіз і оцінку зовнішнього і внутрішнього середовища, фінансове планування [1, с. 40].

При розробці стратегії промислового підприємства керівництво повинне використовувати попередній досвід оцінки основних фінансово-економічних показників, пропозиції експертів компанії як за специфікою виробничого процесу, так і в області кадрової роботи, логістики тощо [8].

Розглянемо методологічний підхід до узгодження в серійному виробництві з невеликою тривалістю виробничого циклу. Виробничий план формується на основі прогнозних оцінок попиту на продукцію підприємства. Однак імовірнісний характер попиту не враховується. Звідси, результат реалізації продукції не збігається з планом [11, с. 114]. Тут і виникає складна задача щодо прийняття рішення у внутрішньому управлінні – поточний, тактичне планування має з найбільшою ймовірністю наблизити фактичні результати роботи підприємства до стратегічних планів в періоді. А це вже наступний крок у плануванні, який є не менш важливим.

Виділено важливі особливості планування в ринковій економіці:

1. Загальноприйнято поділ планів організації на перспективні (стратегічні), тактичні й оперативні.
2. Розробка стратегії в більшості випадків носить формальний характер, не має в своїй основі глибокого аналізу поточного і прогнозу майбутнього стану організації.
3. Частота складання та перегляду планів низька.
4. Широко поширений метод складання бюджетів знизу вгору, в результаті їх узгодження займає багато часу; в процесі затвердження показники бюджету можуть сильно змінюватися вищестоящими керівниками, знижуючи мотивацію виконавців, приводячи до завищення або заниження окремих показників при складанні планів в подальшому.
5. Диференціація функцій планування; підвищення складності розробки та структури плану, облік при цьому вимог маркетингу; значний обсяг елементів перерозподілу ресурсів. Тому робимо висновок, що всі ці етапи повинні бути зв'язані між собою, кожен фактор залежить один від одного.

Для підприємств галузі в цілому характерні такі фінансові проблеми: високі витрати на закупівлю сільськогосподарської продукції, значний обсяг запасів сировини і, внаслідок цього, зростання дебіторської заборгованості на підприємствах галузі, зростання потреби в позиковому капіталі і його висока вартість; спільною проблемою фінансового менеджменту, як показав проведений аналіз, є орієнтація фахівців на поточні параметри діяльності.

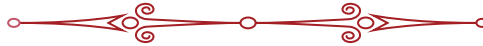
Як показує практика, пряме копіювання західних технологій, в тому числі бюджетування, не приносить бажаного успіху, оскільки не враховує всієї специфіки господарських відносин. Кожне підприємство має відповідально підходити до планування та до стратегій в цілому. Це одна з найважливіших речей у введенні бізнесу. Підхід до планування, на мою думку, повинен ґрунтуватися не на екстраполяції поточного стану і внутрішніх обмежень підприємства, а на баченні напрямків розвитку, необхідних для досягнення поставлених цілей.

Висновок. Уточнено поняття планування в ринкових умовах. Для цього проаналізовано запропоновані трактування цієї категорії різними авторами. Під внутрішньовиробничому плануванні пропонується розуміти процес, що забезпечує управління діяльністю підприємства, спрямований на досягнення поставлених цілей, що базується на даних минулого, прагне визначити і контролювати розвиток підприємства в перспективі на основі кон'юнктурного прогнозу середовища господарювання та ув'язки ресурсів, потенціалу підприємства з цілями його розвитку. Якщо до впливу зовнішніх факторів (загальна економічна ситуація в країні, чинне цивільне, податкове, митне законодавство, стан галузі в регіоні, стан конкурентного середовища тощо) підприємство може тільки пристосовуватися і враховувати їх в своїй діяльності, то внутрішні чинники (конкурентоспроможність підприємства на ринку, масштаб діяльності підприємства, кількість і різноманітність споживаних видів ресурсів, темпи зростання виробництва і реалізації продукції тощо.) необхідно враховувати з метою визначення та використання внутрішніх резервів підвищення ефективності діяльності підприємства.

Система фінансового планування включає в себе: суб'єкти фінансового планування (органи управління підприємством, фінансові служби підприємства).



Література: 1. Гроув Э. С. Высокоэффективный менеджмент. Москва : Филинь, 1996. 280 с. 2. Дафт Р. Л. Менеджмент. Санкт-Петербург : Питер, 2000. 832 с. 3. Друккер П. Як забезпечити успіх у бізнесі: новаторство і підприємництво. Київ : Україна, 1994. 319 с. 4. Економіка підприємства : підручник / за ред. С. Ф. Покропивного. Київ : КНЕУ, 2001. 528 с. 5. Економічний аналіз : навч. посіб. / за ред. М. Г. Чумаченка. Київ : КНЕУ, 2001. 540 с. 6. Карлоф Б. Деловая стратегия. Москва : Экономика, 1995. 238 с. 7. Литвак Б. Г. Управленческие решения : учебник. Москва : Дело, 1998. 248 с. 8. Мескон М. Х., Альберт. М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. Москва : Дело, 1992. 702 с. 9. Немцов В. Д., Довгань Л. Є. Стратегічний менеджмент : навч. посіб. Київ : УВПК Ексоб, 2001. 560 с. 10. Осовська Г. В. Основы менеджменту : навч. посіб. Київ : Кондор, 2003. 556 с. 11. Лэнд. П. Э. Менеджмент – искусство управлять. Москва : ИНФРА-М, 1995. 144 с. 12. Планування діяльності підприємства : навч. посіб. / за ред. В. Є. Москалюка. Київ : КНЕУ, 2002. 252 с.



СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІ ТА МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

УДК 331.101.3

Буй Тхао Мі

Студент 4 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті розглянуто сутність понять «стимулювання» і «мотивація» персоналу підприємства. Розглянуто чинники, що впливають на мотивування працівників. Також розглянуто методи стимулювання персоналу, які сприяють підвищенню продуктивності праці на підприємстві.

Ключові слова: стимулювання, мотивація, персонал.



Annotation. The article defines the essence of the concepts of «stimulation» and «motivation» of the personnel of the enterprise. The factors affecting the motivation of employees are considered. Also incentive methods for staff incentives that contribute to increasing labor productivity in the enterprise.

Keywords: stimulation, motivation, staff.



Для управління персоналом цінними є знання, за допомогою яких можливо управляти процесами мотивації та стимулювання працівників [4], тобто те, яким чином керівництво може прийти до оптимальної керованості цими процесами залежно від обраної мети.

Значний внесок у розвиток мотивації та стимулювання праці персоналу зробили такі вчені: Й. Шумпетер, Д. Рікардо, Дж. М. Кейнс, А. Сміт, А. Маслоу. Серед вітчизняних економістів, які займалися проблемами стимулювання персоналу підприємства, можна виділити таких як: В. Слинков, І. Боднар, А. Колот, Е. Лібанова, В. Данюк, Т. Кір'ян, В. Мікловда, Н. Лук'янченко, Л. Семів, А. Уманський, С. Сардак та багато інших.

Метою написання статті є дослідження й аналіз понять мотивації та стимулювання трудової діяльності в управлінні персоналом, формування методологічної основи мотивації та стимулювання праці на підприємстві.



стві, визначити основні чинники, які необхідно врахувати при створенні ефективної системи стимулювання праці.

Стимулювання праці – це комплекс заходів, які є засобом задоволення конкретних потреб працівника, здебільшого матеріальних [5].

Стимулювання праці персоналу підприємства створює умови для усвідомлення працівником, що він може працювати більш продуктивно, і виникнення бажання, що породжує, своєю чергою, потребу працювати більш продуктивно. Тобто появу у працівника мотивів до більш ефективної праці та реалізації цього мотиву (мотивів) у процесі праці.

Поняття «стимулювання праці» в соціологічній літературі вживається як у широкому, так і в вузькому розумінні. У широкому значенні цього поняття воно охоплює всі, що використовуються в управлінні, методи мотивації, впливу, винагороди, зокрема адміністративні, економічні (матеріальні), соціально-регулятивні. Це такі методи, коли необхідний суб'єкту управління трудовою поведінкою результат досягається завдяки тому, що для суб'єкта праці «збитки» від можливих санкцій за невиконання перевершують витрати на виконання завдання.

Економічне, матеріальне стимулювання праці передбачає внесення в процес мотивації вартісних важелів залучення людей до праці, тобто безпосередній економічний вплив на мотивацію, забезпечення особистої і групової зацікавленості суб'єктів праці в матеріальному заохоченні.

У вузькому розумінні стимулювання праці персоналу підприємства фактично збігається з соціальною регуляцією праці – соціальною мотивацією трудової поведінки, коли спонукання до діяльності здійснюється через задоволення різноманітних потреб особистості, соціальної групи чи трудового колективу [1].

Методи стимулювання можуть бути як заохочувальними, так і каральними.

До заохочувальних методів стимулювання можна віднести:

- бонусні виплати залежно від персонального вкладу,
- премія за відсутність прогулів,
- пільгове харчування,
- додаткові вихідні дні,
- оплачувану відпустку,
- подарунки, і так далі.

До каральних методів стимулювання можна віднести:

- позбавлення бонусів і премій,
- зниження суми заробітної плати за прогули тощо.

Мотивація – це формування внутрішніх спонукальних чинників, що діють через самосвідомість.

Існують різні фактори мотивації, які визначають, що є найбільш важливим для конкретної людини. Як правило, це не один фактор, а кілька. Фактори мотивації прийнято ділити на зовнішні і внутрішні [3].

Внутрішніми факторами мотивації можуть виступати:

- самореалізація,
- самоствердження,
- творчість,
- переконаність,
- цікавість,
- потреба в спілкуванні і т. п.

До зовнішніх факторів мотивації можна віднести:

- гроші,
- кар'єра,
- положення в суспільстві,
- визнання тощо.



Таким чином, мотивація – це процес внутрішніх спонукань, стимулювання же – процес спонукань зовнішніх. З точки зору процесу управління персоналом є цінністю ті знання і методики, за допомогою яких можна управляти процесами мотивації і стимулювання, тобто те, як керівник може збалансувати ці процеси і прийти до їх оптимальної керованості [2].

Для роботодавця метою управління мотивацією і стимулюванням співробітників, перш за все, виступають економічні інтереси, досягнення фінансових і інших планових цілей, часто інтереси працівника і роботодавця можуть бути протиставлені один одному.

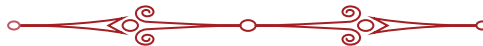
При цьому ключовим показником ефективності організації будуть її економічні результати, які визначаються кількістю і, що головне в умовах ринкової економіки, якістю праці. Обсяг роботи, що надається персоналом свого роботодавця, корелює з соціальними благами, які отримуються ними натомість. За таких симбіотичних відносин можна говорити про певний рівень соціальної ефективності підприємства.

Якщо цей рівень достатній, організація знаходиться в стійкому економічному становищі, отримує прибуток, яка, своєю чергою, дозволяє прямо або побічно вирішувати соціальні завдання і задовольняти інтереси працівників.

Таким чином, управління мотивацією і стимулювання персоналу, через реалізацію особистих цілей співробітників, дозволяє вирішувати економічні завдання підприємства, підвищуючи його соціальну ефективність.

Науковий керівник – старший викладач Нечипорук О. В.

Література: 1. Лукашевич М. П. Соціологія праці : підручник. Київ : Либідь, 2004. 440 с. 2. Пустынникова Е. В. Основы менеджмента : учеб. пособие. Москва : КноРус, 2015. 245 с. 3. Сардак С. Мотивація та стимулювання працівників вітчизняних підприємств. *Україна: аспекти праці*. 2008. № 6. С. 45–51. 4. Сорочайкін А. Н. Інформаційне суспільство та теорія персоналом. *Основи економіки, управління і права*. 2012. № 1 (1). С. 121–125. 5. Сорокочайкин А. Н. Управление персоналом: глоссарий: терминологический словарь. Самара : Самарский ун-т, 2012. 104 с.



АВТОМАТИЗАЦІЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

УДК 657

Бурма П. О.

Студент 3 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті досліджено поняття автоматизації та встановлено його місце у бухгалтерському обліку. Відображено особливості процесу комп'ютеризації ведення обліку на українських підприємствах. Сформульовано основні переваги, недоліки та складнощі запровадження електронного бухгалтерського обліку. Визначено напрям подальших досліджень автоматизації облікових завдань підприємства.



Ключові слова: бухгалтерський облік, автоматизація обліку, інформаційні технології, звітність.



Annotation. The article examines the concept of automation and establishes its place in accounting. The features of the process of computerization of accounting at Ukrainian enterprises are reflected. The main advantages, disadvantages and difficulties of implementing electronic accounting are formulated. The direction of further research of automation of accounting tasks of the enterprise has been determined.

Keywords: accounting, accounting automation, information technology, reporting.



Розвиток інформаційних технологій останні десятиліття відбувається надзвичайно швидкими темпами, заціпаючи, без перебільшення, всі сфери життя сучасної людини, а в питаннях якісного й ефективного управління бізнесом автоматизація відіграє особливо важливу роль.

Отже, бухгалтер сьогодні не може навіть собі уявити процес ведення обліку на підприємстві без широкого застосування засобів цифрових технологій. Саме тому однією з основних прикладних проблем формування бухгалтерської звітності є процес її автоматизації та поєднання з останніми здобутками зі світу комп'ютерних технологій.

Метою цієї статті є дослідження специфіки процесів автоматизації бухгалтерського обліку на підприємствах, дослідження переваг і недоліків запровадження інформаційних технологій у роботу бухгалтерів.

Актуальність обраної теми статті обумовлена тим, що автоматизація бухгалтерського обліку українських підприємств по праву вважається одним із пріоритетних завдань на цьому проміжку розвитку економічного суспільства. До того ж у зв'язку з пандемією чимала кількість підприємств була змушена перейти на віддалений формат роботи, що ще більше загострила необхідність застосування сучасних інформаційних і цифрових технологій.

Питання вивчення особливостей впровадження автоматизованих процесів у бухгалтерський облік знаходять своє відображення у працях М. Бідухи, Т. Микитенка, Х. Алієва, В. Казановської, Н. Гайдука, І. Слободняка й ін.

Спершу розглянемо саме поняття автоматизації та його зв'язок із бухгалтерським обліком. Під автоматизацією слід розуміти один із напрямів сучасного науково-технічного прогресу, який передбачає активне застосування саморегулюючих технічних інструментів та математичних методів для звільнення працівників підприємства від безпосередньої участі у процесах отримання, перетворення, а також передачі й використання енергії, різноманітних матеріалів, виробів чи інформації з метою суттєвого зниження ступеня задіявання людського ресурсу в потокових операціях [1].

І варто зазначити, що бухгалтери у своїй роботі застосовують програмні продукти у тій чи іншій формі вже десятки років. Класичним, добре відомим кожному економісту, прикладом є програма MS Excel, яку можна використовувати для автоматизації найпростіших процесів і полегшення виконання різноманітних облікових завдань.

Окрім цього базового застосунку, весь час з'являються нові й нові комп'ютерні програми з автоматизації, які стають широко затребуваними у сфері бухгалтерського обліку та здобувають популярність як на малих і середніх підприємствах, так і на великих економічних гігантах.

Основними посланнями до застосування сучасних цифрових технологій у процесах бухгалтерського обліку, а разом і його перевагами є такі положення:

1. Упорядкування й оптимізація практичного ведення бухгалтерського обліку на підприємствах.

Автоматизація облікових процесів передбачає скорочення часу на обробку первинних даних, формування необхідних звітів, довідок, виписок, мінімізацію особистих дій бухгалтера для отримання кінцевого результату [2]. Наприклад, якщо раніше при використанні ручної технології ведення бухгалтерського обліку на окремі операції з калькулювання собівартості були потрібні кілька годин роботи та проведення великої кількості розрахунків, то з використанням автоматизованих технологій весь процес займає лічені хвилини і включає мінімальну кількість операцій, які необхідно здійснити безпосередньо бухгалтеру. Саме мінімізація часу на ведення бухгалтерського обліку – головного обмеженого ресурсу – є ключовим стимулом до цифрового вдосконалення бухгалтерського обліку.



2. Зниження числа помилок у звітності.

Використання вбудованих алгоритмів внутрішнього автоматизованого контролю бухгалтерських даних дозволяє суттєво мінімізувати вірогідність здійснення помилки під час ведення обліку, які людський фактор зовсім не виключає. Наприклад, застосовуючи спеціальне програмне забезпечення, бухгалтер не зможе помилково відпустити матеріалів на виробництво більше, ніж їхня кількість на складі, завдяки вбудованим перевіркам за різними класифікаторами. Також комп'ютерні програми дозволяють одночасно пов'язати три найважливіших звітних форми – бухгалтерський баланс, звіт про прибутки й збитки і звіт про рух грошових коштів. Вмонтувавши відповідний алгоритм в інформаційну систему, можна отримати ряд найважливіших контрольних співвідношень та уникнути можливих помилок, які є неприйнятними для бухгалтерської та фінансової звітності згідно до пункту 1 статті 3 Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [3], який регламентує, що фінансова звітність, складена на підставі даних бухгалтерського обліку, повинна надавати користувачам для прийняття рішення повну, правдиву і неупереджену інформацію про фінансовий стан та результати діяльності підприємства.

3. Підвищення якості, актуальності та оперативності представлених облікових даних.

Сучасні досягнення у сфері інформаційних технологій здатні не лише зменшити кількість арифметичних помилок у процесі проведення бухгалтерського обліку, а й завдяки організації єдиної інформаційної бази підвищити якість розрахунків. Крім того, сучасні інформаційні системи в значній мірі розширюють вже наявні в компанії аналітичні можливості бухгалтерського обліку, з'являється можливість вести бухгалтерський облік паралельно одночасно в декількох стандартах. Застосування автоматизованих технологій у процесі проведення бухгалтерського обліку значною мірою підвищує рівень його оперативності.

4. Підвищення ефективності управлінської функції за фінансово-господарською діяльністю підприємства.

Сучасні комп'ютерні системи здатні забезпечувати диференційований доступ до необхідної інформації й розподілу функцій. Таким чином виникає реальна можливість оперативного оцінювання та контролю за діяльністю підприємства з боку його керівництва [4].

Однак слідом за списком причин на користь запровадження автоматизації бухгалтерського обліку на українських підприємствах варто навести ряд недоліків та складнощів цього процесу:

1. Висока вартість.

При покупці локальної версії програмного забезпечення підприємство отримує право лише на одноразову установку модуля, проте для більшості підприємств цього буде недостатньо, а для того, щоб отримати можливість установки програми на кілька комп'ютерів, необхідно придбати мережеву версію або кілька «локальних» комплектів [5].

2. Часті оновлення нормативно-правової бази, яка встановлює правила обліку, звітності та оподаткування.

Наявність постійних змін у нормативно-правовій базі обумовлює складнощі при виборі програмного продукту, бо за таких умов ключовою характерною особливістю засобів автоматизації бухгалтерського обліку на підприємстві повинна бути їхня велика гнучкість, оновлюваність і здатність відображати зміни зовнішніх умов [6].

3. Некомпетентність співробітників.

Для успішного здійснення автоматизації бухгалтерського обліку співробітники підприємства, які відповідають за облікові процеси, повинні мати не лише спеціалізовані знання, а й навички вільної роботи з комп'ютером. Саме тому запровадження електронного бухгалтерського обліку вимагає від керівників підприємства організації навчання співробітників, які претендують стати користувачами програмного модуля, або ж проведення заміни кадрового персоналу на більш кваліфікованих фахівців.

4. Складнощі перенесення архівних даних в нову інформаційну систему

У більшості випадків у процесі впровадження автоматизованої системи підприємство вже має певний пласт інформації, що відображає господарські операції за тривалий період часу і яку необхідно перенести в нову систему. Однак ручне введення значного обсягу даних може привести до допущення помилок.

5. Забезпечення постійної технічної підтримки автоматизованих систем бухгалтерського обліку

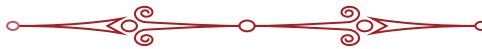


Як відомо, ведення бухгалтерського обліку має бути безперервним, а надання звітності до податкової інспекції – обов'язковим, тому необхідна наявність на підприємстві такого працівника, який буде сприяти найбільш повному використанню всіх можливостей програмного продукту.

Отже, у підсумку варто зазначити, що станом на сьогодні процеси автоматизації бухгалтерського обліку є пріоритетним напрямом подальшого розвитку українських підприємств. Адже програмні продукти для бухгалтерів є важливим інструментом в оптимізації діяльності економічних суб'єктів, яка в кінцевому рахунку може створити всі умови для підвищення конкурентоспроможності та ефективності підприємств. Проте, незважаючи на візуальну простоту впровадження автоматизованих інформаційних систем у бухгалтерський облік економічних суб'єктів, необхідно враховувати, що цей процес має свої нюанси та недоліки, які необхідно досліджувати детальніше, щоб сформулювати чітке уявлення про них задля успішної реалізації автоматизації ведення обліку на підприємстві.

Науковий керівник – канд. екон. наук, викладач Серіков Д. О.

Література: 1. Алиев Х. М. Особенности интеграции управленческого и бухгалтерского учета на уровне методологии, техники учета и автоматизации. *Экономика и предпринимательство*. 2020. № 5 (118). С. 1183–1186. 2. Слободняк И. А. Актуальные проблемы автоматизации бухгалтерского учёта. *Международный бухгалтерский учёт*. 2014. № 1 (295). С. 18–19. 3. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.1999 № 996-XIV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14>. 4. Гайдук Н. В., Карпенко И. А., Рудович Ю. Ю. Проблемы автоматизации бухгалтерского учета на предприятии и бухгалтерские информационные системы. *Colloquium-journal*. 2019. № 14-6 (38). С. 21–23. 5. Казановська В. О. Удосконалення обліку в умовах автоматизованої обробки облікової інформації. *Фінанси України*. 2012. № 74. С. 83–90. 6. Білуха М. Т., Микитенко Т. Д. Методологія бухгалтерського обліку в електронному середовищі. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2011. № 8. С. 50–54.



МЕХАНІЗМ І МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ МОТИВАЦІЄЮ ПЕРСОНАЛУ

УДК 331.101.3

Бихун І. С.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті розкрито основні методологічні підходи та методи мотивації персоналу, та види його стимулювання. Розглянуто схему механізму мотивації праці та його складових. Здійснено класифікацію мотиваційних методів і наведено їхню характеристику.

Ключові слова: мотивація персоналу, механізм мотивації праці, методи мотивації персоналу, стимулювання праці.





Annotation. The article reveals the main methodological approaches and methods of staff motivation and the types of its stimulation. The scheme of the labor motivation mechanism and its components is considered. The classification of motivational methods is carried out and their characteristics are given.

Keywords: staff motivation, labor motivation mechanism, staff motivation methods, labor stimulation.



Мотиваційні процеси в підприємницькій діяльності безперервні, що пояснюється майже постійною відсутністю у працівників відчуття повного задоволення своїх потреб, у зв'язку з чим пошук нових механізмів задоволення потреб працівників залишається головною задачею підприємців і менеджерів [1, с. 1]

Питаннями мотивації персоналу та його стимулюванням цікавилися відомі як вітчизняні, так і зарубіжні вчені Д. Мак-Грегор, Д. Мак-Клеланд, А. Колот, С. Занюк, А. Кібанов, С. Занюк, О. Крушельницька, Е. Уткін та ряд інших економістів, які висвітлювали теоретичні дані своїх досліджень. Але цим роботам не вистачає узагальненості та систематизації головних аспектів мотивації персоналу та методів стимулювання.

Метою статті є дослідження та узагальнення теоретично-методологічних аспектів формування мотиваційного механізму та методів стимулювання праці персоналу на сучасних підприємствах.

Мотивація працівників є одним із ключових способів підвищення ефективності трудової діяльності, оскільки орієнтація на людський фактор і створення належної мотиваційної основи дозволяють отримати зростання продуктивності праці. За вчинками й ухваленими рішеннями, від яких залежить успішність ведення бізнесу, стоять певні мотиви працівників, тому їх аналіз набуває особливої актуальності.

Мотивація та стимулювання як методи управління працею персоналу є протилежними за своїм спрямуванням: перший націлений на зміну наявного стану, коли другий – на його закріплення, проте вони доповнюють один одного.

Стимулювання праці розуміє під собою створення умов, за яких активна трудова діяльність дає певні, раніше зафіксовані результати, та стає достатньою і необхідною умовою задоволення значних і соціально обумовлених потреб працівника, формування у нього мотивів до праці. Ціль стимулювання персоналу полягає в його спонуканні не до безпосередньої трудової діяльності, а до прагнення та зацікавленості у кращій, більш продуктивній праці, ніж це обумовлено трудовими відносинами [2, с. 294].

На сьогодні існує досить потужна методологічна основа для створення мотиваційної системи заходів, а також широкий інструментарій, що дає змогу сформулювати специфічний для окремого підприємства механізм заохочення до активної трудової діяльності. Досвід показує, що без виконання фактичної роботи з його розробки, навіть досконало складені плани та найсучасніша структура організації мало чого варті при спробі досягти ефективної взаємодії суб'єктів спільної діяльності [3, с. 8].

Механізм мотивації праці – діалектична сукупність взаємозв'язаних, взаємообумовлених і цілеспрямованих економічних інструментів, важелів і чинників, методів і форм спонукання людей до праці, а також узгодження інтересів економічних суб'єктів певної територіальної цілісності. Тобто це складний комплекс економічних, соціальних, психологічних, моральних та інших чинників, що є спонукальними мотивами до праці. Він специфічним чином проявляється в кожній економічній системі завдяки своїй мобільності та змінності, що і є найголовнішою особливістю мотиваційного механізму [4, с. 20].

В основу розробки більшості його схем і моделей на перших етапах вивчення було покладено потреби, проте з обмеженою конкретикою способів їх задоволення та форм реалізації. Згодом у результаті аналізу більш складних суспільних відносин, вчені дійшли висновку, що необхідно брати до уваги ще й чинники внутрішнього «неекономічного» характеру. Розглянемо умовну узагальнену схему мотиваційного механізму трудової діяльності з його основними елементами на рис. 1.

Науковці погоджуються, що у формуванні мотиваційного механізму беруть участь як внутрішні, так і зовнішні чинники. У методологічному плані розділити внутрішню та зовнішню мотивацію неможливо, а трудові відносини неможливо здійснювати в ізоляції від зовнішнього середовища, тому необхідно враховувати механізм суспільної мотивації трудової діяльності.

Наведена вище схема демонструє суб'єктів, об'єктів та умовну систему взаємозв'язку між ними й завданнями, що постають перед керівництвом підприємства та його працівниками. Служба управління персоналом виступає суб'єктом такого механізму, при цьому її функціями є не лише мотивація та стимулювання підлеглих, але й реалізація комплексу завдань.

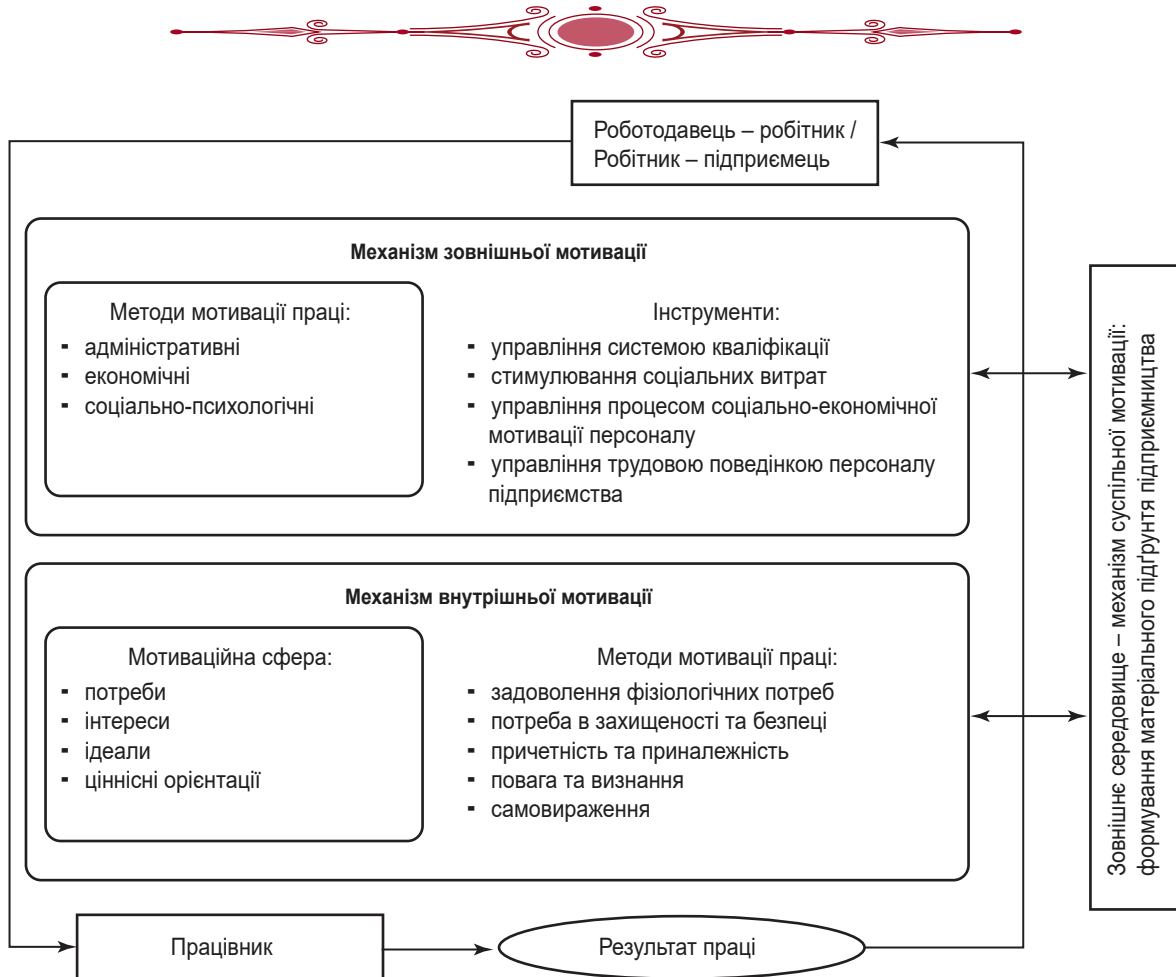


Рис. 1. **Схема мотиваційного механізму праці** [4, с. 21]

Об'єктами мотиваційного механізму є персонал підприємства, але також розглядаються і потенційні працівники, тобто робоча сила на ринку праці. Так утворюється взаємодія із зовнішнім середовищем, оскільки суб'єкти механізму мотивації праці впливають не лише на внутрішні об'єкти схеми, тобто на найманих працівників, а й формують матеріальне підґрунтя підприємництва. Таким чином, мотиваційний механізм має вигляд системи виробничих відносин.

Суспільство розробляє механізми та засоби, за допомогою яких буде можливо впорядковувати та врегульовувати людську трудову діяльність.

У процесі праці також формується соціальна взаємодія, а беручи до уваги те, що психологічний характер є досить складним, не можна ігнорувати самостійність працівника у вирішенні того, як поводитися, коли його змушують виконувати ту чи іншу діяльність. Проте його діяльність не є абсолютно довільною, що й обумовлює використання спонукальних методів мотивації при управлінні персоналом на підприємстві [5, с. 53].

Мотиваційними методами вважаються способи управлінського впливу на персонал для досягнення цілей організації.

Вони засновані на дії законів і закономірностей управління та припускають застосування різних прийомів впливу на персонал для активізації діяльності [6, с. 75].

Розглянемо на рис. 2 класифікацію мотиваційних методів за ознаками з наведенням характеристик цих методів і можливими способами їхнього застосування.

Також найширшою групою ознак є група методів за характером їхнього впливу. Вони поділяються таким чином:

- соціальні та психологічні: специфічні способи впливу на зв'язки та міжособистісні стосунки в колективах, на їхні соціальні процеси (соціальні плани, моральні стимули);
- адміністративно-розпорядчі: впливають на діяльність організації в цілому та на окремих працівників (інструкції, накази, догани);



Методи управління мотивацією персоналу підприємств	Ознака	Методи	Характеристика	Застосування
	За напрямом впливу	прямого впливу		Безпосередній вплив на керовану систему
непрямого впливу			Створюють умови для впливу на неї	Стимули, методи формування колективу
За формою впливу	кількісні		Вплив із використанням кількісних показників	Калькуляції, нормативи витрат, кошторис, бюджет
	якісні		Вплив із використанням якісних показників	Добір колективу за психофізичними факторами
За способом врахування інтересів персоналу	матеріальної мотивації		Враховують майнові та фінансові інтереси персоналу	Матеріальні (економічні) стимули
	соціальної мотивації		Стимулювання до орієнтації на соціально важливі інтереси	Соціальні норми, моральні стимули
	владної мотивації		Орієнтація на організаційно-розпорядчі документи та чітке їх виконання	Організаційно-розпорядчі документи (накази, вказівки)

Рис. 2. Основні методи управління мотивацією персоналу [3, с. 36]

- погоджувально-договірні: задовольняють інтереси працівника та підприємства (колективні переговори, договори, взаємні консультації з регулювання трудових відносин);
- економічні: реалізують матеріальні інтереси участі людини у виробничих процесах, завдяки товарно-грошовим відносинам, для задоволення її потреби (застосовуються як економічні плани та матеріальні стимули).

Відображена класифікація методів демонструє, яким чином можна керувати мотивацією працівників з погляду варіантів регулювання, тобто за допомогою певних документів у тому числі.

Щоб мотиваційний механізм працював належним чином і досягав своєї мети ефективного мотивування персоналу, керівникам важливо розуміти, що методи управління мотивацією персоналу визначаються не лише грошовою мотивацією, а ще й направлені на задоволення інших потреб. Мотиваційні заходи необхідно не лише комбінувати, але й періодично чергувати та навіть змінювати, оскільки за умови їхнього довгого та постійного використання, вони втрачають результативність.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Кривобок К. В.

Література: 1. Бутенко Д. С. Роль та значення мотивації в підприємницькій діяльності // Сучасні проблеми управління підприємствами: теорія та практика : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Одеса, 3–4 берез. 2020 р.). Одеса, 2020. С. 29–30. 2. Крушельницька О. В., Мельничук Д. Л. Управління персоналом : навч. посіб.



Київ : Кондор, 2005. 308 с. **3.** Нижник В. М., Харун О. А. Механізм мотивації високопродуктивної праці персоналу підприємств : монографія. Хмельницький : ХНУ, 2011. 210 с. **4.** Проданова Л. В., Котляревський О. В. Мотиваційний механізм розвитку підприємницької діяльності в економіці України : монографія. Черкаси : ЧДТУ, 2019. 240 с. **5.** Попов В. П., Крайнюченко И. В. Генезис мотивации. *Менеджмент в России и за рубежом*. 2003. № 3. С. 53–55. **6.** Сладкевич В. П. Мотивационный менеджмент : курс лекций. Киев : МАУП, 2001. 168 с.



ІНФЛЯЦІЯ: ЇЇ ВИДИ ТА ПРИЧИНИ

УДК 336.748.12

Венедіктова В. В.

Студент 1 курсу
факультету міжнародної економіки і підприємництва ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. В економіці інфляційні процеси мають негативний вплив на всі сфери суспільного життя, що робить цю проблему актуальною. У статті визначено сутність макроекономічної категорії «інфляція», розглянуто основні її форми, проведено аналіз інфляційних процесів на території України за останнє десятиріччя.

Ключові слова: інфляція, економіка, емісія, грошовий обіг, попит, пропозиція, індекс споживчих цін (ІСЦ).



Annotation. In the economy inflationary processes have a negative impact on all spheres of public life, which makes this problem relevant. The article defines the essence of the macroeconomic category «inflation», considers its main forms and analyzes the inflationary processes in Ukraine during the past decade.

Keywords: inflation, economy, emission, cash flow, demand, supply, Consumer Price Index (CPI).



Постановка проблеми. Багато країн світу переходять на ринкову економіку, і Україна не є виключенням. Такий крок призвів до підвищення значення грошей. Тому Україна, як країна перехідної економіки, зіткнулася з підвищенням цін, що в результаті призвело до такого негативного економічного явища, як інфляція. Якщо порівняти сучасну економіку і століття тому, то раніше інфляція виникала лише за непередбачуваних обставин.

Наприклад, під час війни, коли держава змушена підвищити кількість грошей в обігу, щоб задовольнити всі воєнні потреби. Але в сучасному світі інфляція стала хронічним захворюванням економік багатьох країн світу.

Тому вирішення проблем, пов'язаних із функціонуванням грошового господарства, актуальне не тільки під час проведення теоретичних досліджень, а і для практичних дій для покращення народного господарства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сутність, зміст, причини виникнення інфляції та можливі напрями боротьби з нею розглянули у своїх напрацюваннях такі вітчизняні вчені-економісти: А. В. Базилевич [1], В. О. Рибалкін [2], Ю. В. Ніколенко, С. В. Мочерний [3], В. Д. Сірко, О. І. [4], Барановський та ін. Їх методи дослідження та подолання відрізняються, що обумовлене різними факторами впливу: внутрішніми та зовнішніми. Тому навіть беручи до уваги широку географію напрацювань, які досліджують це питання, його ще зарано вважати закритим.



Метою статті є постановка змісту інфляції та визначення сутності основних її форм; розбір усіх передумов її виникнення та аналіз інфляційних процесів, які відбувалися в Україні.

Спочатку може з'явитися враження, що інфляція – це процес знецінення грошей через надмірну їх емісію, спричинену порушенням закону грошового обігу, що призводить до зростання цін на товари та послуги. Але насправді сутність інфляції є набагато змістовнішою. Її перше виникнення як макроекономічного явища було зафіксовано в Північній Америці у другій половині XVIII ст. Виникла вона через спробу уряду не забезпечити товарами гроші витратити на військові потреби, що порушило закони грошового обігу та призвело до їх знецінення.

Варто зазначити, що схожий процес був ще за часів рабовласництва, коли панівна верхівка в надмірній кількості карбувала монети. Під час капіталізму інфляція вже була результатом війн та соціально-економічних потрясінь. Тому навіть історично склалося так, що інфляція виступає показником фінансової нестабільності, яка вимагає негайного запровадження заходів для її подолання. Зазвичай це обов'язок офіційних державних структур [1].

Що ж до причин виникнення інфляції в сучасності, то насправді підвищення цін виступає її зовнішнім проявом, але це не є її глибинною сутністю та причиною виникнення. Тому її можна вважати неоднозначним процесом, адже починається все з підвищення цін, з одного боку, що призводить до знецінення грошей – з іншого. А це вже справляє негативний вплив на життя всіх верств населення, адже кількість товарів і послуг, які можна було придбати на одну й ту ж суму грошей, зменшується.

Тому інфляція, перш за все, виникає в результаті порушення економічної рівноваги, спричиненої рядом внутрішніх і зовнішніх причин. Серед них виділяють основні [2; 3]:

- грошова емісія, не забезпечена товарною масою;
- кредитна емісія;
- завищення офіційного валютного курсу;
- зростання державного дефіциту та державного боргу;
- розширення податкової бази та підвищення податків;
- мілітаризація економіки;
- необґрунтоване збільшення пільг;
- значні обсяги незакінченого виробництва;
- диспропорції у структурі народного господарства.

Якщо внутрішні причини інфляції зазвичай регулюються офіційними державними структурами, то урегулювання зовнішніх її факторів залежить від стану світового ринку, що значно ускладнює самостійне подолання державою інфляційних процесів.

Це пов'язане з інтернаціоналізацією господарських зв'язків різних держав, що незмінно призводить до ускладнення міжнародних валютно-кредитних відносин і загострення конкуренції на світових ринках капіталів, робочої сили, товарів і послуг.

Проаналізувавши сказане, можна дати таке визначення: інфляція – це знецінення грошей, спричинене диспропорціями в суспільному виробництві й порушенням законів грошового обігу, яке виявляється у стійкому зростанні цін на товари та послуги. Можливі різноманітні форми інфляції, але виділяють такі її типи відповідно до різних ознак (рис. 1).

Відкритою є та інфляція, за якої підвищення цін є індикатором порушення загальної економічної рівноваги у структурі суспільного попиту та пропозиції. Розвиток відкритої інфляції ніким не стримується, відбувається вільно [4].

Прихована інфляція характеризується порушенням загальної рівноваги грошового попиту та пропозиції в економічній системі, яка перебуває під державним контролем. Характерними рисами цього виду інфляції скоріше є дефіцит товарів, аніж підвищення цін. Прикладом може слугувати стан економіки СРСР 1980-х років: 1991 р. було зафіксовано зниження товарної конвертованості грошової одиниці до 28 %.

Повзуча інфляція розвивається повільно, з поступовими темпами зростання цін, які не повинні перевищувати 10 % на рік. Цей вид інфляції є допустимим, навіть бажаним, адже він стимулює економічний розвиток, але за умови, що держава контролює економічну ситуацію.

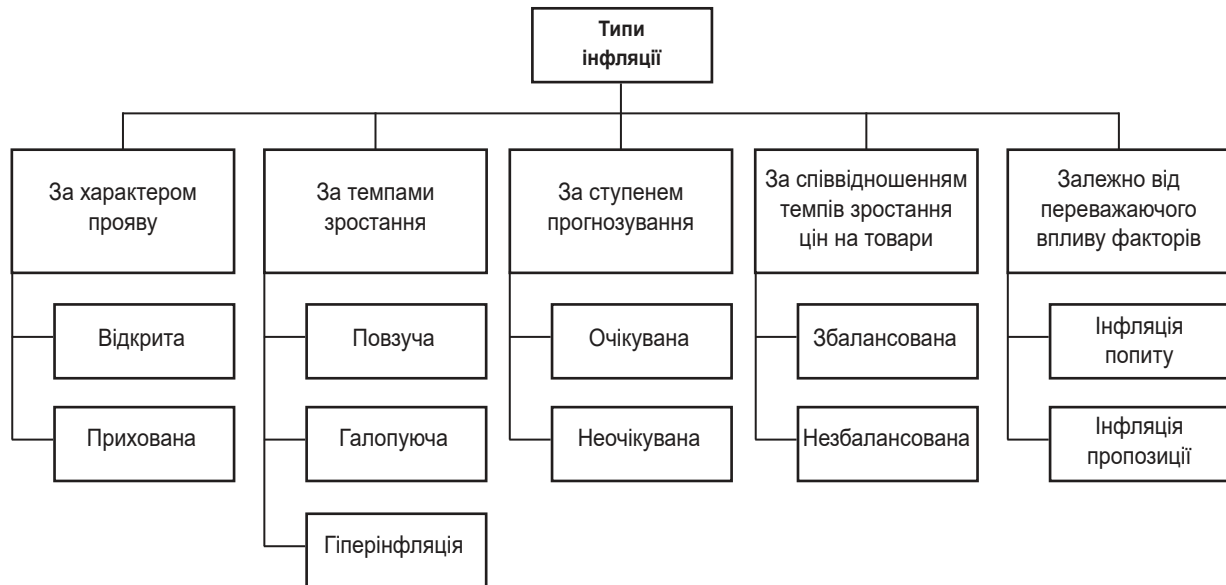


Рис. 1. Типи інфляції [1; 4]

Індикатором галопуючої інфляції є 10–100 % річні темпи зростання цін, що призводить до загострення економічних суперечностей і соціальних негараздів у суспільстві.

Гіперінфляції характерні дуже швидкі темпи зростання цін – понад 100 % на рік. У цей період держава змушена постійно збільшувати кількість грошей великих номіналів в обігу, адже дрібні купюри знецінюються, що призводить до їх виходу із каналів грошового обігу. На цій стадії можна спостерігати такі явища: поширення бартерних операцій; значні коливання цін в усіх секторах економіки; порушення фінансово-кредитного механізму; нестабільні стихійні процеси в економіці.

Очікувана інфляція є помірною та прогнозованою. Неочікувана інфляція є непередбачливою для економічних суб'єктів, адже виникає в результаті неочікуваних змін попиту та пропозиції.

Під збалансованою розуміють таку інфляцію, за якої товари та послуги різних груп дорожчають одночасно, а тому їх ціни незмінні відносно один одного.

Інфляція попиту виникає через перевищення попиту над пропозицією. Надмірне зростання попиту урівноважується зростанням цін, тобто зростанням рівня інфляції. Також можна почути визначення «монетарна інфляція». Зазвичай вона відбувається за екстремальних умов, таких як, наприклад, війни, революції та катаклізми, адже за нормальних умов функціонування економіки проблемою повинен бути збут продукції, а не її дефіцит.

Інфляція пропозиції (інфляція витрат) виникає у разі зростання цін через зростання виробничих витрат. У такому випадку, щоб залишитися на попередньому рівні обсягів пропозиції, потрібно збільшити попит шляхом підвищення грошових витрат.

Індекс споживчих цін є одним із найточніших показників для виміру інфляції. Динаміку його зміни в Україні періоду 2010–2020 рр. наведено на рис. 2.

Проаналізувавши динаміку ІСЦ протягом наведеного періоду, можна побачити, що свого піку інфляція досягла у 2014–2015 рр. Її зумовило підвищення цін на три такі фактори: житлово-комунальні послуги; продукти харчування; алкоголь та тютюнові вироби. У 2016 р. спостерігається значне зниження цін до рівня 12,4 %, що є доволі близьким до прогнозів Національного банку, який в інфляційних звітах передбачав зростання цін на 12 %.

Такі позитивні зміни були досягнуті урядом шляхом підтримки фіскального дефіциту, збільшенням значення облікової ставки та одночасним її зниженням. Що ж до 2017 р., то фактичний рівень інфляції виявився навіть нижчим, ніж очікувалось. У 2018–2020 рр. спостерігається хоча і довше за очікуване, але поступове зниження споживчої інфляції, що незмінно призведе до досягнення цільових показників.

Таким чином, визначення сутності явища інфляції та розбір її форм дає можливість зробити точний аналіз поточного стану економіки, а правильна постановка проблеми і є ключовим моментом у запровадженні

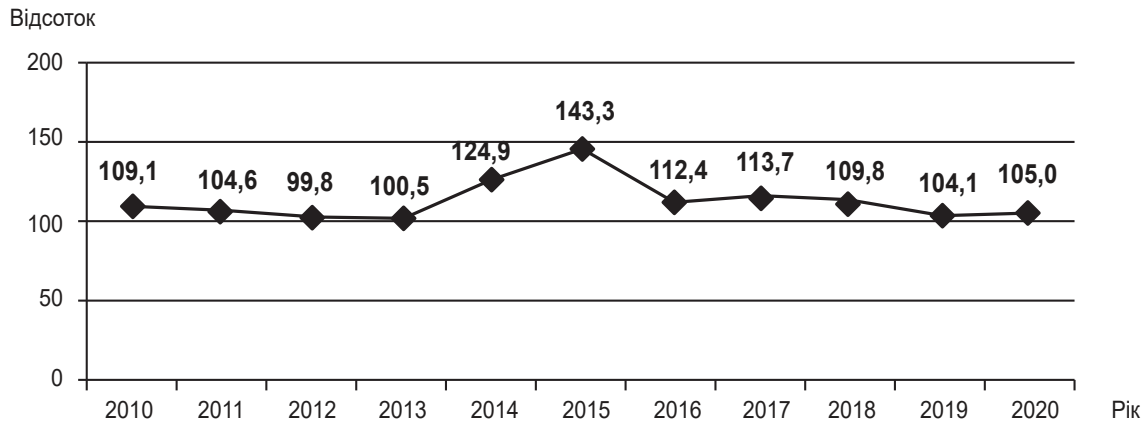


Рис. 2. Динаміка зміни індексу споживчих цін 2010–2020 р., % [5; 6]

діючих заходів щодо подолання інфляційних явищ. Жодна країна не застрахована від інфляційних процесів, тому інфляція не оминула і Україну. Наразі наша держава намагається урегулювати проблеми, пов'язані з інфляцією, беручи до уваги досвід інших країн, але враховуючи всі особливості національної економіки. Ситуація у світі, яка склалася через COVID-19, ускладнює проведення антиінфляційної політики, тому є потреба в постійному дослідженні світового та національного ринку задля усунення проблем ще на початковій стадії їх утворення.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Шифріна Н. І.

Література: 1. Базилевич В. Д. Економічна теорія: Політекономія : підручник. Київ : Знання-Прес, 2008. 719 с. 2. Рибалкін В. О., Хмелевський М. О., Біленко Т. І. Основи економічної теорії : навч. посіб. Київ : Академія, 2002. 352 с. 3. Мочерний С. В. Основи економічної теорії / за ред. С. В. Мочерного. Київ : Академія, 1998. 463 с. 4. Сірко А. В. Економічна теорія. Політекономія : навч. посіб. Київ : Центр учб. літ., 2014. 416 с. 5. Індекс інфляції України // Фінансовий портал Мінфіну URL: <http://index.minfin.com.ua/index/infl/>. 6. Інфляція в Україні: минуле, сьогодення та майбутнє. URL: <http://voxukraine.org/2015/03/31/inflation-in-ukraine-past-present-and-future-ukr/#imageclose-7561>.





ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА УКРАЇНИ В СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

УДК 005.915.005.51

Віксман М. О.

Студент 2 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті розглянуто статичний підхід до формування стратегії забезпечення економічної безпеки підприємств України в умовах євроінтеграції. Проаналізовано теоретичні аспекти складових економічної безпеки із зазначенням їх детальних характеристик і впливом кожної складової на значення для економічної безпеки України. Визначено сучасний зміст поняття економічної безпеки держави.

Ключові слова: економічна безпека, держава, євроінтеграція, консолідація, підприємство.

Annotation. The article considers a static approach to the formation of a strategy for ensuring the economic security of Ukrainian enterprises in the context of European integration. Theoretical aspects of the components of economic security are analyzed, indicating their detailed characteristics and the influence of each component on the significance for the economic security of Ukraine. The modern meaning of the concept of economic security of the state is determined.

Keywords: economic security, state, European integration, consolidation, enterprise.

Наприкінці ХХ ст. у світі відбулися глобальні зміни, які призвели до трансформації поглядів на зовнішню політику, національну безпеку, архітектуру міжнародної безпеки взагалі. Пішло в небуття блокове протистояння, відбувається переоцінка системи ризиків для сучасної держави і, що найголовніше, ми є свідками все більшої прагматизації відносин між країнами, в основі яких домінують економічні чинники.

Україна, створюючи систему національної безпеки, адаптовану до міжнародних вимог, прагне брати активну участь в універсалізації регіональної, європейської та глобальної систем безпеки на всіх стадіях цього процесу – від розробки концепції до участі в конкретних спільних діях. Для нас надзвичайно важливо, що внесок України у розробку моделі безпеки ХХІ ст. знайшов своє втілення у положеннях Хартії європейської безпеки ХХІ ст., ухвалені під час Стамбульського саміту ОБСЄ.

Головним стратегічним напрямом національної безпеки та сутнісним орієнтиром зовнішньої політики України є інтеграція у європейські структури, включаючи і структури безпеки. В умовах дотримання багатовекторності зовнішньої політики принциповий європейський вибір зумовлюється не сьогоденною кон'юнктурою, а довготерміновими національними інтересами.

Створення нової європейської архітектури безпеки розглядається через призму самоусвідомлення ЄС своєї ролі у зазначеній сфері. Окремою у працях науковців розглядається економічна безпека розвитку пост-радянських країн у цілому й України зокрема. На нашу думку, слід виділити дослідження таких учених, як: В. Паламарчук [1], З. Кочетов [2], В. Мармазов [3], О. Чалий [5], Ю. Тарасюк [7] та ін.

Україна інтегрується до загальноєвропейської спільноти та розглядає поглиблення інтеграційних процесів на континенті як необхідну передумову створення системи глобальної безпеки, що відповідатиме вимогам наступного століття. Із входженням до Ради Європи у нашої країни з'явилися принципово нові можливості для застосування багатовікового досвіду демократичних держав Європи у практиці будівництва. Україна після здобуття незалежності стала членом ОБСЄ, приєдналася до Центральноевропейської ініціативи, зміцнила співробітництво з такими впливовими міжнародними інституціями, як Міжнародний валютний фонд, Всесвітній банк і Європейський банк реконструкції та розвитку.

Підписання базових політичних договорів з Росією та Румунією, угод щодо Чорноморського флоту, договорів про державний кордон з Білоруссю і Молдовою та спільної заяви президентів України та Республі-



ки Польща до злагоди та єднання стали тим ланцюгом, що поєднує нашу державу з простором стабільності й добросусідства.

Проблеми, які довелося розв'язувати Україні протягом першого десятиріччя її незалежності, не завадили їй бути безпосереднім учасником зусиль, які докладаються міжнародним співтовариством задля врегулювання регіональних конфліктів у Європі.

Саме тому метою статті є визначення основних напрямків побудови системи економічної безпеки підприємств оборонної промисловості України в умовах Євроінтеграції.

На сьогодні Україна навряд чи зможе швидко досягти економічної стабільності без міжнародної допомоги, зокрема без підтримки реформ з боку країн Заходу та міжнародних фінансових організацій. Йдеться не тільки про фінансову допомогу, яка є для України надзвичайно важливою. У цьому контексті слід назвати необхідність спільної ліквідації наслідків Чорнобильської катастрофи, проблеми, яка має світовий вимір, і з якою сьогодні ми фактично залишилися наодинці. Йдеться також про сприяння поступовому входженню України до Європейського економічного простору. І тут для нас ключовим питанням є поглиблення відносин з Європейським Союзом [1, с. 51].

Вступ у ЄС має сприяти в Україні активізації процесів реформування українського суспільства та надавати їм чіткі орієнтири, оскільки вступ до ЄС вимагає досягнення країною-кандидатом певних європейських стандартів у всіх найважливіших суспільних сферах.

Не можна повною мірою бути задоволеними динамікою розвитку відносин України з ЄС. Серед чинників, що стримують виведення цих відносин на якісно новий рівень – і важка економічна ситуація в Україні, і незадовільний стан інституційного забезпечення нашої політики щодо ЄС, і досить непроста внутрішня ситуація в Євросоюзі, що не завжди сприяє виробленню адекватної позиції її країн-членів щодо України. Дається взнаки й високий ступінь нашої економічної залежності від Росії [1, с. 52].

На сьогодні, коли економічна безпека стає одним із найважливіших компонентів міжнародної, регіональної та національної безпеки, Європейський Союз починає відігравати провідну роль у забезпеченні стабільності та безпеки європейського континенту. Процес розбудови і реформування ЄС необхідно розглядати не тільки як розширення кордонів «спільного ринку», а і як чинник створення нової європейської архітектури безпеки, яка має комплексний та взаємопов'язаний характер, і різні виміри – економічний, військовий, політичний. Але, незважаючи на те, що Європейський Союз є одним зі світових економічних і політичних центрів, він може не мати далекосяжних зовнішньополітичних інтересів у сфері безпеки.

Налагодження співробітництва з Європейським Союзом в рамках його оборонного компонента, відкриває для України великі перспективи. Започаткування плідного партнерства з ЄС у цій сфері, з огляду на визнану роль нашої держави як контрибутора європейської безпеки, може стати відправним пунктом для подальших позитивних зрушень у ставленні ЄС до України і одним з головних чинників інтеграції нашої держави до цієї впливової інституції.

«Консолідація» – ключове слово, яке визначає характер процесів у системі міжнародних відносин, що відбувається у трьох вимірах.

По-перше, це цивілізаційна консолідація, сутність якої полягає у самовизначенні держав на основі спільної історії, духовних цінностей, релігії тощо, а також створенні відповідних інституційних форм.

По-друге, консолідація на пострадянському просторі у сфері безпеки, з огляду на схожі проблеми та завдання, що стоять перед молодими державами і виявляються через формування і зміцнення авторитарних і напівавторитарних режимів.

По-третє, консолідація інститутів безпеки шляхом формування інтегрованої системи безпеки у складі Євроатлантичного та Євразійського компонентів. Характер та інтенсивність перебігу трьох зазначених процесів суттєво впливатимуть на розвиток міжнародної системи впродовж принаймні найближчих десятиліть [2, с. 184].

Поглиблення інтеграційних процесів є однією з найбільш суттєвих особливостей сучасного розвитку світової економіки. Науково-технічний прогрес, передусім розвиток інформаційних технологій, стали важливими передумовами міжнародної інтеграції, глобалізації економіки, які на сучасному етапі є об'єктивними і закономірними явищами.

Найважливішими міжнародними подіями сьогодення можна сміливо назвати завершення процесів синхронного розширення Організації Північноатлантичного Договору (НАТО) і Європейського Союзу за



рахунок постсоціалістичних країн Центральної і Східної Європи. Україна також проголосила своїм ключовим зовнішньополітичним пріоритетом інтеграцію в Євросоюз і НАТО.

Складний шлях трансформації своїх поглядів на НАТО і ЄС, яке пройшло українське суспільство, від їх абсолютного несприйняття на початку 1990 років до усвідомлення значною частиною суспільства корисності членства в цих організаціях для реалізації національних інтересів.

Проте для повноправного входження України до сім'ї європейських народів потрібно здійснити комплекс заходів, які б сприяли формуванню української політичної нації. Ідея євроатлантичної інтеграції повинна стати фундаментом, на якому сформується національна ідентичність українського народу.

Адже ідея побудови демократичної, правової держави, спроможної забезпечити добробут громадян, всебічний розвиток особистості, задовольняє потреби представників усіх національностей, усіх регіонів України. Лише внутрішньо згуртована Україна може стати учасницею регіональних і світових інтеграційних процесів у всьому їх розмаїтті [3, с. 38].

Непослідовна зовнішня політика національних підприємств України, намагання «поєднати непоєднуване», встановити стратегічне партнерство з якомога більшою кількістю країн різної геополітичної орієнтації значно звужують євроінтеграційні перспективи країни. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств України має бути цілком підпорядкована реалізації курсу на євроатлантичну інтеграцію. Для досягнення успіху на шляху до НАТО і ЄС необхідно здійснити ряд важливих кроків на міжнародній арені [4, с. 69].

Незадовільний соціально-економічний стан країни є серйозним гальмом євроатлантичної інтеграції. Після 1991 року сталося безпрецедентне зниження обсягів виробництва. За основними показниками соціально-економічного розвитку Україна суттєво відстає від пост-соціалістичних країн, які вступили до НАТО і ЄС.

Склалася вкрай несприятлива структура української економіки, мізерний загальний обсяг іноземних інвестицій. Приватизація проводилася в інтересах кількох кланово-олігархічних угруповань, а ці інтереси майже ніколи не збігаються із загальнонаціональними. Нині українська економіка більше схожа на латиноамериканську, ніж на європейську.

Реалізація економічних реформ необхідна для вступу до НАТО і ЄС. Країна з найнижчими в Європі зарплатами і пенсіями, невисоким рівнем іноземних інвестицій, всевладдям чиновників і тотальною корупцією не має перспектив в оновленій Європі. Поліпшенню соціально-економічного становища, посиленню позицій України сприятиме успішне виконання кількох ключових завдань:

- 1) важливо реалізувати стратегію випереджаючого розвитку, яка має забезпечити щорічні темпи зростання ВВП на рівні не менше 6–7 %.
- 2) потрібно здійснити комплекс заходів щодо структурної перебудови економіки й українських підприємств, які займаються зовнішньоекономічною діяльністю, та переведення їх на інноваційний шлях розвитку;
- 3) товарообіг України з країнами ЄС, враховуючи десять країн, які приєдналися до Євросоюзу 2004 року, становить лише 35,8 % [5, с. 34]. Тим часом, як підкреслює А. Ослунд, не менше 60 % експорту має спрямовуватися до країн ЄС, якщо Україна прагне до членства в ньому [6, с. 46]. Отже, зовнішньоекономічна діяльність повинна скеровуватися на зміцнення позицій українських товаровиробників на ринках ЄС;
- 4) важливою складовою євроінтеграційної політики України має стати суттєве поліпшення інвестиційного клімату, активне залучення західних капіталів в українські підприємства.
- 5) необхідно послідовно зменшувати енергетичну залежність від Росії та активізувати інтеграцію в європейський енергетичний простір.

Активна реалізація євроінтеграційної стратегії зможе зробити цілком реальною перспективу членства України в Євросоюзі протягом другого десятиліття XXI ст. Вступ України до НАТО активізує процес набуття повноправного членства в ЄС, який, враховуючи нинішній стан української економіки та велику кількість інших проблем, буде тривалішим і складнішим порівняно із вступом до Альянсу.

У світовому господарстві Європейський Союз займає провідні позиції. Тому для будь-якої країни співробітництво з ЄС означає можливість отримати істотні економічні здобутки, які зрештою сприятимуть економічному зростанню та підвищенню життєвого рівня населення. При цьому слід зазначити, що таке співробітництво вигідне всім сторонам. Думка про те, що виграш одного партнера означає втрати іншого, є хибною.



Можна навести цілу низку аргументів на користь розвитку співпраці з ЄС, враховуючи особливості сучасного стану економіки України [7, с. 21].

I. Протягом десятиліть українські підприємства були фактично відрізані від світового ринку. Тому їх вихід на європейський ринок має велике значення як джерело досвіду та практичних вмінь конкурувати з виробниками інших країн, розробляти та реалізовувати стратегію виробничо-комерційної діяльності, зорієнтованої на світову кон'юнктуру відповідних ринків.

II. Розвиток співробітництва з ЄС сприятиме повнішому використанню потенціалу України як транзитної держави.

III. Економічний потенціал ЄС та динаміка його розвитку дають можливість дійти висновку про те, що Європейський Союз являє собою великий ринок збуту виробів українських підприємств і джерело задоволення потреб України в найрізноманітніших споживчих та інвестиційних товарах.

IV. Співробітництво України з ЄС необхідне для технологічного оновлення українського виробництва.

V. Розвиток співробітництва з ЄС неминує означати запроваджувати відповідні правила та стандарти реалізації економічної політики, поведінки первинних економічних агентів.

VI. Європейський Союз – це невичерпне джерело досвіду функціонування ринкової соціально орієнтованої економіки та державного регулювання економічних процесів.

VII. Однією з тенденцій сучасного промислового розвитку є формування виробничо-комерційних ланцюгів, учасниками яких є фірми та підприємства різних країн. Інтеграція українських виробників у такі ланцюги дасть змогу виходити на нові перспективні ринки збуту, раціоналізувати власне виробництво, гнучкіше реагувати на зміни міжнародної економічної кон'юнктури, забезпечувати стабільний розвиток відповідних виробництв.

VIII. Розвиток міжнародного співробітництва в цілому та економічних зв'язків з ЄС зокрема безпосередньо впливає на більш раціональний розподіл ресурсів, підвищення ефективності економічних процесів, тобто має позитивні наслідки в довготерміновому плані.

IX. Саме на європейському фінансовому ринку, який сьогодні є найбільшим у світі, Україна може мобілізувати кошти, необхідні для забезпечення макроекономічної стабільності, диверсифікуючи тим самим джерела зовнішніх запозичень.

Зміцнення стабільності демократичної політичної системи та її інститутів, модернізація правового поля і забезпечення прозорості національного законодавства, поглиблення культури демократії і повага до прав людини тощо є основними політичними вигодами послідовної європейської інтеграції. Також європейська інтеграція означає зміцнення національної безпеки та безпеки громадян, адже вона виключає застосування сили як методу вирішення згаджуваних суперечностей, сприяє стабільності у відносинах з усіма сусідами.

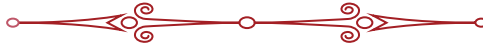
Україна як повноправний учасник побудови об'єднаної Європи, а в майбутньому – член ЄС зможе впливати на вироблення відповідних рішень, а отже, на процеси, що відбуваються на європейському континенті – перебуваючи осторонь, Україна не матиме ні економічних, ні політичних ресурсів для такого впливу і може перетворитися радше на слабкий об'єкт, ніж активний суб'єкт європейської політики. Можливою альтернативою європейській інтеграції є поступова маргіналізація України, її економічна недорозвинутість, політична нестабільність і поява нових загроз національній безпеці.

Геополітична невизначеність зробить Україну надто вразливою для зовнішнього тиску. Після початку розширення Європейського Союзу на схід та внаслідок активної участі в ньому всіх без винятку західних сусідів України опинитися поза цим процесом означатиме самоусунення від загальноєвропейських процесів і небезпеку ізоляції. В такому разі ціна неінтеграції може виявитися набагато вищою від ціни інтеграції.

Висновки. Україна може посісти чільне місце як держава, що залучена до обох підсистем. Це можливо, по-перше, за умов підтвердження і послідовного відстоювання європейського вибору, по-друге, збереження демократичного вектора суспільних перетворень і, по-третє, створення передумов і накопичення ресурсів для виконання ролі стабілізуючого чинника у Східній Європі.



Література: 1. Паламарчук В., Литвиненко О. Взаємодія напівдемократій та усталених демократій – можливе майбутнє Європи. *Віче*. 2013. № 4. С. 45–54. 2. Кочетов З. Г. Геоэкономика: освоение мирового экономического пространства. Москва : БЕК, 1999. 480 с. 3. Мармазов В., Піляєв І. З «дорожньою картою» на шляху до ЄС. *Політика і час*. 2013. № 11. С. 36–41. 4. Елементи стратегії ЄС щодо України (Чеський погляд. Виклад політики). Інституційні реформи в ЄС. *Аналітичний щоквартальник*. 2013. Вип. 4. С. 6 –74. 5. Чалий О. Стан та перспективи співробітництва між Україною та Європейським Союзом. *Інституційні реформи в ЄС: аналітичний щоквартальник*. 2013. Вип. 4. С. 32–37. 6. Україна: стратегія євроінтеграції та співробітництво на пострадянському просторі : матеріали круглого столу (Київ, 18.03.2003 р.). Київ : НІСД, 2003. 211 с. 7. Тарасюк, Б. Україна – ЄС: пріоритети, проблеми, перспективи. *Співпраця ЄС та України: аналітичний щоквартальник*. 2013. Вип. 3. С. 19–26.



ЕКОНОМІЧНІ ТА ПРАВОВІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОПЛАТИ ПРАЦІ В УКРАЇНІ

УДК 331.2+349.2(777)

Віксман М. О.

Студент 2 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Проаналізовано економічні та правові засади організації системи оплати праці в Україні. Розглянуто наявні підходи до класифікації систем оплати праці. Висвітлено характеристики тарифної та безтарифної системи оплати праці, вказано їх переваги та недоліки. Обґрунтовано відмінності між формами і системами оплати праці.

Ключові слова: система оплати праці, форма оплати праці, тарифна, безтарифна, відрядна, почасова.



Annotation. The economic and legal bases of the organization of the remuneration system in Ukraine are analyzed. The existing approaches to the classification of remuneration systems are considered. The characteristics of the tariff and non-tariff system of remuneration are highlighted, their advantages and disadvantages are indicated. Differences between forms and systems of remuneration are substantiated.

Keywords: system of payment, form of payment, tariff, non-tariff, piecework, hourly.



Постановка проблеми. У сучасних умовах особливо гостро відчувається потреба у забезпеченні стабільного економічного розвитку України й підвищення життєвого рівня її населення. Питання оплати праці турбують зараз не тільки науковців-юристів чи економістів, а в першу чергу пересічних громадян, бажанням яких є мати гарантовану стабільну заробітну плату.

Вихід України з кризи та стабільний соціально-економічний розвиток країни пов'язані, перш за все, з розвитком виробництва. Вирішення цієї проблеми залежить від рівня зацікавленості працівника у високопродуктивній праці на засадах забезпечення залежності розміру доходу від фактичного особистого трудового внеску, частки його участі у власності, а також кінцевих результатів роботи підприємства та досягнення макроекономічних показників.



Питання організації оплати праці знайшли відображення в роботах таких вчених, як: С. Гур'янов, Н. Болотіна, С. Пилипко, В. Лагутін, О. Дячун, М. Войнаренко, Г. Назарова, Е. Степанова.

Метою статті є уточнення теоретичних засад організації оплати праці в Україні. Для досягнення цієї мети необхідно вирішити такі завдання: 1) проаналізувати наявні в національному законодавстві норми щодо організації оплати праці; 2) дослідити наявні підходи до класифікації системи оплати праці; 3) надати характеристику тарифній та безтарифній системам оплати праці; 4) розглянути форми оплати праці.

Оплата праці являє собою базову категорію у системі умов праці. Вона є тим сигнальним показником, у якому відбиваються всі суперечності суспільства, усї його досягнення і прорахунки. Тому до вирішення правових питань оплати праці необхідно підходити через дослідження об'єктивних реальних суспільних відносин.

Крім того, доречними, на наш погляд, є досвід зарубіжних країн стосовно цього питання, стандарти оплати праці, які вироблені на міжнародному рівні, мають досліджуватись і бути корисними при вирішенні питань, що постають у національній правовій системі.

Найважливішими складниками організації оплати праці є нормування праці, тарифне нормування заробітної плати, розроблення форм і систем оплати праці [1].

Так, Н. Б. Болотіна та Г. І. Чанишева під системою оплати праці розуміють спосіб обчислення розмірів винагороди, належної виплати працівникам відповідно до витрат праці, а в ряді випадків – і до її результатів [2]. О. М. Ярошенко та С. М. Прилипко наводять більш ширше визначення, указуючи, що система оплати праці – це визначений взаємозв'язок між показниками, що характеризують міру (норму) праці та міру його оплати в межах і понад норми праці, які гарантують одержання працівником заробітної плати відповідно до фактично досягнутих результатів праці (відносно норми), та погодженою між працівником і роботодавцем ціною його робочої сили [3].

У ст. 96 Кодексу законів про працю України (далі – КЗпП України) визначено, що основою організації оплати праці є тарифна система оплати праці, яка складається з тарифних сіток, тарифних ставок, схеми посадових окладів і тарифно-кваліфікаційних характеристик [4]

Підкреслимо, що введення єдиної тарифної системи у практику організації оплати праці було одним із центральних моментів реформи заробітної плати й означало перехід до міжгалузевого, міжкатегорійного й міжпрофесійного впорядкування тарифних умов оплати праці осіб, які працюють за наймом як у бюджетній сфері, так і на підприємствах і в установах різних форм власності. Регулювання тарифної оплати праці на підставі єдиної тарифної системи в умовах ринкових відносин може забезпечити соціально справедливий принцип оплати – рівну оплату за працю рівної складності незалежно від форм її прикладення, а також соціальний захист трудящих, яким роботодавець гарантує оплату в розмірі тарифної ставки (окладу) відповідного розряду за виконання норми праці, її кількісних і якісних параметрів. Тобто єдина тарифна система є загальноприйнятою системою оплати праці. Вона поширена як у сусідніх державах (Росія, Білорусь), так і в зарубіжних країнах (США, Японія, Франція та ін.).

Суть тарифного нормування праці (тарифної системи) полягає у диференціації заробітної плати працівників на підприємстві залежно від складності й умов праці. Складовими цієї системи є такі показники:

- тарифні сітки встановлюють відповідні співвідношення в оплаті праці працівників різної кваліфікації та є переліком тарифних розрядів і тарифних коефіцієнтів;
- тарифні ставки та посадові оклади. Абсолютна величина тарифної ставки визначається згідно зі встановленим державою мінімальним розміром заробітної плати, до якої не включають доплати, надбавки та компенсаційні виплати. Оплата праці керівників, спеціалістів і службовців здійснюється за встановленими державою посадовими окладами з урахуванням застосовуваної системи стимулювання вискоєфективної роботи чи за контрактною (договірною) системою роздержавлених підприємств (організацій) та інших підприємницько-комерційних структур [5];
- тарифно-кваліфікаційні довідники у вигляді Єдиного тарифно-кваліфікаційного довідника робіт і професій робітників, збірника нормативних актів, що містить кваліфікаційні характеристики робіт і професій, згруповані за виробництвами та видами робіт. Він слугує для тарифікації робіт, надання кваліфікаційних розрядів робітникам, а також для формування навчальних програм підготовки підвищення кваліфікації робітників;
- доплати та надбавки до тарифної заробітної плати [6].



Дискусійним є виклад ст. 97 КЗпП України, де сказано, що оплата праці працівників здійснюється за погодинною, відрядною або іншими системами оплати праці. Тобто в попередній ст. 96 зазначено, що основою організації оплати праці є тарифна система оплати праці, а в наступній статті законодавець вже перераховує інші системи оплати праці, не наводячи при цьому ніякої класифікації. Слід підкреслити, що в більшості підручників з трудового права схожий підхід, аналізується тарифна оплата праці як основа організації праці і, повторюючи положення ст. 97 Кодексу, вказується, що оплата праці в Україні здійснюється за погодинною, відрядною або іншими системами оплати праці [7].

На наш погляд, такий виклад положення щодо системи оплати праці дещо застарілий, так як сучасний етап ринкових перетворень, який переживає Україна, вимагає нової ідеології формування системи оплати праці, що має стати одним із головних стимулів підвищення продуктивності праці й ефективності управління. Таким чином, існує потреба в приведенні норм КЗпП у логічний порядок. Ми вважаємо за доречне введення класифікації системи оплати праці. Пропонуємо в основу цієї класифікації покласти такий критерій, як індивідуалізація праці. І залежно від нього здійснювати поділ на тарифну та безтарифну.

Справа в тому, що негативне відношення до єдиної тарифної сітки, що застосовується в Україні в бюджетних установах, обумовлене тим, що вони асоціюються з деяким рівнем кількості та якості праці, перевищення якої для працівника матеріально не вигідно. Порядок, що водночас діє, за якого встановлення міри оплати випереджає визначення міри праці, допускає можливість виплати ставок і окладів без досягнення працівниками відповідних результатів.

Наявні підходи до організації оплати праці необхідно пристосовувати до ринкових відносин і впроваджувати нові нетрадиційні підходи до побудови системи оплати праці у зв'язку з тим, що існують недоліки щодо застосування тарифних ставок та посадових окладів: стримують зацікавленість працівників у високопродуктивній праці; не зацікавлюють працівників у досягненні підприємством високих кінцевих результатів; спричиняють зрівнялівку; відповідають адміністративно-командним, а не економічним, ринковим методам господарювання; суперечать ринковим принципам формування коштів на оплату праці [8].

Це, своєю чергою, створює передумови для наукового аналізу безтарифної системи оплати праці. Зокрема, Е. А. Єгорова та О. В. Кучмаєва наголошують на тому, що в умовах оплати праці за тарифними ставками і окладами досить складно позбавитися від зрівнялівки, подолати протиріччя між інтересами окремого працівника і всього колективу.

Як можливий варіант удосконалення організації та стимулювання праці розглядають безтарифну систему оплати праці, яка знайшла застосування на багатьох підприємствах в умовах переходу до ринкової економіки. При цій системі заробітна плата всіх працівників підприємства від директора до робочого являє собою частку працівника у фонді оплати праці чи всього підприємства або окремого підрозділу. У цих умовах фактична величина заробітної плати кожного працівника залежить від ряду факторів: кваліфікаційного рівня працівника; коефіцієнта трудової участі (КТУ); фактично відпрацьованого часу.

Така система змінює пропорції розподілу фонду оплати праці: при одному і тому ж рівні кваліфікації заробіток одних робітників може збільшитися, інших – зменшитися. У результаті забезпечується соціальна справедливість у розподілі заробітку між працівниками, що не можна досягти при тарифній системі оплати праці.

Питання безтарифної системи оплати праці частково розглядалось у працях таких учених, як М. П. Войнаренко [9], О. В. Герасименко [10], Г. В. Осовий [11], І. І. Парфьонова [12] та ін. Однак ми хочемо звернути увагу, що це вчені-економісти і досліджували вони відповідно економічну природу вказаної категорії. Вважаємо за доцільне зробити акцент на тому, що в царині трудового права відсутні системні наукові напрацювання стосовно безтарифної системи оплати праці. Відсутня також і ґрунтова класифікація системи оплати праці.

Досліджуючи вказану проблему, ми дійшли висновку, що більшість науковців ототожнюють систему і форму оплати праці. Так, Г. Т. Завіновська пише, що сьогодні в Україні переважною формою оплати праці робітників залишається відрядна. Почасова заробітна плата застосовується для оплати праці професіоналів, фахівців і технічних службовців [13].

О. В. Крушельницька та Д. П. Мельничук у своєму підручнику вказують, що використання тієї чи іншої форми чи системи оплати залежить від сфери діяльності працівників, характеру трудових операцій, технологічних процесів. Вибір форми заробітної плати потребує дотримання певних умов, за яких її застосування є доцільним [14]. Знову ж таки, не розмежовуючи систему і форму оплати праці.



Група вчених Р. Т. Джога, С. В. Свірко, Л. М. Сінельник визначають, що за тарифної системи діють дві форми оплати праці працівників – почасова й відрядна, які передбачають низку систем для різних організаційно-технічних умов праці. Оплата за кількість відпрацьованого часу з урахуванням кваліфікації працівника називається почасовою формою оплати. Відрядна форма оплати праці – це оплата за кількість і якість виробленої продукції, виконаних робіт, наданих послуг за встановленими розцінками [15].

У Законі України «Про оплату праці» (далі – Закон) взагалі не визначено, що слід розуміти під системою, а що – під формою оплати праці. У ст. 6 тільки згадується про тарифну систему оплати праці і навіть не знайшло відбиття положення ст. 97 КЗпП України стосовно відрядної і почасової [16].

Хоча слід зауважити, що Закон був прийнятий 24 березня 1995 р., набагато пізніше, ніж КЗпП України. І цікавим є той факт, що в декреті Кабінету Міністрів України від 31.12.1992 р. «Про оплату праці», який втратив чинність у зв'язку з прийняттям Закону, містилась ст. 5 «Тарифна система. Форми і системи оплати праці», в якій зазначалось, що при тарифній системі діють дві форми оплати праці працівників: відрядна і почасова, які включають ряд систем для різних організаційно-технічних умов виробництва. Відрядна форма оплати праці включає такі її системи: пряму відрядну, непряму відрядну, відрядно-преміальну, відрядно-прогресивну, акордну оплату тощо. Почасова форма оплати праці включає такі її системи: просту почасову, почасово-преміальну оплату тощо.

Як на нашу думку, не можна оминати увагою те, як законодавець висвітлює це питання у проектах Трудового кодексу. Аналізуючи їх норми, слід зазначити, що в різних проектах і в останньому № 1658 від 27.12.2014 р. положення щодо системи оплати праці практично дублюються і визначено, що системами оплати праці є тарифна й інші системи оплати праці, які ґрунтуються на оцінці складності робіт і кваліфікації працівників. Тобто системою оплати праці визначається тарифна, про інші взагалі мова не ведеться, не називаються види, не надається їх характеристика.

Тобто можна констатувати відсутність у законодавця єдиного підходу до вирішення цього питання.

Проте ці проекти містять статтю «Форми оплати праці», визначаючи, що такими є почасова і відрядна. Наводять їх характеристику, але знову ж таки в контексті тарифної системи оплати праці.

Як на думку авторів, не слід вводити в класифікацію погодинну і відрядну системи оплати праці. Вважаємо, що їх доречно все ж таки визначати як форми оплати праці, виходячи з того, що форма оплати праці характеризує співвідношення між витратами робочого часу, продуктивністю праці працівників і величиною їх заробітку. Фундаментальними факторами, що визначають зміни форм і систем оплати праці, є видозміни суспільних форм останньої, пов'язані зі змінами в суспільному виробництві, з новими інтелектуальними функціями людини у процесі праці й новими критеріями оцінки її трудового внеску.

Сьогодні найбільш характерною тенденцією в організації оплати праці країн з розвинутою економікою є індивідуалізація заробітної плати, особливо для висококваліфікованих спеціалістів, що полягає в індивідуалізації їх наймання й підвищення заробітку. Індивідуалізація організації праці відбувається також через зміни у мотивації праці: використання таких факторів мотивації, як самореалізація, інтерес, прагнення до змістовної праці, можливості розпоряджатися своїм робочим і вільним часом та ін.

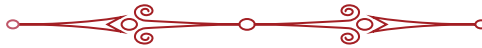
Вивчаючи досвід європейських країн (Франція, Німеччина, Нідерланди), можна зробити висновок, що вони проходили низку етапів становлення системи оплати праці, на яких відбувався їх своєрідний природний відбір, виключалися негативні моменти й одночасно відбиралися, й удосконалювалися нові системи, які вирізнялися найбільшою ефективністю. Це, на наш погляд, цілком нормально, адже кожна країна на досвіді, який вже існує на міжнародному рівні, має виробити свою систему оплати праці, так би мовити «авторську», з урахуванням національно-правових особливостей.

Як на нашу думку, логічно класифікувати систему оплати праці за критерієм індивідуалізації праці на тарифну і безтарифну, а формами оплати праці визначати погодинну і відрядну.

Доречно підкреслити, що з огляду на затяжні, непослідовні й малоефективні процеси реформування соціальної сфери в Україні особливої актуальності набуває аналіз світового досвіду державного впорядкування оплати праці. Існує нагальна потреба в комплексному науковому дослідженні міжнародно-правових стандартів оплати праці та систем оплат праці, які вже існують у світі, для виявлення позитивних аспектів у регулюванні оплати праці та їх застосування в національній правовій системі.



Література: 1. Гурьянов С. Х., Костин Л. А. Труд и заработная плата на предприятии : монография. Москва : Экономика, 1973. 448 с. 2. Болотіна Н. Б., Чанишева Г. І. Трудове право : підручник. Київ : Знання, 2000. 564 с. 3. Прилипко С. М., Ярошенко О. М. Трудове право України : підручник. Харків : ФІНН, 2011. 800 с. 4. Кодекс законів про працю України від 10.12.1971 № 322-VIII // Відомості Верховної Ради УРСР. 1971. № 50 (Дод.). Ст. 375. 5. Лагутін В. Д. Оплата праці в умовах переходу до ринкових відносин. Київ : Либідь, 1993. 37 с. 6. Дячун О. В. Організація, нормування та оплата праці : навч. посіб. Львів : Афіша, 2001. 220 с. 7. Трудове право : підручник / за ред. М. І. Іншина та В. І. Щербини. Київ : НікаНова, 2012. 560 с. 8. Волгин Н. А., Кокин Ю. П. Доходы населения и оплата труда в современной России: анализ ситуации, обоснование действий органов государственной власти и управления : монография. Москва : Изд-во РАГС, 2008. 168 с. 9. Войнаренко М. П. Проблеми оплати праці за умов ринкових відносин. *Вісник ХНУ*. 2006. № 5. Т. 1. С. 12–14. 10. Герасименко О. В. Стан та шляхи вдосконалення оплати праці бюджетній сфері України. *Формування ринкової економіки*. 2005. Т. 1. 11. Осовий Г. В. Питання подальшого реформування системи оплати праці в Україні. *Формування ринкової економіки*. 2005. Т. 2. 12. Парфьонова І. І. Проблеми оплати праці в Україні. *Фінанси України*. 2000. № 4. С. 122–123. 13. Завіновська Г. Т. Економіка праці : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2003. 300 с. 14. Крушельницька О. В., Мельничук Д. П. Управління персоналом : навч. посіб. Київ : Кондор, 2006. 308 с. 15. Бухгалтерський облік у бюджетних установах : підручник / за заг. ред. Р. Т. Джоги. Київ : КНЕУ, 2003. 483 с. 16. Назарова Г. В., Степанова Э. Р. Стимулирование трудовой деятельности как составной элемент концепции достойного труда. *Бизнес Информ*. 2013. № 6. С. 221–225.



МАРКЕТИНГОВІ МЕТОДИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЕКСПОРТНОЇ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 339.137:339.564

Власова А. С.

Студент 4 курсу
факультету міжнародної економіки і підприємництва ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У зв'язку з великим потоком вітчизняних товарів на зовнішні ринки було розглянуто такі питання: сутність конкурентоспроможності, фактори, що сприяють і перешкоджають її розвитку, визначено роль маркетингу та його методів у підвищенні конкурентоспроможності експортної продукції підприємств.

Ключові слова: конкурентоспроможність, маркетинг, стратегія, ефективність, управління.



Annotation. In connection with the large flow of domestic goods to foreign markets, the following issues were considered: the essence of competitiveness, factors that promote and hinder its development, the role of marketing and its methods in increasing the competitiveness of export products of enterprises was determined.

Keywords: competitiveness, marketing, strategy, efficiency, management.



Постановка проблеми. Однією з головних причин сучасної економічної кризи та низької конкурентоспроможності українських товарів є неспроможність вітчизняних виробників боротися за розширення своєї частки на зарубіжних ринках, просувати свої товари та формувати свого споживача. В умовах глобалізації світо-



вої економіки глобалізується і конкуренція товаровиробників. Практично завжди це конкуренція з відомими, великими виробниками. Сьогодні не можна розраховувати на те, що знайдеться ринок, недосяжний для світових виробників, тому проблема забезпечення конкурентоспроможності експортної продукції потребуватиме постійних рішучих дій задля розширення власних горизонтів.

Нині підприємства існують в умовах ринкового маркетингового середовища. Одним із елементів цього макросередовища виступає конкуренція, яка є однією з важливих рушійних сил економіки.

Питанням підвищення конкурентоспроможності займалося чимало дослідників, які описували цю тему у своїх роботах. Серед найвідоміших можна виділити таких: Портер М., Піддубна Л., Піддубний І., Балабанова Л., Азоев Г., Бестужева С., Корж М., Кузьмін О. Однак, незважаючи на широке всебічне висвітлення проблеми конкурентоспроможності у науковій літературі, потребують детальнішого вивчення питання саме маркетингових методів підвищення конкурентоспроможності експортної продукції підприємств.

Метою статті є обґрунтування маркетингових методів, що сприяють підвищенню конкурентоспроможності експортної продукції підприємств.

На сьогодні немає загальноприйнятого визначення поняття «конкурентоспроможність». Так, наприклад, Портер трактує цей термін як «визначене сукупністю факторів положення товаровиробника на внутрішніх і зовнішніх ринках, віддзеркалене через сукупність показників», в той час як Балабанова Л. В. зазначає, що конкурентоспроможність підприємства – це рівень його компетентності порівняно з іншими конкурентами за такими параметрами, як технологія, практичні навички та професійні знання персоналу, рівень стратегічного і поточного планування, політика збуту, рівень управління, комунікації, якість систем управління, виробництва продукції тощо [1, с. 29].

На думку Г. Азоева, конкурентоспроможність підприємства – це здатність ефективно розпоряджатися власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку, це результат його конкурентних переваг по всьому спектру проблем управління підприємством [2]. Решта науковців розглядають конкурентоспроможність як комплексне поняття, яке складається зі спроможності підприємства продавати конкурентну продукцію та вміння розробляти стратегію, яка забезпечує високий рівень його конкурентоспроможності [5].

Перш за все треба оцінити рівень конкурентоспроможності експортного продукту на зарубіжному ринку. Після того, як дані були зібрані, оброблені та зроблені висновки, можна розпочинати роботу над розробкою стратегії підвищення рівня конкурентоспроможності. Для того щоб його підвищити, використовують різноманітні методи: виробничі, маркетингові, фінансові, інноваційні, управлінські та організаційно-культурні. Як правило, залежно від позиції товару на ринку обираються 1–2 методи, які будуть застосовані у стратегії підвищення конкурентних переваг компанії.

Теорія конкурентних переваг М. Портера розглядає два основних джерела переваг: маркетинг і витрати.

Маркетингове перевага – це конкурентна перевага в продуктах і послугах, які задовольняють споживача більше, ніж продукти конкурентів.

Фірма, яка прагне до маркетингової переваги, більш орієнтована на споживача, ніж фірма, що працює з рентабельністю, яка, однак також не може ігнорувати споживачів.

Маркетингове перевага на ринку в цілому означає, що певні властивості продукту або послуги цієї компанії краще властивостей конкуруючої компанії.

Маркетингова політика організації – це основа стратегічної маркетингової діяльності підприємства, що сприяє його розвитку, встановленню ринкових цілей і позначенню методів їх досягнення.

Структура маркетингового плану:

- 1) аналіз і прогноз розвитку економічного середовища і цільового ринку;
- 2) маркетингові цілі організації;
- 3) стратегія поведінки організації в цільових сегментах ринку: точки продажів, реклама, стимулювання збуту, зв'язки з громадськістю та ін.;
- 4) асортиментна, цінова, збутова і комунікаційна політика;
- 5) бюджет на виконання маркетингового плану.

Існуюча практика ведення бізнесу показує, що ринковий підхід до вирішення управлінських питань найчастіше базується на умовах пріоритету інновацій. Збільшується кількість менеджерів, які вважають, що бізнес повинен розвиватися і ґрунтуватися на стратегічному маркетингу.



Маркетингова стратегія розробляється як складова частина загальної стратегії розвитку. Його розвитку передують постановка ринкових цілей підприємства. Розробка маркетингової стратегії підприємства може бути організована як силами його персоналу, так і залученням сторонніх фахівців.

Основні стратегії завоювання переваг в конкурентній боротьбі для підприємств з точки зору маркетингу можна сформулювати таким чином [7]:

1) Стратегія диференціації, згідно з якою підприємство концентрує свої зусилля на створенні товарів і розробці маркетингової програми, яка за своїми характеристиками краще, ніж у інших конкурентів, дозволяє підприємству вийти в лідери галузі за рахунок певної групи товарів і тим самим забезпечити зростання попиту на ринку.

2) Стратегія забезпечення низьких витрат, спрямована на досягнення конкурентних переваг за рахунок більш дешевого виробництва і розповсюдження товарів. В результаті такої політики можна збільшити частку ринку, але не прибуток. Водночас така стратегія може бути ризикованою для підприємства, що не має достатньо ресурсів, оскільки це може призвести до тимчасового зменшення кількості споживачів, які використовують продукцію підприємства.

3) Стратегія фокусування, згідно з якою підприємство фокусує свої зусилля на виробництві товарів, орієнтованих на певне коло споживачів.

4) Стратегія розширення області застосування товарів, які продаються насамперед за рахунок визначення нових способів використання товару.

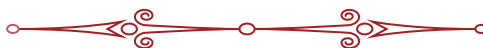
5) Стратегія стандартизації маркетингу за рахунок її певних переваг формується в окремих випадках, тобто об'єднання в комплекс маркетингових заходів відбувається для кількох ринків, в тому числі міжнародного.

Однак перед виходом на ринок з певною маркетинговою стратегією підприємство повинно повністю усвідомлювати позиції конкурентів, свої можливості і приділяти особливу увагу напрямками конкурентної боротьби, за допомогою яких підприємство буде боротися з конкурентами.

Висновки з дослідження. Таким чином, застосування маркетингових підходів грає важливу роль в ефективному функціонуванні будь-якого підприємства і працює як елемент ефективного підвищення конкурентоспроможності. Підвищення активності маркетингової інфраструктури є важливим фактором подолання спаду попиту в конкретному виробництві, здійснення структурних змін в цілому і в економіці зокрема. Правильно обрана підприємством маркетингова стратегія і вміння управляти маркетинговими інструментами забезпечують стабільність, а отже, високий рівень конкурентоспроможності підприємства на ринку.

Науковий керівник – канд. екон. наук, професор Піддубний І. О.

Література: 1. Балабанова Л. В., Кривенко О. В. Управління конкурентоспроможністю підприємств на основі маркетингу : монографія. Донецьк : ДонДУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2004. 147 с. 2. Азоев Г. Л. Маркетинг и конкуренция. Москва : Центр экономики и маркетинга, 2003. 279 с. 3. Бестужева С. В. Дослідження економічної сутності експорту. *Ринкова трансформація економіки*. 2009. Вип. 11. С. 104–108. 4. Корж М. В. Стратегія міжнародного маркетингу. Теорія і практика : монографія. Краматорськ : ДДМА, 2010. 360 с. 5. Кузьмін О. Є., Горбаль Н. І. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства : підручник. Львів : Компакт-ЛВ, 2005. 302 с. 6. Портер, М. Международная конкуренция / под ред. В. Д. Щетинина. Москва : Междунар. отношения, 1993. 896 с. 7. Піддубна Л. І. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства. URL: <http://www.repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/16679/1/2016-%20%D0%9F%D1%96%D0%B4%D0%B4%D1%83%D0%B1%D0%BD%D0%B0%20%D0%9B.%D0%86..pdf>. 8. Піддубна Л. І. Міжнародна конкурентоспроможність підприємства: теорія та механізм забезпечення : монографія. Харків : ВД «ІНЖЕК», 2011. 400 с. 9. Піддубний І. О., Піддубна А. І. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства : навч. посіб. / за ред. І. О. Піддубного. Харків : ВД «ІНЖЕК», 2004. 264 с. 10. Сладкевич В. П. Сучасний менеджмент організації. Київ : МАУП, 2007. 488 с.





КОНКУРЕНТНІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

УДК 338.48:339.137.2

Вовк Д. В.

Студент 1 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті розглянуто питання конкурентоспроможності туристичного підприємства. Висвітлено основні фактори, що впливають на вибір конкурентної стратегії, та специфіку використання основних стратегій, таких як лідерство у витратах, диференціація та фокусування.

Ключові слова: туристичний бізнес, конкурентна стратегія, конкурентоспроможність, індустрія туризму, туристичне підприємство.



Annotation. The article considers the issue of competitiveness of a tourist enterprise. There are given the main factors influencing the choice of competitive strategy and the specifics of the use of basic strategies, such as cost leadership, differentiation and focus.

Keywords: tourism business, competitive strategy, competitiveness, tourism industry, tourism enterprise.



Актуальність цієї теми обумовлена тим, що в останні роки туристичні фірми нашої країни змушені працювати в край складних економічних і політичних умовах. Тому розуміння того, як підвищувати конкурентоспроможність вітчизняних підприємств на ринку туристичного бізнесу, є вкрай важливим для подальшого розвитку цієї галузі.

Питання конкуренції та конкурентоспроможності висвітлено у багатьох працях вітчизняних і зарубіжних авторів, серед яких Р. Фатхутдінов, Б. Райзберг, І. Аренков, М. Портер, І. Ліфіц, Л. Балабанова, В. Довбенко, Ю. Лупенко, І. Піддубний, А. Піддубна та ін.

Метою дослідження є визначення особливостей конкурентних стратегій у сфері туризму.

За даними Держстату після подій 2014 року туризм в Україні різко скоротився на 50 %. До цього року нашу країну відвідувало щороку понад 20 мільйонів туристів, переважно з європейських країн, США та Японії.

У 2012 році, згідно з рейтингом Всесвітньої Організації Туризму, Україна займала 12-те місце в світі за кількістю туристичних візитів – 23 млн [1]. У 2015 році кордон перетнуло 12,5 млн осіб, і в рейтинг Україна взагалі не потрапила. У 2017 році Україну відвідало 14,2 млн туристів, однак 90 % з них в'їжджають по особистих справах, а саме туристичні цілі декларують лише 6 %. У 2020 році у зв'язку з пандемією Україну відвідало менше, ніж 3 мільйони іноземців [2]. Та можна сказати, що події останніх років дали поштовх до розвитку внутрішнього туризму. Велика кількість фірм на даний момент стали працювати саме в цьому напрямку.

Водночас активізувалися чинники, що сприятимуть прогресивному розвитку цієї сфери в нашій країні [3]:

- розвиток зв'язків з іншими країнами і культурних обмінів приводить до розширення й активізації міжособистісних зв'язків;
- деяке покращення економічної ситуації і, як наслідок, поступове підвищення рівня життя населення ведуть до збільшення кількості ділових поїздок і можливостей поїздок із пізнавальними та оздоровчими цілями;
- спрощення візових і митних процедур, розвиток сфери послуг роблять туризм дедалі доступнішим для населення;
- демократизація у сфері праці розширює можливості працівників планувати свої відпустки;
- поширення в нашій країні цінностей розвинутих країн, орієнтованих на всебічний людський розвиток.



Конкурентоспроможність – це здатність підприємства продавати товари і послуги на ринку, який наповнений аналогічними товарами і послугами. Конкурентоспроможність товару на ринку – це не тільки його висока якість, але і вмiле маневрування товару в ринковому просторі, а головне – максимальне врахування вимог споживачів.

Для того щоб вміло презентувати і продавати свій товар чи послугу, потрібно підібрати правильну конкурентну стратегію. У загальному вигляді розробка конкурентної стратегії пов'язана з розглядом чотирьох ключових моментів, які зображені на рис. 1.

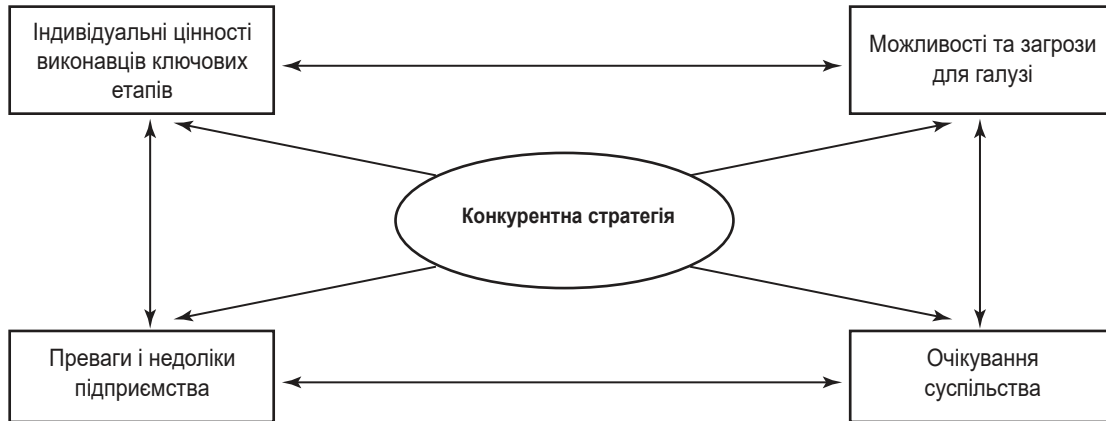


Рис. 1. Конкурентна стратегія підприємства [4]

Преваги та недоліки підприємства пов'язані з фінансовими ресурсами, технологічним станом, впізнаваністю бренду та професіоналізмом персоналу. Індивідуальні цінності виконавців ключових етапів є мотивацією та цілями власників бізнесу, менеджерів та інших головних виконавців у поєднанні з індивідуальними цінностями переваги та недоліки з внутрішніми обмеженнями вибору та формування успішної стратегії. Зовнішні обмеження визначаються галуззю та суспільством.

Можливості та загрози характеризують конкурентне середовище, притаманні йому можливі ризики та вигоди. І, звичайно, на конкурентну стратегію впливає суспільство, оскільки саме воно є споживачем, який за допомогою товару чи послуги підприємства хоче задовольнити свою потребу. Отже, ці зовнішні і внутрішні фактори звужують коло вибору конкурентної стратегії. Крім того, важливо врахувати всі чотири фактори, адже це суттєво вплине на попит на товар чи послугу.

Розглянемо детально фактори, які впливають на конкурентну стратегію, з боку саме туристичного бізнесу. (рис. 2.)

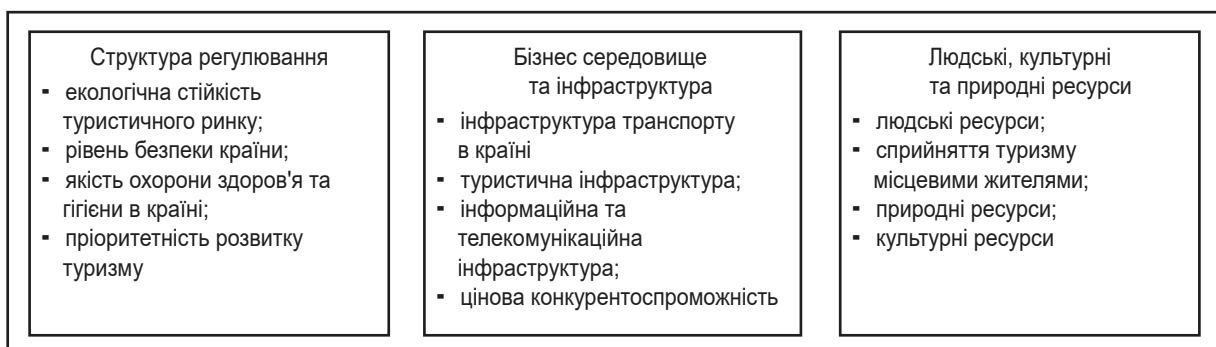


Рис. 2. Фактори, які впливають на конкурентну стратегію туристичного бізнесу [5]

З рис. 2 видно, що для конкурентоспроможності туристичного бізнесу велике значення має наявність інфраструктури в місті розвитку туризму та ресурси, такі як людські, культурні та природні. Без цих факторів успішна реалізація туристичного бізнесу майже не можлива.



Важливо також враховувати особливості туристичних послуг, серед яких є:

1. невідчутність (неможливо відчутти за допомогою будь-яких з 5 відчуттів до її покупки);
2. невіддільність від виробника (її здійснення можливе тільки в присутності виробника);
3. мінливість якості (якість послуги залежить від майстерності виробників);
4. послугу неможливо зберігати до наступного продажу або використання
5. вплив просторових і часових факторів (для отримання послуги споживач повинен бути доставлений на місце для споживання послуги. Крім того, на туризм дуже впливає сезонність) [6]

На основі особливостей конкретного підприємства, розробляється стратегія. Згідно з працею М. Портера існують три потенційно успішних універсальних конкурентних стратегії, які допомагають протидіяти конкурентам і досягати кращих результатів ніж інші підприємства в галузі:

1. Абсолютне лідерство у витратах.
2. Диференціація.
3. Фокусування.

Перший варіант полягає в досягненні абсолютного галузевого лідерства у витратах на основі сукупності економічних заходів, таких як, наприклад, жорстке контролювання виробничих і накладних витрат. Ідея більш низьких витрат, ніж у конкурентів, проходить лейтмотивом через усю стратегію, але при цьому не можна забувати про якість продукту / послуги, а також про інші сфери. Але, як показує практика, через зниження витрат знижується якість обслуговування. Тому застосовувати таку стратегію варто лише на короткий період, в такому разі вона дійсно принесе збільшення прибутків. Крім того, використовувати таку стратегію можуть собі дозволити лише туроператори з великою клієнтською базою, яка забезпечить достатній об'єм продаж.

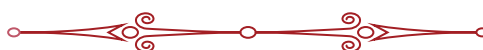
Другою базовою стратегією є диференціація продукту або послуги, тобто створення такого продукту або послуги, яка сприймалася б як унікальна. Диференціація може здійснюватися в різноманітних формах: за престижем бренду, обслуговуванням споживачів або за іншими параметрами. В ідеалі підприємство диференціює себе за кількома напрямками. Серед переваг цієї стратегії є створення лояльності споживачів до бренду і зниження чутливості до ціни товару, що захищає підприємство від конкурентного суперництва. Недоліками є велика залежність від попиту на цей тип туристичних послуг і легкість копіювання конкурентами послуги, якщо ідея є прибутковою, що збільшує конкуренцію.

Третя базова стратегія – фокусування на певній групі покупців, виду продукції або географічному сегменті ринку, що означає зосередження на більш вузькій цілі. Фокусування може слугувати засобом вибору цілей, найменш схильних до загрози з боку товарів-замінників, або тих стратегічних напрямків розвитку, в яких конкуренти найбільш слабкі. Ця стратегія – ідеальний варіант для тих туристичних фірм, які невеликі за розміром і не мають великого бюджету, оскільки фірма працює з окремою групою покупців. Але, як і в стратегії диференціації, є ризик зниження попиту та можливість копіювання [7].

Таким чином, можна зробити висновки, що найбільш успішними для реалізації є стратегії, які формуються за рахунок персоналізації послуг, високої якості послуг та високого іміджу фірми в очах споживача. На практиці у більшості випадках підприємства успішно використовують понад один підхід, що дає більш високі результати.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пивавар І. В.

Література: 1. Всесвітня туристична організація. URL: <https://www.unwto.org>. 2. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>. 3. Мазур В. С. Сучасні аспекти розвитку туристичного бізнесу в Україні. *Бізнес Інформ*. 2019. № 2. С. 224–230. 4. Мокронос А. Г., Маврина І. Н. Конкуренція і конкурентоспособність : учеб. пособие. Екатеринбург : Урал. ун-т, 2014. 198 с. 5. Карпова Г. А., Кучумов А. В. Тенденции формирования и развития конкурентных стратегий на туристическом рынке. *Журнал правовых и экономических исследований*. 2016. № 4. С. 145–149. 6. Кузнецов Ю. В., Кизиян Н. Г. Особенности выбора стратегии конкурентоспособности на предприятиях индустрии туризма. *Управленческое консультирование*. 2017. № 9. С. 74–80. 7. Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов. Москва : Альпина Паблицер, 2017. 456 с.





СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ МЕТОДУ PEST-АНАЛІЗУ

УДК 338:621(477)

Водолажченко М. В.

Магістрант 1 року навчання
факультету фінансів та обліку ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Досліджено сутність та особливості застосування PEST-аналізу. За його допомогою проаналізовано фактори впливу зовнішнього середовища на підприємство машинобудівної галузі України. Виявлено основні проблеми сучасного розвитку машинобудівного комплексу України. Визначено шляхи подальшого розвитку вітчизняного машинобудування.

Ключові слова: підприємство, суб'єкт господарювання, машинобудування, машинобудівна галузь, машинобудівне підприємство, зовнішнє середовище, стратегічний аналіз, PEST-аналіз.



Annotation. The essence and features of application of PEST analysis are investigated. With its help the factors of influence of external environment on the enterprise of machine-building branch of Ukraine are analyzed. The main problems of modern development of the machine – building complex of Ukraine are revealed. The ways of further development of domestic machine building are determined.

Keywords: enterprise, business entity, mechanical engineering, machine-building industry, machine-building enterprise, external environment, strategic analysis, PEST analysis.



Складні економічні умови функціонування підприємств машинобудування України вимагають від них швидкого реагування на зміни зовнішнього середовища, постійної підтримки стійкого фінансового стану, конкурентоспроможності, поліпшення інвестиційної привабливості та вдосконалення процесів виробництва. Це підштовхує їх не тільки до постійного самовдосконалення, а й до активних пошуків універсальних методик моніторингу різних аспектів діяльності.

Дослідженням питання забезпечення формування та реалізації методичного інструментарію стратегічного аналізу займалися Ансофф І. [1], Александров І. О. [2], Бланк І. А. [3], Лукіна Ю. В. [4], Люльов О. В. [5], Прокорова В. В. [6], Терещенко С. І. [7] та ін.

У більшості наукових праць учених підходи до цієї наукової проблеми недостатньо розроблені як у теоретичному, так і практичному аспектах, про що свідчить недостатність уваги аналізу сучасного стану машинобудування на основі PEST-аналізу для подальшого формування стратегії підприємств машинобудівної галузі.

Метою написання статті є аналіз зовнішнього середовища діяльності машинобудівного підприємства на прикладі ДП «Завод «Електроважмаш» із застосуванням PEST-аналізу.

На сьогодні сектор машинобудування зіткнувся із рядом проблем, перш за все через геополітичні зміни в зовнішньому середовищі. Також існує ще безліч зовнішніх факторів, які мають негативний вплив на машинобудування та потребують дослідження.

Стратегічний аналіз зовнішнього середовища – це комплексне дослідження зовнішнього середовища організації з метою оцінки можливостей та загроз і розробки оптимальної економічної стратегії на основі вибору з-поміж можливих альтернатив [8].

У світовій економічній науці аналіз основних факторів зовнішнього макросередовища називається PEST-аналізом. PEST-аналіз – це маркетинговий інструмент, призначений для виявлення політичних (P – political), економічних (E – economic), соціальних (S – social) і технологічних (T – technological) аспектів зовнішнього



середовища, які впливають на діяльність підприємства. Цей аналіз ставить за мету виявити ті фактори зовнішнього середовища, які найбільше впливають на організацію, а також передбачити динаміку впливу цих факторів.

Машинобудівна галузь є однією з базових галузей економіки, її системоутворюючим елементом, що визначає загальний стан виробничого потенціалу України. У більшості розвинених країн світу машинобудівна галузь є провідною науково-технічного прогресу. Однак в Україні ця галузь не є достатньо розвинутою і не використовує на повну свій потенціал. За таких умов важливим є дослідження зовнішнього середовища діяльності підприємств машинобудівної галузі для виявлення тенденцій їх функціонування та виокремлення стримувальних та дестабілізуючих факторів.

PEST-аналіз наведений в табл. 1. Експертним шляхом для кожного фактору встановлюємо вагу та бал. Вага фактора відображає його значущість у групі. Бал фактору встановлюється за шкалою від 1 до 5 і відображає ступінь врахування цього фактора у діяльності суб'єкта господарювання (1 – фактор не враховується; 5 – вплив фактора максимально враховується під час розробки стратегії суб'єкта господарювання). Під час проведення аналізу опитано 5 експертів.

З табл.1 бачимо, що найвпливовішою групою факторів зовнішнього середовища є економічні, загальна оцінка яких становить 3,69 бала (найвищу оцінку отримали фактор динаміка ВВП – 0,54 та фактор коливання курсу національної валюти). Наступними за впливом є технологічні фактори, загальний бал яких становить 3,66 (найвпливовішим є фактор низький рівень фундаментальних та науково-практичних досліджень – 2,04 бали). Політичні та соціальні фактори зовнішнього впливу отримали загальні бали 3,41 та 3,24 відповідно. З групи політичних факторів найвищу оцінку має нестабільність політико-економічного становища – 1,35 та з групи соціальних факторів скорочення чисельності працездатного населення – 1,5 балів.

Таблиця 1

Матриця PEST-аналізу машинобудівної галузі України

Політичні фактори	Вага	Бал	Оцінка	Економічні фактори	Вага	Бал	Оцінка
1. Нестабільність політико-економічного становища України	0,27	5	1,35	1. Динаміка ВВП	0,18	3	0,54
2. Військові дії на сході України в регіонах, де найбільш зосереджені машинобудівні підприємства	0,11	2	0,22	2. Збільшення обсягу реалізованої продукції підприємств машинобудівної галузі	0,12	2	0,24
3. Гальмування політичними силами економічних реформ	0,22	4	0,88	3. Рівень інфляції	0,12	2	0,24
4. Недосконала законодавча та податкова база	0,12	2	0,24	4. Коливання курсу національної валюти	0,06	1	0,06
5. Недостатня державна підтримка машинобудування як галузі	0,12	2	0,24	5. Зменшення обсягу прямих іноземних інвестицій	0,17	3	0,51
6. Погіршення торговельних відносин із Росією	0,16	3	0,48	6. Зростання цін на сировину та енергоресурси	0,35	6	2,1
Разом	1	-	3,41	Разом	1	-	3,69
Соціальні фактори	Вага	Бал	Оцінка	Технологічні фактори	Вага	Бал	Оцінка
1. Відток за кордон висококваліфікованих кадрів	0,12	2	0,24	1. Випуск нових видів продукції	0,18	3	0,54
2. Скорочення чисельності працездатного населення	0,3	5	1,5	2. Низький рівень фундаментальних та науково-практичних досліджень	0,34	6	2,04
3. Низька мотивація праці	0,12	2	0,24	3. Використання інноваційних технологій	0,18	3	0,54
4. Низька престижність праці у виробничій сфері	0,12	2	0,24	4. Рівень новизни і сучасності обладнання в галузі машинобудування	0,06	1	0,06
5. Пандемія COVID-19	0,17	3	0,51	5. Значне зношення активної частини основних фондів	0,12	2	0,24
6. Значний розрив між рівнем заробітної плати і рівнем потреб працівника	0,17	3	0,51	6. Впровадження та дотримання сучасних стандартів якості та безпеки продукції	0,12	2	0,24
Разом	1	-	3,24	Разом	1	-	3,66



Розглянемо детальніше вплив економічних факторів і визначимо їх загальний вплив на розвиток машинобудівної галузі України. До групи економічних факторів, відноситься рівень інфляції в країні (рис. 1).

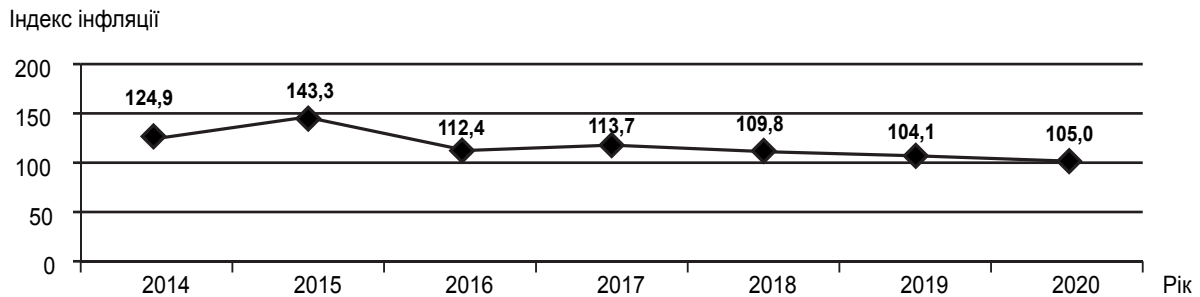


Рис. 1. Динаміка рівня інфляції за 2014–2020 рр.

Пік інфляції припав на 2014–2015 рр. (124,9 % та 143,3 % відповідно). У 2017 р. інфляція прискорилося до 113,7 % порівняно з 112,4 % у 2016 р. Протягом 2017 р. ціни в українській промисловості зросли на 26,4 %. У 2016 р. наявний показник становив 20,5 %. Вже у 2020 р. інфляція в Україні зросла до 105 %.

Серед важливих економічних факторів є обсяг прямих іноземних інвестицій, спрямованих у галузь (рис. 2), обсяг реалізованої продукції підприємств галузі (рис. 3), курс гривні до долара США (рис. 4), динаміка ВВП (рис. 5) та зростання цін на сировину та енергоресурси.

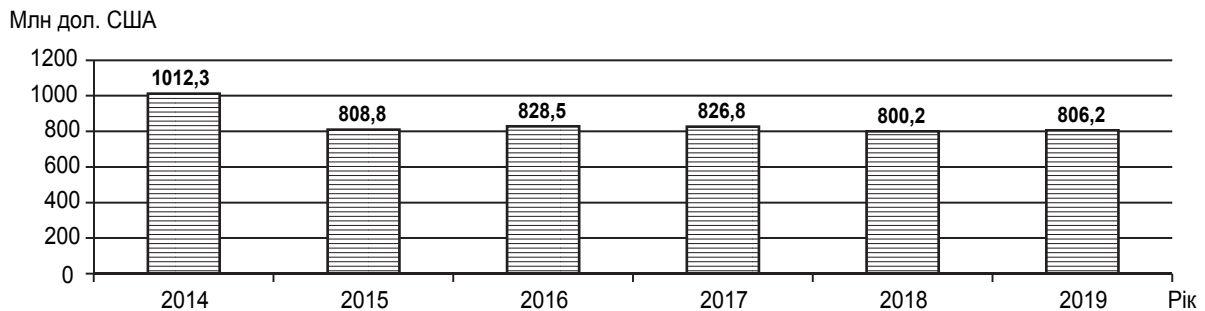


Рис. 2. Обсяг прямих іноземних інвестицій за 2014–2019 рр.

З рис. 2. видно, що в Україні надходження прямих іноземних інвестицій залишається на досить низькому рівні. Це пов'язано з причинами несприятливого інвестиційного клімату.

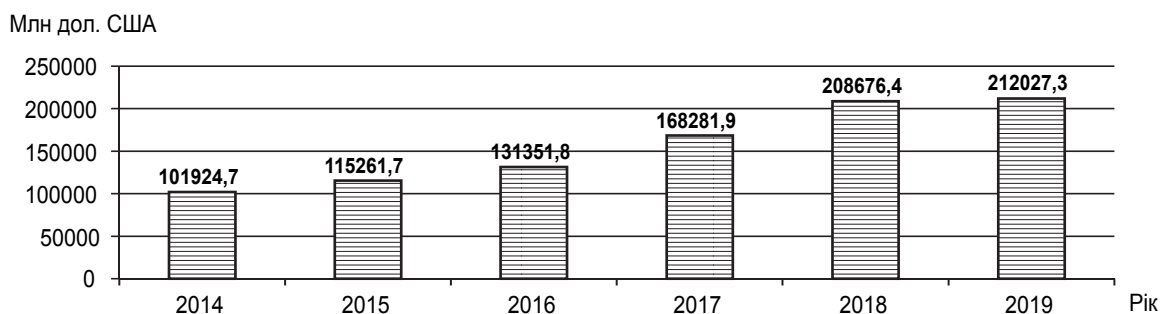


Рис. 3. Обсяг реалізованої промислової продукції підприємств машинобудування за 2014–2019 рр.

Згідно з рис. 3 діяльність машинобудівних підприємств за 2014–2019 рр. свідчить про збільшення обсягів реалізації продукції порівняно з попередніми роками. Так, за цей період обсяг реалізованої продукції збільшив своє значення з 101924,7 млн грн у 2014 році до 212027,3 млн грн у 2019 році. Така тенденція характеризує розвиток машинобудівного комплексу.

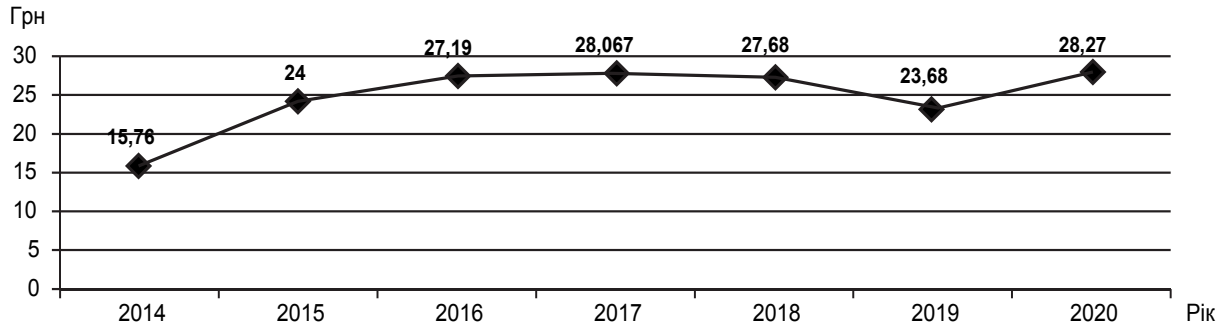


Рис. 4. Курс гривні до долара США за 2014–2020 рр.

Згідно з рис. 4. починаючи з 2014 року та до 2018 року курс гривні до долара США збільшувався. В 2019 році показник зменшився порівняно з попереднім роком, та в 2020 році відбулася тенденція до збільшення.

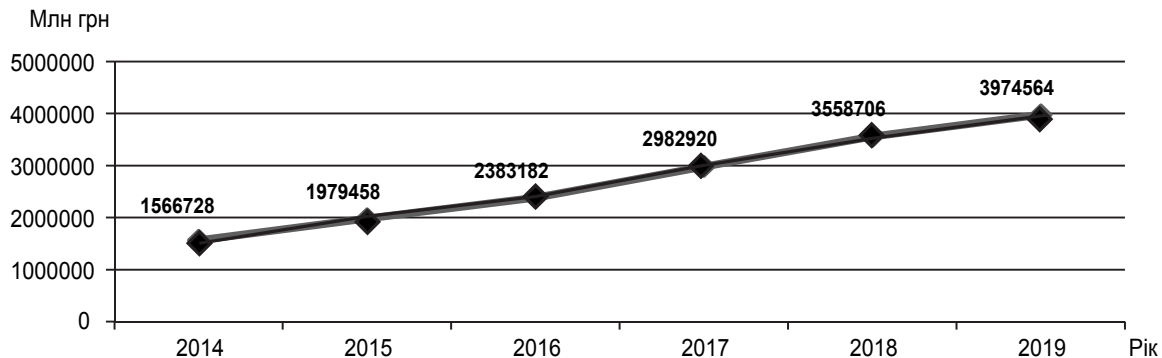


Рис. 5. Динаміка ВВП за 2014-2019 рр.

З рис. 5 можемо спостерігати, що ВВП зростає. На динаміку ВВП у поточних цінах впливають зміни його фізичного обсягу і ціни на товари та послуги. Динаміка ВВП України свідчить про позитивну тенденцію.

На другому місці за рівнем впливу знаходяться технологічні фактори, це пояснюється тим, що машинобудівна галузь дійсно потребує збільшення нових технологій та постійної модернізації, що пришвидшить процес виробництва та дозволить збільшити якість продукції, не збільшуючи її вартість.

На третьому місці опинилися політичні фактори, це свідчить про те, що для ефективного функціонування підприємств машинобудування мають бути надані усі умови для цього, а саме прогресивне та стабільне законодавство, відповідні реформи та звичайно низький рівень корупції і умови для ведення прозорого бізнесу. Політична нестабільність політико-економічного становища України, гальмування політичними силами економічних реформ, погіршення торговельних відносин із Росією створюють бар'єри для розвитку машинобудівного комплексу.

На останньому місці є фактори соціального середовища, вони також є знаними, але їх вплив є дещо меншим порівняно з перерахованими вище.

Першим соціальним фактором є скорочення населення, зайнятого у машинобудівній галузі. За 2011–2019 рр. сталося скорочення кількості зайнятих з 499,4 тис. осіб до 351,4 тис. осіб на фоні зменшення кількості зайнятих за промисловістю в цілому з 3091,8 тис. осіб до 2110,0 тис. осіб, що також є наслідком кризових явищ в економіці України.

Наступними соціальними факторами, які слід зазначити, є: відтік за кордон висококваліфікованих кадрів, низька престижність праці у виробничій сфері, низька мотивація праці, значний розрив між рівнем заробітної плати і рівнем потреб працівника та пандемія COVID-19.

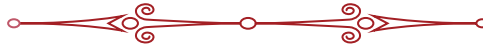
Отже, правильно обрана стратегічна політика підприємства у фінансовому аспекті не тільки допоможе зміцнити позиції на ринку, але й сприятиме підтримці тенденції розвитку підприємства загалом. Важливість



розв'язання цих питань є зумовленою необхідністю постійного моніторингу впливу факторів зовнішнього середовища підприємства для того, щоб передбачувати характер та ступінь їх дії, вловлювати тренди та тенденції, що на них впливають, своєчасно реагувати на вплив шляхом упровадження необхідних стратегічних змін.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Журавльова І. В.

Література: 1. Ансофф И. Стратегическое управление. Москва : Экономика, 1999. 225 с. 2. Александров І. О. Фінансова стратегія підприємства. *Наукові праці Донецького національного технічного університету*. 2003. № 65. С. 121–128. 3. Бланк И. А. Финансовая стратегия предприятия. Киев : Ника-Центр ; Эльга, 2004. 720 с. 4. Лукіна Ю. В. Формування та реалізація стратегії управління фінансами підприємства. *Фінанси України*. 2006. № 3. С. 113–118. 5. Люльов О. В. Формування стратегій розвитку підприємства в умовах незбалансованої економіки : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Суми, 2011. 186 с. 6. Прохорова В. В. Стратегічний аналіз діяльності авіабудівних підприємств на основі технології SWOT- та PEST-аналізу. *Вісник Національного технічного університету «КПІ»*. 2010. № 59. С. 191–200. 7. Терещенко С. І. Моделі оцінки платоспроможності підприємств. *Фінанси України*. 2001. № 7. С. 69–74. 8. Зінченко О. А. Управління якістю фінансового результату підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2010. № 1. С. 109–114. 9. Журавльова І. В. Фінансова стратегія : навч. посіб. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. 183 с. 10. Державна служба статистики України. URL: www.ukrstat.gov.ua. 11. Національний банк України. URL: www.bank.gov.ua.



РОЛЬ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ У РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.5.011

Водяшина В. В.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті розглянуто сутність і поняття організаційної культури підприємств. Також визначено вплив і роль такої культури на ефективність формування і розвитку для сучасних вітчизняних компаній. Наведено можливий результат для бізнесу після впровадження змін в існуючій культурі.

Ключові слова: організаційна культура, підприємство, роль, людський ресурс, розвиток, сучасність.



Annotation. The article considers the essence and concept of organizational culture of enterprises. The influence and role of such culture on the efficiency of formation and development for modern domestic companies is also determined. The possible result for business after the introduction of changes in the existing culture is given.

Keywords: organizational culture, enterprise, role, human resources, development, modernity.





Актуальність. Організаційна культура розглядається як потужний фактор конкурентної переваги сучасних організацій. Для українських організацій, що домоглися успіху на ринку, усе більшої актуальності набувають проблеми підвищення результативності, ефективності та якості трудової діяльності. Фундаментальним критерієм трудової діяльності є розуміння людських та інтелектуальних ресурсів як джерел створення цінностей.

Зараз ми проживаємо період досить великих можливостей для відкриття бізнесу, навіть без великих вкладень і досвіду. Структура бізнес-моделей змінилася, як і підхід до ведення таких справ.

Більшість власників компаній усвідомлюють, що одним з найважливіших ресурсів для досягнення успіху є людський ресурс. Саме працівники під правильним керівництвом приносять прибуток компаніям. Відповідно для поліпшення продуктивності роботи цих людей необхідно створити належні умови, а розвиток організаційної культури веде до створення міцної і згуртованої команди, де всі націлені на хороші результати.

Отже, розглянута детально роль розвиненої організаційної культури в сучасному бізнесі набуває актуальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В контексті управління, особливо особистим питанням в організаційній культурі, присвячені праці відомих зарубіжних учених, таких як М. Мескон, Е. Мец, Е. Шейн. Також цій проблематиці було приділено увагу провідних науковців, серед яких слід виділити С. Писаренко, О. Чернегу, Е. Брукінга, М. Долішнього, С. Злупко та В. Спивакова.

На рис. 1. зображено можливості, які відкриває цілеспрямоване формування організаційної культури.

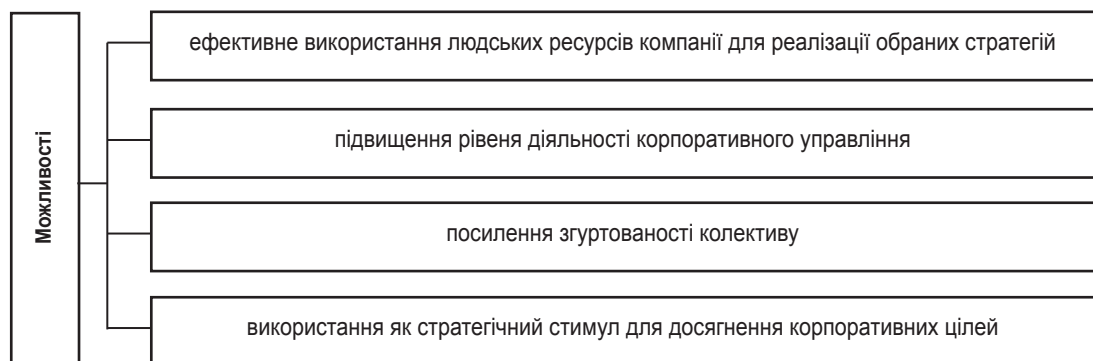


Рис. 1. **Можливості для компаній завдяки розвитку організаційної культури**

Під час дослідження робіт ключових науковців та аналізу отриманої інформації можна зрозуміти, що вирішення проблем недостатнього розуміння важливості розвинутої організаційної культури, а отже, її формування та впровадження на підприємствах – є актуальним для вітчизняного бізнесу.

Постановка завдання. Сьогодні роль організаційної культури в економічних процесах значно зростає, вона стає сучасним інструментарієм менеджменту, тому зростає необхідність вкладати інвестиції в розвиток організаційної культури. Саме тому метою цього дослідження є визначення ролі організаційної культури в діяльності сучасних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Організація – складний механізм, основою життєвого потенціалу якого є організаційна культура. Вона є одним із факторів, що підвищують конкурентоспроможність компанії.

Це можна пояснити такими фактами: за сучасних умов увага в управлінській науці зосереджується не лише на збільшенні економічних показників, формуванні та реалізації стратегій продажу, та просуванні товарів на ринку, а й на максимізації ефективності управління.

Удосконалити процес управління персоналом шляхом формування та розвитку організаційної культури. При цьому мета організаційної культури безпосередньо пов'язана з вирішенням ключових проблем виживання компанії в соціальному та економічному середовищі та внутрішньої інтеграції поведінки персоналу для досягнення поставлених цілей.

Складові організаційної культури сучасного підприємства зображені на рис. 2.

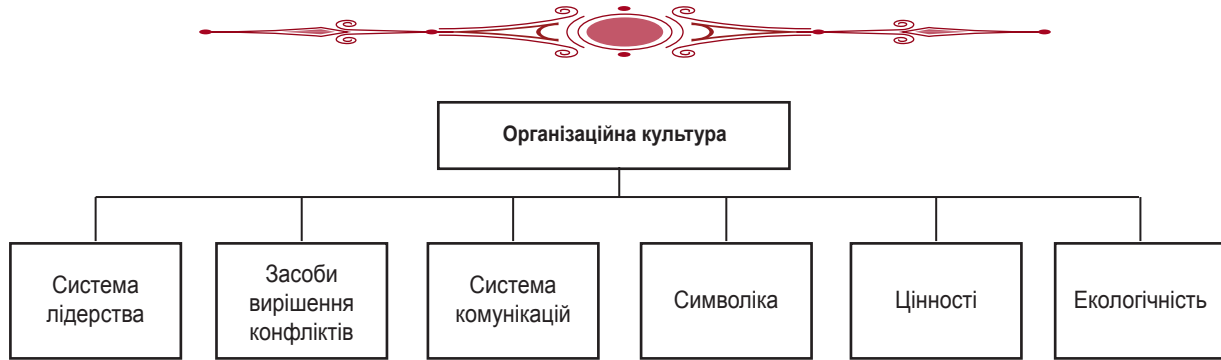


Рис. 2. Складові елементи організаційної культури

Культура об'єднує всі види діяльності та всі стосунки в компанії, роблячи колектив згуртованим і продуктивним. Вона створює зовнішній імідж організації, визначає характер відносин з постачальниками, замовниками, партнерами та клієнтами.

Культура допомагає зосередитися на основних стратегічних напрямках, які визначаються відповідно до основної мети компанії. Важко знайти компанію, яка не хоче мати міцну організаційну культуру.

Тільки сильна організаційна культура може створити соціально-економічне поле, забезпечуючи тим самим найвищу продуктивність, успіх компанії та лояльність працівників.

Як і будь-якому іншому аспекту бізнесу компанії, культурі потрібно надати однакове значення. Сучасні менеджери повинні бути компетентними щодо діагностики культури, визначення напрямку руху, аналізу факторів, що мають на неї найбільший вплив, а отже, корегування певних елементів і параметрів культури.

Важливим є той факт, що і у споживача, і у працівника перше враження від підприємства торгівлі формується на основі організаційної культури підприємства. Організаційна культура проявляється перед новим співробітником у вигляді поведінки оточуючих, що підкоряються невідомим законам, що узгоджуються з невідомими цінностями. Якщо на підприємстві робота з адаптації нового персоналу добре налагоджена, то співробітника ознайомлюють з правилами та цінностями підприємства.

Вплив організаційної культури на діяльність сучасних вітчизняних підприємств при цьому може розглядатися в п'яти напрямках:

- на процеси, що протікають в організації;
- на структуру організації;
- на проведення організації;
- на конкурентоспроможність;
- на загальну результативність діяльності організації.

Такий підхід дозволить навчатись і аналізувати сукупний вплив організаційної культури на підприємство, включаючи всі аспекти діяльності та життя організації, дати цілне його розуміння.

Впровадження організаційної культури на підприємства проявляється у досягненні основної цілісної мети – забезпечення самоорганізації соціально-економічної системи за допомогою персоналу, підвищення трудового потенціалу організації, що є складовою загального економічного потенціалу компанії.

Досягнення цієї мети призведе до підвищення професійного потенціалу, а отже, зростання компетентності персоналу. Це вплине на зростання прибутку, дохідності організації, адже пов'язано з тим, що більш компетентні працівники можуть працювати на більш досконалому обладнанні, за більш досконалою методикою, вони здатні генерувати ідеї, творчо підходити до роботи.

Усе це позитивно впливає на якість продукції та обслуговування клієнтів, створення успішних кейсів, дозволяючи організаціям розробляти власні унікальні технології, продукцію, послуги, тим самим підвищуючи прибутковість. Розвиток організаційної культури відображається на економічній ефективності діяльності організації, особливо у зростанні ринкової вартості фірм.

Висновки. Таким чином, можна зазначити, що вплив організаційної культури на загальну результативність діяльності сучасних компаній складається із сукупності розглянутих вище напрямків її впливу. В цілому процеси, структури, поведінка, рівень конкурентоспроможності організації формують нову ідеологію управління і, як наслідок, загальну результативність її діяльності. Тому можна констатувати, що організаційна культура

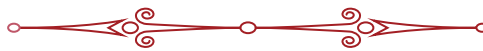


так чи інакше впливає на всі характеристики результативності підприємств. Організація з низькою культурою виробництва, праці, обслуговування і взагалі діяльності різних функціональних підрозділів не має в сучасних умовах перспективи подальшого розвитку.

Розуміння ролі організаційної культури дозволить оцінити положення своєї організації, зрозуміти, що можна, а що недоцільно робити, її людські ресурси і потенціал в цілому, допоможе краще прогнозувати ефективність своєї управлінської діяльності, зробити свої рішення адекватними стану своєї організації і зовнішнього середовища.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Кінас І. О.

Література: 1. Білорус Т. В., Горбась І. М. Організаційна культура // Міждисциплінарний словник з менеджменту / за ред. Д. М. Черваньова, О. І. Жилінської. Київ : Нічлава, 2015. С. 41–42. 2. Заболотна В.О. Організаційна культура як психологічне підґрунтя підвищення ефективності праці // Психологічні основи управління персоналом : навч. посіб. Київ : Гнозис, 2014. С. 227–241. 3. Смолінська О. Є. Психодинамічний підхід до аналізу організаційної культури. *Актуальні проблеми економіки*. 2007. № 3. С. 129–136. 4. Чернявська Т. Емпіричне дослідження особистісних особливостей власників та невластників бізнесу. *Психологія і суспільство*. 2010. № 2. С. 164–168. 5. Питель Н. Я. Корпоративна культура підприємства в умовах глобалізації. *Інформаційна економіка*. 2012. № 6. С. 62–65.



ЗАРОБІТНА ПЛАТА ЯК ІНСТРУМЕНТ СТИМУЛЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ

УДК 331.2:657(477)

Волобуєва Ю. В.

Магістрант 1 року навчання
факультету фінансів і обліку ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Статтю присвячено дослідженню сучасних систем нарахування заробітної плати на підприємствах України, виокремлено основні переваги та недоліки; запропоновано основні напрямки вдосконалення систем нарахування заробітної плати.

Ключові слова: заробітна плата, система нарахування, управлінський облік, бухгалтерський облік.



Annotation. The article is devoted to the study of modern payroll systems in Ukrainian enterprises, highlights the main advantages and disadvantages; the main directions of improvement of payroll systems are offered.

Keywords: salary, accrual system, management accounting, accounting.





Постановка проблеми. Заробітна плата має важливе значення на кожному підприємстві, як для робітників, так і для роботодавців. Гідна заробітна плата, оптимальне податкове навантаження, стимулювання, якість виконання роботи, соціальні гарантії – всі ці речі є запорукою успіху кожного підприємця. Саме від цього залежить його ефективність роботи, тому що усім відомо, що заробітна плата – практично найважливіший стимул для робочої сили.

Позитивні наслідки від зростання заробітної плати на макроекономічному рівні полягають у зростанні платоспроможного попиту та купівельної спроможності населення, розширенні бізнесу. Зростання обсягів наповнення державного бюджету призведе до поповнення фондів охорони здоров'я, закладів освіти, громадського транспорту та інших. Проблема цієї роботи полягає в тому, щоб визначити підходи до нарахування заробітної плати, які б поєднували інтереси працівника, роботодавця та держави.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Теоретичну основу роботи склали вітчизняна й іноземна економічна література, яка присвячена заробітній платі. Вивченням проблеми обчислення зарплати займалися основоположники класичних теорій А. Сміт «Теорія заробітної плати», Д. М. Кейнс «Загальна теорія зайнятості, відсотка і грошей», Н. О. Божок, М. О. Кабаченко, Н. Є. Скрипник, Т. В. Писарева та інші вчені-економісти.

Метою цієї роботи є запровадження дієвої системи оплати праці на підприємствах України.

Виклад основного матеріалу дослідження. На всіх підприємствах люди зацікавлені в тому, щоб отримувати гідну плату за свої знання і працю. Це впливає не тільки на ефективність роботи підприємства, але і на державу також. Конкурентні переваги країни в сучасному світі найбільш залежать від якості її трудових ресурсів та інвестицій в людський капітал.

Актуальність обраної теми обумовлена тим, що заробітна плата є основним джерелом доходу працівників. Отже, питання правильності обчислення оплати праці є важливими для працівника, оскільки заробітна плата є засобом забезпечення життєвих потреб.

Заробітна плата – це винагорода, яку роботодавець виплачує працівникові за виконану ним роботу в грошовому виразі. Таке визначення поняття «заробітна плата» зазначається у ст. 1 Закону України «Про оплату праці» [2] та ст. 94 Кодексу Законів про працю України[3].

У сучасному світі існує багато систем нарахування заробітної плати. В Україні більш за все використовуються:

- фіксована ставка, в якій працівники отримують фіксовану заробітну плату, незалежно від обсягу виконаної роботи;
- відрядна ставка, в якій працівники отримують заробітну плату залежно від виробленої продукції або інших критеріїв;
- часова форма оплати праці, в якій працівники отримують заробітну плату залежно від часу, витраченого на роботу.

У бухгалтерському обліку нарахування заробітної плати основних виробничих працівників завжди пов'язане з прямими витратами на оплату праці і відображається в бухгалтерському обліку залежно від організаційної структури підприємства за різними центрами витрат (центрами відповідальності).

Залежно від організаційної структури підприємства можуть виокремлювати різні центри відповідальності (місця виникнення витрат). Це можуть бути цехи, дільниці, служби й інші структурні підрозділи підприємства. Такі центри відповідальності доцільно виокремлювати в самостійні об'єкти обліку та групувати за ними витрати на виробництво.

У сучасних реаліях для стимулювання діяльності працівників часто використовуються бонусні системи оплати. Ці системи можуть базуватися як на системі нарахування індивідуальних, так і колективних бонусів.

Переваги використання бонусної схеми винагороди виробничих працівників полягають у такому:

- з одного боку – це стимулююча схема винагороди працівників за економію часу у виробничому процесі, яка надає можливість більш ефективно використати час й отримати більшу оплату;
- з іншого – бонусна система надає роботодавцю економію в оплаті праці за певну виробничу операцію або завдання.

На думку автора, найбільш обґрунтованим методом стимулювання працівників є застосування індивідуальної бонусної системи. Означена система стимулювання оплати праці виробничих робітників, яка застосо-



ується в багатьох західних компаніях, може мати різні форми, найбільш поширеними з яких є: Швеція – солідарна заробітна плата; Японія – оплата за стаж; Німеччина – стимулювання зростання продуктивності; США – оплата за кваліфікацію; Велика Британія – оплата за індивідуальними контрактами; Франція – індивідуалізація зарплати; Італія – виплата колективних та індивідуальних надбавок до галузевої тарифної ставки і надбавки у зв'язку зі зростанням вартості життя [6].

Бонусна схема Halsey (50/50) За цією схемою для виконання завдання задається стандартний час. Погодинна ставка фіксована, і працівники гарантуються так, що навіть якщо в зазначений стандартний час робота не буде виконана ними, ним може бути отримана гарантована сума, бонус виплачується у розмірі оплати праці за 50 % ставкою за зекономлений час.

Halsey – Weir (33 або 1/3) За схемою Halsey-Weir працівник має право на бонус, який дорівнює його часовий заробітній платі для 1/3 частини (часто 30 %) збереженого часу; замість 50 % у випадку схеми Halsey. Таким чином, окрім вищезначеного розрахунку, методологічно, немає різниці між схемою Halsey -та схемою Halsey-Weir.

За допомогою використання бонусної системи Halsey у працівників зростають професійні навички, залишається вільний час для виконання інших робочих завдань за додаткову оплату. Дуже важливим фактором на кожному підприємстві є людський капітал, його ефективне використання. Протягом трудової діяльності працівника має зростати вартість його професійних навичок і компетенцій на ринку робочої сили. Це може відбуватися шляхом набуття робітником практичного досвіду та підвищення кваліфікації. Усвідомлення значення безперервного навчання протягом трудового життя є необхідним елементом прогресу суспільства та створення багатства нації, тобто процесу формування людського капіталу

Бонусна система Девіда Роуана передбачає отримання працівником гарантованої заробітної плати за витрачений час за стандартною ставкою, як у випадку з схемою Хелсі. Таким чином, за години фактичної роботи працівник отримує свою заробітну плату, що нараховується за стандартною, заздалегідь визначеною ставкою, але недотримання (перебільшення) часу на виконання ніяк не оплачується. Нарахування бонусу відбувається у разі економії робочого часу працівником.

При цьому бонус як заохочувальний інструмент підвищення ефективності праці стимулює закінчити роботу менш ніж за стандартний, визначений роботодавцем, час. Для розрахунку бонусу застосовується формула:

$$\text{Сума бонусу} = \frac{\text{Фактичний час}}{\text{стандартний (запланований) час}} \times \text{Збережений час} \times \text{Стандартна тарифна ставка.} \quad (1)$$

Отже, використання системи індивідуальних бонусів дозволяє заохотити до ефективної роботи працівника з одного боку, а з іншого – несе певні вигоди роботодавцю. Роботодавець зацікавлений у підвищенні професійних навичок працівників та в тому, щоб підвищувати їх кваліфікацію. Зростання загального професійного та освітнього рівня працівників лежить і в площині інтересів щодо реалізації соціальної політики з боку Держави.

Для більш детального розгляду питання проблем зростання заробітної плати було проаналізовано динаміку заробітної плати, доходів і валового внутрішнього продукту у розрахунку на одну людину у 2016–2020 рр. (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка заробітної плати, доходів і валового внутрішнього продукту
(% до попереднього року) [4; 5]

Індекс	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019	2020 р.
Номінальна заробітна плата	123,6	137,1	124,8	118,4	110,4
Реальна заробітна плата	109,0	119,1	112,5	109,8	107,4
ВВП на 1 особу	55899	70233	84235	94661	106902
Середня заробітна плата	5183	7104	8865	10497	11595



Таким чином, наведені результати (табл. 1) дозволяють зробити висновок, що середня заробітна плата в Україні з кожним роком зростає, але у 2021 році далеко не всі працівники отримують навіть 7–8 тис. грн, незважаючи на середні показники у майже 12 тис. грн. Це призводить до зменшення зацікавленості у своїй роботі, тому що отримані кошти не дозволяють підвищити добробут (придбати авто, квартиру). Важливим недоліком системи оплати праці в Україні, яка позначається на структурі бідності в нашій державі, є значна міжгалузева диференціація середнього розміру заробітної плати. Низька заробітна плата впливає також на формування ВВП. На основі табл. 1 розглянемо зв'язок середньої заробітної плати та ВВП на рис. 1 та табл. 2:

Таблиця 2

Динаміка середньої заробітної плати та ВВП за 2016–2019 рр. в Україні
(коефіцієнт до попереднього року) [4; 5]

Індекс	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.
<i>ВВП на 1 особу</i>				
Абсолютне значення	55899	70233	84235	94661
темپ зростання	-	1,26	1,19	1,12
<i>Середня заробітна плата</i>				
Абсолютне значення	5183	7104	8865	10497
темپ зростання	-	1,37	1,25	1,18

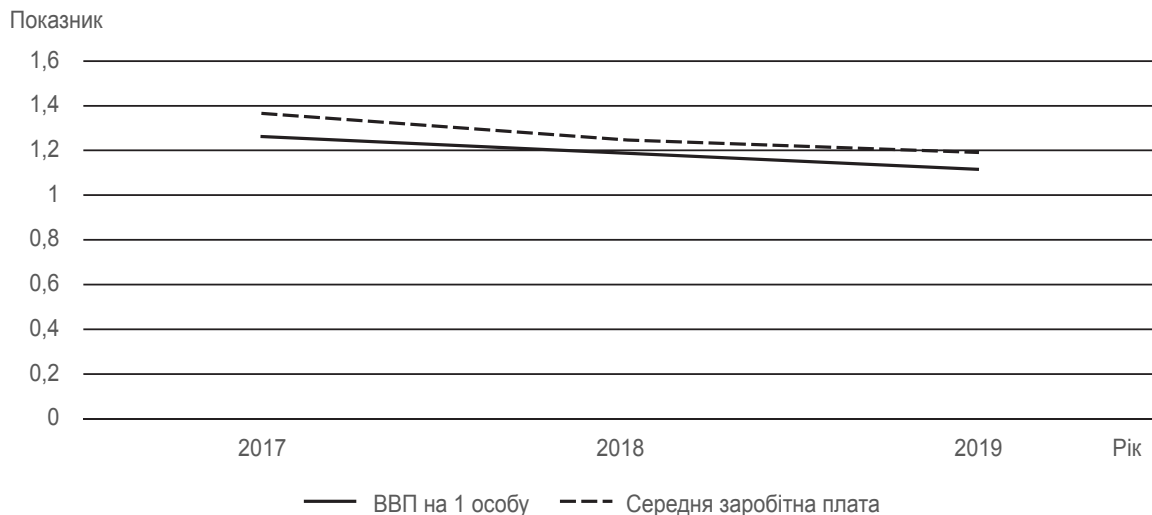


Рис. 1. Динаміка темпів зростання середньої заробітної плати та ВВП щодо попереднього року в Україні

Проведений аналіз (табл. 1, рис. 1) дозволяє зробити висновок, що середня заробітна плата з кожним роком зростає, але її відносний приріст із року в рік уповільнюється, що є досить негативною тенденцією.

У період пандемії ускладнилась ситуація як для найманих працівників, так і для самих роботодавців. Тому було затверджено надати допомогу фізичним особам – підприємцям і найманим працівникам від держави у розмірі 8000 гривень. Окрім цього, фізичних осіб – підприємців першої групи звільнили від сплати єдиного соціального внеску та єдиного податку. Також деяким підприємцям списали податковий борг і не нараховують штрафні санкції.

Вивчаючи практики впровадження заходів з соціального захисту працівників під час пандемії, розглянемо досвід Польщі, де наразі працює найбільше трудових мігрантів з країн Східного Партнерства. У рамках польської державної програми «Антикризовий щит», було запроваджено низку соціальних виплат особам, які втратили джерело доходу через економічну ситуацію, спричинену кризою COVID-19, зокрема іноземцям, які легально проживають і працюють у Республіці Польща. Особи, які легально працювали за цивільно-правовими



договорами, у разі тимчасового припинення роботи через кризу могли оформити щомісячну соціальну допомогу від держави – 2080 злотих (приблизно 13,5 тис. грн) упродовж трьох місяців.

Солідарну допомогу від держави могли отримати особи, з якими роботодавець розірвав трудовий договір після 15 березня 2020 року або термін їх трудового договору закінчився після цієї дати. Умовою отримання допомоги, яка становила 1400 злотих на місяць (приблизно 10,3 тис. грн) і виплачувалася з 1 червня по 31 серпня 2020 року, було також соціальне страхування за трудовим договором на загальний строк не менше 60 днів до 2020 року.

Додаткову допомогу на догляд могли оформити особи, які доглядають за дітьми до восьми років під час закриття дитячих садочків. Окрім того, підприємства, у яких знизився обсяг продажу товарів і послуг під час пандемії, мали можливість подати заявку на субсидію, щоб покрити частину витрат на оплату праці працівників і соціальних внесків [6].

Для поліпшення свого становища Україні необхідно поступово знижувати податкове навантаження, використовуючи міжнародний досвід, і адаптуючи його до специфіки і умов розвитку нашої країни, створюючи при цьому такі умови, в яких ухилитися від сплати податкових зобов'язань буде майже неможливо. А це призведе до поетапного збільшення надходжень до державного бюджету. При цьому також слід подбати про те, щоб податкові надходження були доцільно розподілені.

До заходів, що будуть спрямовані на удосконалення оплати праці, відносять забезпечення залежності розмірів заробітної плати від особистого внеску працівників у результати праці підприємства. Тільки проведення якісної податкової, цінової і загальної соціально-економічної політики сприятиме вдосконаленню організації заробітної плати.

Можна зробити висновок, що для підприємства будь-які виплати, пов'язані з оплатою праці, – це практично завжди витрати, але витрати різних категорій. На нашу думку, підвищення заробітної плати має здійснюватися шляхом: реалізації заходів, спрямованих на зростання реальної заробітної плати, не нижчої за темпи зростання реального валового внутрішнього продукту; забезпечення підтримки купівельної спроможності населення через індексацію його грошових доходів; посилення захисту прав працівників у сфері оплати праці, зокрема, шляхом розвитку соціального партнерства та договірного регулювання трудових відносин; здійснення комплексу заходів щодо стимулювання легалізації незареєстрованої трудової діяльності; забезпечення оптимальної міжпрофесійної, міжкваліфікаційної, міжпосадової та міжгалузевої диференціації заробітної плати всіх категорій працюючих.

Загалом, можна сказати, що заробітна плата повинна задовольняти хоча б мінімальні життєві потреби, робітники повинні мати стимулювання до вироблення більше продукції, надання якісніших послуг. Держава повинна запропонувати оптимальне податкове навантаження, щоб мінімізувати тіньову економіку, забезпечити працівникам гідну оплату праці, занятість. Високі податки для роботодавців і працівників призводять до тіньової занятості, тому треба підвищувати стимулюючу роль з приводу обґрунтування податків на заробітну плату.

Своєю чергою, керівники підприємств повинні створити належні умови праці, стимулювати працівників. Застосування сучасних систем заробітної плати забезпечить зацікавленість і поєднання інтересів держави, роботодавців і працівників.

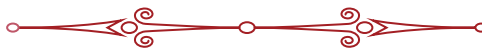
Працівники повинні якісно виконувати свої обов'язки, бути частиною великої справи, відчувати себе корисними для підприємства. Дотримання всіх цих вимог приведе кожне підприємство до успіху.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Лабунська С. В.

Література: 1. Про оплату праці : Закон України від 24.03.1995 № 108/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/108/95-вр#Text>. 2. Кодекс Законів про працю України : Закон України від 10.12.1971 № 322-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08>. 3. Коваленко О. В. Вдосконалення системи оплати праці на підприємстві. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2014. Вип. 8. С. 60-66. 4. Темпи зростання / зниження номінальної та реальної заробітної плати. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/gdn/tznr/tznr_u/tznr_u_bez.htm. 5. Середньомісячна заробітна плата штатних працівників за вида-



ми економічної діяльності. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2021/gdn/szpsph/arh_szp_ed_u.html.
6. Тибінка Г., Сікора О., Мартинюк Н. Іноземний досвід застосування різних систем оплати праці та можливості їх використання в Україні. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=ae_2017_10_3-4_17.



THE PSYCHOLOGY OF COLOR IN ADVERTISING

UDC 159.937.515.5

A. Vologodskaya

The 3rd year student
of the Faculty of International Economic Relations of KhNEU of S. Kuznets

???

Annotation. *The influence of color theory in psychology in advertising is revealed. The main evoked associations of different colors, cultural peculiarities of perception in different nationalities, as well as possible ways of application for advertising purposes are considered. The influencing factors of the perception of colors in the messages are considered.*

Keywords: *color, color psychology, advertising, company, customer.*



Анотація. *Розкрито вплив теорії кольорів у психології на рекламу. Розглянуто основні асоціації, викликані різними кольорами; культурні особливості сприйняття кольорів у різних національностей, а також можливі способи застосування кольорів у рекламних цілях. Розглянуто фактори впливу на сприйняття кольорів у повідомленнях.*

Ключові слова: *колір, кольорова психологія, реклама, компанія, клієнт.*



In color, we more easily remember and perceive information, it emphasizes the properties and qualities of an object or phenomenon. The psychology of color in marketing helps you achieve the desired effect and engage your audience. By correctly combining colors in the design, we achieve attracting attention to the product or service of a certain audience. color not only evokes a corresponding reaction of a person depending on his emotional state, but also forms his emotions in a certain way.

Analysis of recent research and publications. Theoretical and practical problems were researched and studied by such scientists Lüscher M., Elliot A., Maier M. Color psychology is a science and theory is indispensable here.

The purpose of the article is a methodological justification for ways to improve the effectiveness of advertising by using the psychology of the sub-conscious using colors and their associations. To systematize the existing knowledge about the psychology of color, its influence and perception by the buyer in advertising.

The actual problem is lack of understanding in the use of advertising tools and interaction with customers. The actual problem of transmitting the correct message through advertising messages through the use of the psychology of the perception of the individual.

The main purpose of advertising a product / service is to interest a person so that he makes an order.



How can the color scheme help in attracting new customers? Color range and design have a strong impact on humans. This is due to the specifics of the human brain: 80% of information we receive visually.

- Functions of color in advertising:
- Attract the attention of potential customers;
- Reflect the essence of the offered goods and services;
- Forms an attitude towards advertising
- Highlights individual components and makes them memorable.

When choosing a color, a marketer / designer / entrepreneur should focus on the following points:

- Company image;
- Message in advertising;
- Purpose of creating advertising;
- Selective impact on the target audience;
- Conditions in which the advertisement will be placed;
- Impact of each individual colors per person.

Max Lüscher, the world famous psychologist and developer of the Lüscher color test, made a very worthwhile conclusion for the entire advertising industry. He developed a color psychological test that measures the psycho-physiological state of a person, his resistance to stress, activity and communication skills. Lüscher's test identified color patterns that are used in marketing to drive consumer preferences. On its basis, a «color» dictionary was formed [1].

How does color psychology works? Colors evoke associations in a person; sometimes we are aware of it, sometimes not. There are primitive associations, for example, blue resembles the color of the sky and water, and green is the color of plants. These associations are of the same age as humanity and are applicable almost anywhere in the world.

However, there are those that have appeared in society over time, they can differ in different cultures and even disappear over time. In addition, the perception of color is influenced by age, gender, experience, context and personal preference. It is impossible to please everyone, but the psychology of colors will help to understand what associations, and therefore emotions, certain colors evoke in the majority.

Let us do a thought experiment. Imagine yellow, what is your first association? Surely a lemon. Unsurprisingly, we expect a yellow beverage to be sour. Red and orange drinks are often found to be sweeter. Color even affects our perception of the speed of the passage of time. Sites with cool colors seem to load more slowly [2].

Knowing the meaning of color will help shape the desired image of the company, increase sales, and build trust. The following is a list of the main associations that will help you navigate the choice of color depending on your company or advertising; the main cultural differences in the perception of color are taken into account and examples of how this theory can be used in practice in design and marketing [3].

White

Associations:

- + Purity, innocence, solemnity, peace, tranquility, freshness.
- Excessive sterility, coldness.

Culture. While in most cultures, white means truce, luxury and is used to dress the bride, in China white is the color of mourning.

How to use. Ideal for both minimalist brands and when you need to make friends with many bright colors. It is like a mat for a photograph - with white, you can add sophistication to the brightest color photographs.

Black

Associations:

- + Night, mystery, refinement, elegance, security, strength, authority, luxury.
- Coldness, anger, danger, depression, mourning, darkness, aggression

Culture. Most peoples have black, which means darkness and death, while the tribes of arid regions of Africa have rain clouds, which means good news. In modern European culture, black is not only a symbol of darkness and death, but also elegance and aristocracy.



How to use. This color is suitable for those brands that want to emphasize sophistication and show that the product is expensive. This is what brands Hugo Boss, Chanel, Camus do. Even the highest quality tea and sweets are often packaged in black boxes.

Red

Associations:

- + Fire, love, enmity, aggression, sex, power, heat, strength.
- Blood, fear, pain, threat, danger, war.

Culture. In many Asian countries, red symbolizes prosperity, happiness and good fortune. In Russian culture - honor and beauty. In addition, for almost all peoples, red means passion and love.

How to use. Suitable for food - Coca-Cola, Red Bull and entertainment Netflix. It should be used more carefully in the field of security and real estate here it can scare off with its aggressiveness. Red is a bright color and in large quantities can irritate and cause aggression. But to draw attention to an important topic, red is suitable, for example, it will look appropriate on a poster that encourages you to become a blood donor.

Green

Associations:

- + World, peace, life, growth, harmony, nature, youth, freshness, health, purity.
- Treason, envy, boredom, weakness.

Culture. In China, green symbolizes new life, hopes, but also infidelity, a man in a green hat here is a man who is being cheated on by his wife. In India, green is peace and hope. In Ireland, luck.

How to use. Cool green will add freshness, imagine the image of mint on chewing gum, bright will remind greenery and nature. Green combined with natural beige and brown makes the product look more sustainable. This technique is often used in packaging cosmetic brands to evoke an association with nature and show that the product is natural.

Blue

Associations:

- + Trust, loyalty, consistency, serenity, security, universe, space.
- Coldness, callousness, isolation.

Culture. Perhaps, blue is one of the safest colors and does not evoke strong negative associations in any culture.

How to use. Blue is a calm color that can be safely used in the technological and financial spheres, in medicine. It is well suited for the execution of corporate documents. Dark blue is the most neutral of the colors in the spectrum and is good even for decorating products with many other shades, for example, social networks Facebook, VKontakte.

The perception of color and the emotional attitude towards it depends mainly on the emotional state of a person. It turned out that certain emotional states of a person correspond to his stable relationship to color, color combinations: one color is given preference, the other does not cause any special emotions, the third is completely rejected [4]. This color perception is conceptually captured in Table 1.

Table 1

Influence of color on the perception of an advertising message

Color	Visual-sensory perception symbol				
	Distance	Size	Temperature	Soul mood	Hygienic impact
Green	far	reduces	neutral, very cold	very calm	fresh
Red	close	increases	warm	annoying, disturbing	-
Orange	very close	increases	very warm	fascinating, exciting	-
Yellow	close	-	very warm	fascinating, exciting	-
Brown	very close	-	neutral	-	dirty
Purple	very close	-	cold	aggressively anxious, discouraging	-



The color helps to quickly recognize what is being offered in the ad. In addition, the color rendering of the texture and shadows causes a greater desire to purchase the advertised item. Moreover, people are good at orienting themselves to colors. This quality helps even those who cannot read [5].

Conclusion. Colors evoke in us associations with objects and phenomena, some associations coincide in people and entire nations. In addition, color helps us navigate this world. Guided by knowledge about the influence of color on a person, you can create ads that will evoke the "right" emotions and will push the consumer to buy. When choosing a color for a design, it is important to take into account not only the meanings of colors, but also the audience, associations with flowers, and hence the psychology of colors, depend on its age, gender, interests and lifestyle. When entering the global market, it is important to revise the brand colors, take into account the peculiarities of the audience's culture, and take into account the meaning of color in their culture.

Supervisor – Candidate of Sciences (Law), Associate Professor Stryzhak O. O.

Literature: 1. Braun D., Claude M. J., Bonta J. L. Cross-Cultural Validity, Reliability, and Stimulus Characteristics of the Luscher Color Test. *Journal of Personality*. 1979. 56 p. 2. Gerald J., Gorn, Chattopadhyay A., Sengupta J., Tripathi S. Waiting for the Web: How Screen Color Affects Time Perception, 2004. 24 p. 3. Elliot A. J., Maier M. A., Color psychology: Effects of perceiving color on psychological functioning in humans. *Annual review of psychology*. 2014. P. 95–120. 4. Kaya N., Epps H. Relationship between color and emotion: a study of college students. *College student journal*. 2004. P. 396–405. 5. Mahnke F. H. Color, environment, and human response: an interdisciplinary understanding of color and its use as a beneficial element in the design of the architectural environment, 1996. P. 45–56.



ДІАГНОСТИКА РІВНЯ КРИЗОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА ЗА ДОПОМОГОЮ МЕТОДУ ТАКСОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ

УДК 005.334:519.23

Габель А. О.

Студент 4 курсу
факультету фінансів та обліку ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Оскільки більшість статистичних методів для досягнення достовірного результату вимагає досить велику кількість спостережень (кореляційно-регресивний аналіз, дисперсійний аналіз), а на практиці не завжди є така можливість, то виникає проблема підбору методів, які б враховували особливості досліджуваного економічного явища і ступінь впливу на нього найбільш вагомих факторів та ознак. У статті розглянуто метод таксономічного аналізу для побудови інтегрального показника ймовірності банкрутства на прикладі ПрАТ «Кондитерська фабрика «Харків'янка».

Ключові слова: таксономічний аналіз, інтегральний показник ймовірності банкрутства, матриця спостережень, еталонні значення.





Annotation. Since most statistical methods require a large number of observations (correlation-regression analysis, analysis of variance) to achieve a reliable result, and in practice there is not always such a possibility, there is a problem of selecting methods that would take into account the studied economic phenomenon and the degree of influence the most important factors and signs. The article considers the method of taxonomic analysis for the construction of an integrated indicator of the probability of bankruptcy on the example of CJSC «Confectionery «Kharkovchanka».

Keywords: taxonomic analysis, integral indicator of bankruptcy probability, observation matrix, reference values.



Постановка проблеми. Метою цієї статті є за допомогою даного методу проаналізувати рівень кризового стану у ПрАТ «Кондитерська фабрика «Харків'янка». Для розрахунку нами було відібрано систему показників, яка, на наш погляд, точно охарактеризує рівень кризи. Завданнями дослідження є: визначення сутності та особливостей розрахунку таксономічного показника; розрахунок та інтерпретація показника таксономії.

Зарубіжна та вітчизняна практика характеризується різноманітними підходами до діагностики банкрутства підприємства, формами й інструментами її реалізації [1–4]. Найбільш поширеними для цілей прогнозування банкрутства є багатофакторні дискримінантні моделі. Зокрема, моделі Е. Альтмана, Таффлера і Тішоу, Р. Ліса, Р. Сайфуліна та Г. Кадикова, О. Терещенка й ін. Проте зарубіжні моделі не завжди дають об'єктивну оцінку прогнозування банкрутства підприємств в Україні. Саме тому актуальною є розроблення вітчизняних методик такого прогнозування, що базуються на показниках фінансової звітності підприємств [3].

Реалізація методу таксономії передбачає побудову інтегрального показника, що узагальнює характеристики об'єкта дослідження у конкретний момент часу. Головною метою використання цього методу є отримання інформації про наявність або відсутність однорідності в досліджуваній сукупності об'єктів, а до його переваг відносять простоту обробки багатомірного статистичного матеріалу, вираженого у різних вимірниках [5].

Технологія побудови інтегрального показника за методом розрахунку таксономічного показника включає в себе [1]:

1. Обґрунтування системи показників;
2. Формування еталонних рівнів значень показників в системі
3. Стандартизація показників;
4. Обчислення інтегрального показника;
5. Обчислення інтегрального показника в динаміці.

За допомогою цього методу проаналізуємо рівень кризового стану у ПрАТ «Кондитерська фабрика «Харків'янка». Для розрахунку автором було відібрано систему показників, яка, на наш погляд, точно охарактеризує рівень кризи (табл. 1).

Таблиця 1

Параметри оцінювання інтегрального показника ймовірності банкрутства

Показники	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.
Коефіцієнт фінансового ризику	0,496	1,715	1,532	1,272	1,390	1,574
Рентабельність продаж	0,087	0,108	0,118	0,103	0,079	0,078
Коефіцієнт поточної ліквідності	0,346	0,415	0,210	0,192	0,210	0,090
Коефіцієнт абсолютної ліквідності.	0,077	0,040	0,065	0,098	0,030	0,020
Власні обор. кошти	42673	180415	174046	161026	172207	212366
Чистий збиток	0	0	0	0	1016	1146

Показники, як правило, неоднорідні, описують різні властивості, мають як абсолютні, так і відносні величини, що ускладнює виконання дій, необхідних для обчислення інтегрального показника. Якщо ознаки множини мають різні одиниці вимірювання, то слід здійснити стандартизацію (нормалізацію) показників, тобто привести їх до однієї основи. Стандартизація дає змогу позбутися одиниці виміру, як вартісної, так і натуральної.



Водночас відбувається вирівнювання дисперсії (кожна дисперсія дорівнює одиниці), а також значень ознак (усі середні арифметичні дорівнюють нулю), що небажано, тому що через це кожна ознака однаково впливає на результати аналізу [3] (табл. 2).

Таблиця 2

Матриця стандартизованих значень параметрів оцінювання інтегрального показника банкрутства

Показники	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.
Коефіцієнт фінансового ризику	-1,912	0,883	0,464	-0,133	0,138	0,560
Рентабельність продаж	-0,506	0,769	1,351	0,447	-1,005	-1,057
Коефіцієнт поточної ліквідності	0,871	1,465	-0,292	-0,440	-0,289	-1,316
Коефіцієнт абсолютної ліквідності.	0,733	-0,503	0,334	1,432	-0,830	-1,165
Власні обор. кошти	-1,950	0,397	0,288	0,067	0,257	0,941
Чистий збиток	-0,644	-0,644	-0,644	-0,644	1,171	1,404

Стандартизуємо матрицю за допомогою формули:

$$Z_{ik} = (x_{ik} - x_k) / \sigma_k, \quad (1)$$

- де x_{ik} – значення k -го показника у i -му періоді;
 x_k – середнє значення кожного показника;
 σ_k – коваріація k -го показника.

Далі розподілимо параметри на стимулятори та дестимулятори відносно до інтегрального показника. На цьому етапі необхідно розрахувати відстань від кожного показника до еталону (табл. 3).

Таблиця 3

Диференціація параметрів

Показник	Диференціація	Еталон
Коефіцієнт фінансового ризику	стимулятор	0,883
Рентабельність продаж	дестимулятор	-1,057
Коефіцієнт поточної ліквідності	дестимулятор	-1,316
Коефіцієнт абсолютної ліквідності.	дестимулятор	-1,165
Власні обор. кошти	стимулятор	0,941
Чистий збиток	стимулятор	1,404

Диференціація параметрів оцінювання інтегрального показника банкрутства на стимулятори та дестимулятори. Дестимуляторами в нашому випадку є рентабельність продаж, коефіцієнт поточної ліквідності та коефіцієнт абсолютної ліквідності, стимуляторами – інші показники.

При виборі еталона використовувався критерій min-max (min – для дестимуляторів та max – для стимуляторів).

Відстань між показником та еталонним значенням знаходимо за формулою:

$$c_{i0} = \sqrt{\sum_{j=1}^m (Z_{ij} - Z_{0j})^2}, \quad (2)$$

- де Z_{ij} – стандартизоване значення j -го показника в період часу;
 Z_{0j} – стандартизоване значення i -го показника в еталоні.



Отримана відстань слугує початковим елементом для розрахунку показника таксономії за формулою:

$$K_i = 1 - d_i, \quad (3)$$

$$d_i = \frac{c_{i0}}{c_0}, \quad (4)$$

$$C_0 = C_{i0} + 2S_0, \quad (5)$$

$$S_0 = \sqrt{\frac{1}{m} \sum_{j=1}^m (C_{i0} - C_0)^2}. \quad (6)$$

Характерною властивістю інтегрального показника I_j є те, що його значення знаходиться в інтервалі від 0 до 1. Відповідно до обчислень інтерпретація таксономічного показника не узгоджується з інтуїтивними уявленнями (таксономічний показник зростає з видаленням значень показників від еталона й убуває з наближенням їх до нього). Градацію таксономічного показника наведено в табл. 5 [6].

Таблиця 5

Шкала градації таксономічного коефіцієнта

Рівень розвитку	Значення таксономічного коефіцієнта
Найвищий	1,00 – 0,80
Високий	0,79 – 0,60
Середній	0,59 – 0,40
Низький	0,39 – 0,20
Найнижчий	0,19 – 0,0001

Розрахований у такий спосіб таксономічний коефіцієнт синтетично характеризує зміни значень ознак. Найважливіша його властивість полягає в тому, що тепер доводиться мати справи з однією синтетичною ознакою, яка показує напрямки і масштаби змін у процесах, описуваних сукупністю довільного числа вхідних ознак, які характеризують стан і рівень розвитку підприємств. Тобто узагальнюючий показник є кількісною оцінкою рівня розвитку за цим набором компонентів.

Для кращого сприйняття проведеного аналізу розглянемо рис. 1.

Значення показника

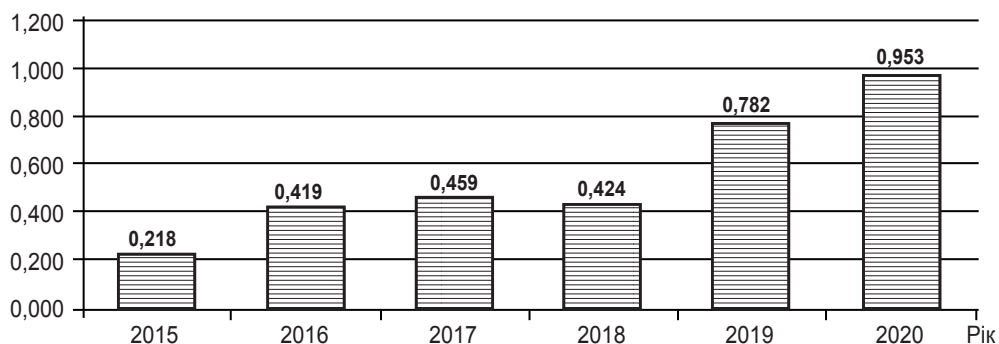


Рис. 1. Динаміка змін інтегрального показника ймовірності банкрутства

На рис. 1 ми спостерігаємо, що з 2016 р. відбувалося коливання інтегрального показника у межах від 0,419 до 0,459 до 2018 р. Проте у 2019 р. цей показник збільшився майже вдвічі й у 2020 р. ще зріс на 21,9 %, що говорить про різке погіршення фінансового стану підприємства та високу ймовірність банкрутства за рахунок отримання чистого збитку, зменшення абсолютної ліквідності та рентабельності продажів.

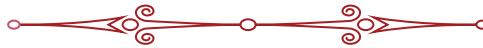
Інтерпретація цього показника така: він приймає високі значення при більших значеннях дестимуляторів і низькі значення – при малих значеннях дестимуляторів.



Побудований таким чином таксономічний показник синтетично характеризує зміни значення ознак досліджуваних груп. Важливішою його перевагою є те, що зараз ми маємо справу з одною синтетичною ознакою, яка показує напрямок і масштаби змін у процесах, описаних сукупністю вихідних даних..

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Добринь С. В.

Література: 1. Кожушко О. Використання методу таксономії для оцінки рівня захисту інтелектуального капіталу промислових підприємств. URL: http://www.library.tane.edu.ua/images/nauk_vydannya/5SIjDC.pdf. 2. Івахненко І. С. Застосування таксономічного аналізу для визначення рівня платоспроможності підприємства. URL: http://www.rusnauka.com/15_NNM_2012/. 3. Давиденко Д. А. Використання методу таксономії для аналізу фінансової безпеки банку. URL: http://www.rusnauka.com/14_ENXXI_2012/Economics/1_110616. 4. Плюта В. Сравнительный многомерный анализ в эконометрическом моделировании : учеб пособие. Москва : Финансы и статистика, 1989. 175 с. 5. Саблина Н. В. Использование метода таксономии для анализа внутренних ресурсов предприятия. *Бизнес Информ.* 2009. № 3. С. 78–82. 6. Пономаренко В. С. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи : монографія. Харків : ВД «ІНЖЕК», 2003. 328 с.



ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ СВІТОВОГО ДОСВІДУ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ

УДК 332.145

Гаркавий Д. М.
Співак В. Б.

Студенти 2 курсу
факультету фінансів і обліку ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті розглянуто концептуальне розуміння соціальних функцій держави, теорій, практик і моделей соціальної політики. Проаналізовано конструктивні характеристики і проблемні аспекти таких моделей державної соціальної політики, як монетаристська (в інтерпретації Ф. А. Хайєка); патерналістська; модель держави загального добробуту. Сформульовано висновки щодо соціальної політики в цілому і в Україні зокрема.

Ключові слова: соціальна політика, моделі соціальної політики, держава загального добробуту, проблеми і реформи в соціальній сфері, соціальна підтримка.



Annotation. This article examines the conceptual understanding of the social functions of the state, theories, practices and models of social policy. The article analyzes the constructive characteristics and problematic aspects of such models of state social policy as monetarist (in the interpretation of F. A. Hayek); paternalistic; model of the welfare state. Conclusions on social policy in general and in Ukraine have been formulated.

Keywords: social policy, social policy models, welfare state, problems and reforms in the social sphere, social support.





Постановка проблеми: У сучасному світі зростає роль соціальної складової в процесі управління державою, відповідно, дослідження основного змісту, напрямків і моделей соціальної політики набувають особливої актуальності. Ефективність вирішення нагальних соціальних проблем і досягнення визначених державою соціальних цілей залежить, насамперед, від моделі соціальної політики, яку проводить держава.

Сучасні моделі соціальної політики відрізняються ступенем втручання держави у соціально-економічну сферу суспільства та ступенем соціальної захищеності громадян, забезпеченості свободи соціального вибору різних верств населення та впливу соціальних процесів на економічний розвиток країни.

Реалізація державної соціальної політики в Україні потребує вивчення світового досвіду та його адаптації до українських реалій.

Зазначимо, що розвиток прогресивної та ефективної моделі соціальної політики є одним із основних показників добробуту громадянського суспільства та позиції країни на міжнародній арені.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання соціальної політики дослідили Антропов В., Гонтмахер Є., Трубін В., Григор'єва І., Гутник В., Малєва Т., Надель С., Сорокін П.

Мета статі – визначення впливу соціальної політики держави на рівень життя населення, а також дослідження класифікацій світових моделей соціальної політики держави та визначення підходів до побудови оптимальної моделі соціальної політики в Україні, яка відповідає б сучасним реаліям.

Виклад основного матеріалу дослідження. В цілому соціальна політика являє собою систему заходів і інструментів, спрямованих на досягнення соціального добробуту громадян. При цьому соціальний добробут у вузькому сенсі може включати гарантований державою мінімальний рівень доходів, соціальний контроль за добробутом підростаючого покоління, соціальний контроль за асоціальними групами населення, а в широкому сенсі, крім перерахованого вище, включає соціальні послуги для різних верств населення, в тому числі і соціальну безпеку громадян.

Соціальна політика – це сфера діяльності держави, яка визначає стратегію і цілі розвитку суспільства, включає напрямки діяльності недержавних установ, забезпечує ефективне і справедливе функціонування ринку праці, сфер освіти, охорони здоров'я, сімейної сфери, пенсійного забезпечення та інших сфер, включених в життєдіяльність людини / громадянина [1].

Основними напрямками соціальної політики держави можна назвати матеріальну безпеку громадян у вигляді соціальної допомоги та гарантованого мінімуму доходів; функціонування соціальних служб для різних соціально-демографічних груп населення; інформування, нагляд та консультування [2].

За загальною класифікацією можна поділити світ на такі групи:

– неоліберальна модель (США, Велика Британія та ін.). Можна зазначити, що США пізніше, ніж інші розвинені держави, ступили на шлях формування соціально орієнтованої держави, тим самим визнаючи, що ринкова економіка не в змозі вирішити проблеми соціальної нерівності без втручання держави в цю сферу (Надель, 2000). Головною метою держави загального добробуту в США є забезпечення мінімального рівня соціального захисту громадян і більш рівномірний розподіл доходів, при цьому численні соціальні програми вирішуються в різному ступені на федеральному рівні, рівні штату, місцевому рівні;

– консервативно-корпоративістська (Франція, Німеччина, Італія та ін.): наприклад, німецька модель соціальної політики орієнтована як на працездатне, так і на нетрудоспособне населення і включає розвинену систему соціальної допомоги, яка поєднуватиме надання державних соціальних послуг вразливим групам і соціальний захист найбільш нужденних і бідних верств населення. Німецька модель орієнтована не на перерозподіл соціальних послуг і благ між усіма верствами населення, а на створення такого соціального порядку (соціально орієнтованої ринкової економіки), при якому він допоможе врятувати життя мінімальне число громадян;

– соціал-демократична (Фінляндія, Швеція, Данія та ін.): Наприклад, в Швеції реалізовані такі принципи соціальної політики, як соціальна впевненість, солідарність, рівність, справедливість, універсальність і колективність (Антропов, 2005). Також у шведську модель соціальної політики побудовано таке державне соціальне забезпечення, яке не залежить від соціально-економічного статусу людини і реалізується через прогресивну систему оподаткування. Ще однією відмінною особливістю цієї держави є чіткий взаємозв'язок політики і ринку, причому соціальна політика розглядається як основний механізм ослаблення соціальної нерівності громадян [3].



В останні 15–20 років тенденції у сфері соціальної політики розвинених країн трохи змінилися:

- витрати на соціальну політику в європейських країнах фактично зрівнялися: в південноєвропейських країнах вони збільшилися, в північноєвропейських оптимально стабілізувалися;
- діють програми захисту сімейного доходу: відшкодовуються витрати на оплату житла та медичного страхування (Австрія, Ірландія, Люксембург, Франція); відшкодовується оплата житла (Фінляндія, Німеччина, Португалія); відшкодовується оплата житла і вартість предметів домашнього вжитку для тих, хто не може себе забезпечити з особистих або соціальних причин (Іспанія, Швеція);
- норвежці працюють близько 37 годин в тиждень і беруть тривалу оплачувану відпустку
- гарантований певний мінімальний рівень життя людям з обмеженими можливостями і людям, які повністю втратили працездатність (майже всі країни Європи);
- соціальну допомогу для працездатних громадян, які не мають ніяких доходів, не виплачують у Греції і Португалії; в Іспанії і Італії виплачується тільки в окремих регіонах з місцевого бюджету; в скромному розмірі виплачується у Франції і Великій Британії; найбільша соціальна допомога порівняно з іншими країнами виплачується в Данії та Нідерландах [4];
- фінансова підтримка літніх і хворих громадян, соціальні виплати дітям і жінкам з вагітністю та пологами здійснюються у всіх європейських країнах, варіативний лише розмір зазначених виплат;
- соціальна допомога неповним сім'ям: в Іспанії і Португалії допомога виплачується тільки в окремих регіонах; + 50 % доходу самотнього батька до його / її зарплати, поки дитині не виповниться 3 роки; в Данії та Нідерландах ця допомога перевищує 60 % від заробітної плати з батьків; в інших країнах – значно менше [5].

В останній час також можна зазначити деякі загальні аспекти у витратах країн, такі як сукупні витрати і вклади у сферу охорони здоров'я (рис. 1). Можна виділити й те, що основними проблемами і актуальними невирішеними завданнями соціальної політики в сучасних розвинених державах на початок XXI ст. стали: демографічна криза і процеси старіння населення, імміграція та міграція, соціальні наслідки структурних змін в економіці та модернізації господарства, створення нових форм сім'ї та зростання числа самотніх людей, зростання витрат на соціальні потреби.

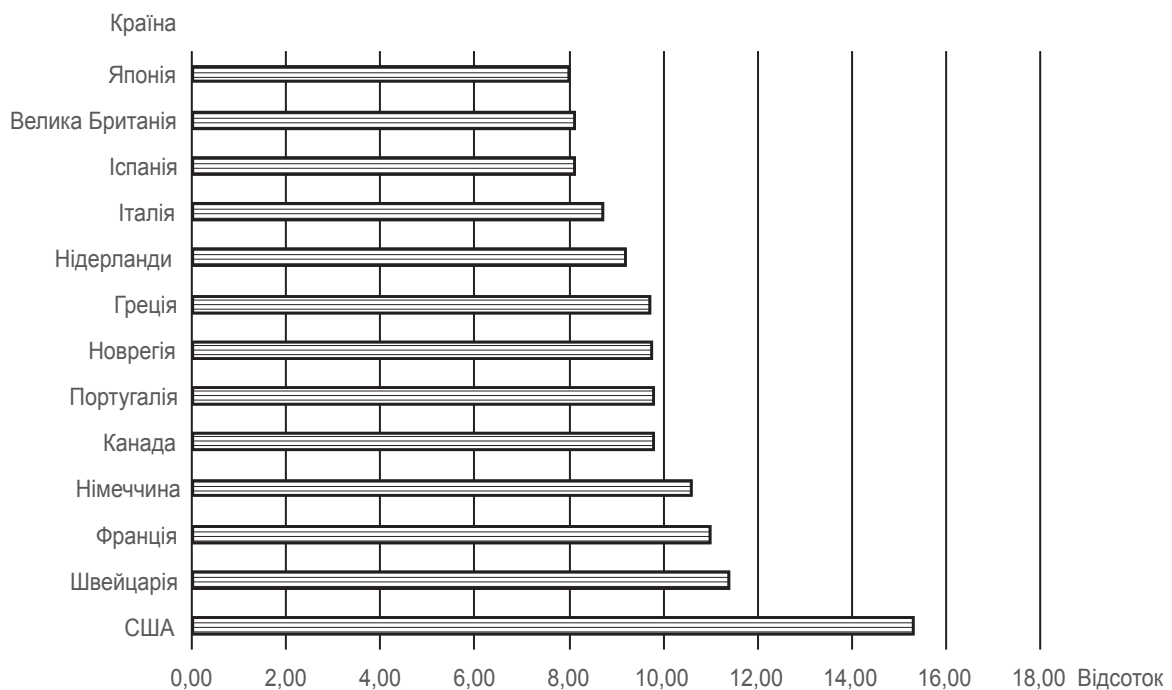


Рис. 1. Сукупні витрати на охорону здоров'я, % від ВВП за 2020 рік

Також залишаються невирішеними суперечки про «breaking-point» (переломний момент) в системі оподаткування: в який момент збільшення податкових ставок на дохід громадян призведе не до поповнення бю-



джету, а до можливості зниження системи соціальних виплат населенню, і зворотний процес – коли низькі податки не зможуть забезпечити високий рівень соціальних послуг для громадян розвинених держав [6].

Під час нинішньої економічної кризи в умовах обмеженості ресурсів продовжують зростати потреби соціально-демографічних груп, багато європейських країн ввели політику скорочення соціальних пільг і виплат щодо родинних допомог і плати за житло. Поступово руйнується монополія держави на перерозподіл і виробництво соціальних благ і послуг, здійснюється передача соціальних служб у змішане володіння, що, можливо, спричинить за собою відмову держави від соціальних зобов'язань перед громадянами, і постраждають, в першу, чергу соціальні інтереси і соціальна захищеність жінок, дітей, людей з обмеженими можливостями, людей похилого віку [7].

При розгляді сучасної моделі соціальної політики в Україні необхідно оцінити підсумки соціальної політики в СРСР, котрі є передумовами сучасної соціальної сфери в сьогоднішніх умовах: високий рівень урбанізації і загальної грамотності, розрив в рівні і якості життя сільського і міського населення, високий рівень економічної активності жінок, гендерний розрив в оплаті праці, феномен гендерної контракту «матері + працівниці» для жінок, недостатній розвиток сектора соціальної політики; егалітаризм оплати праці (низька диференціація заробітної плати, створювана штучно), егалітаризм споживання матеріальних благ; етатизм і одержавлення соціальної сфери, соціальних галузей і соціальних установ; патерналістський характер соціальної політики.

Розглядаючи ж сучасні витрати на соціальну сферу в Україні хотілося б зазначити рівень забезпечення прожиткового мінімуму за 2021 рік: для працездатних осіб – 35 % прожиткового мінімуму (з грудня – 868,35 гривень); для дітей до 6 років – 130 % прожиткового мінімуму (з грудня – 2730,00 гривень); для дітей від 6 до 18 років – 130 % прожиткового мінімуму (з грудня – 3403,40 гривень); для осіб, які втратили працездатність, – 100 % прожиткового мінімуму (з грудня – 1934,00 гривні). Розглядаючи ці суми на фоні мінімальної ЗП (6000 грн з 1 грудня), а тим паче середньої ЗП (14179 грн дані за січень 2020 року), можна зрозуміти, наскільки цього буде недостатньо [8].

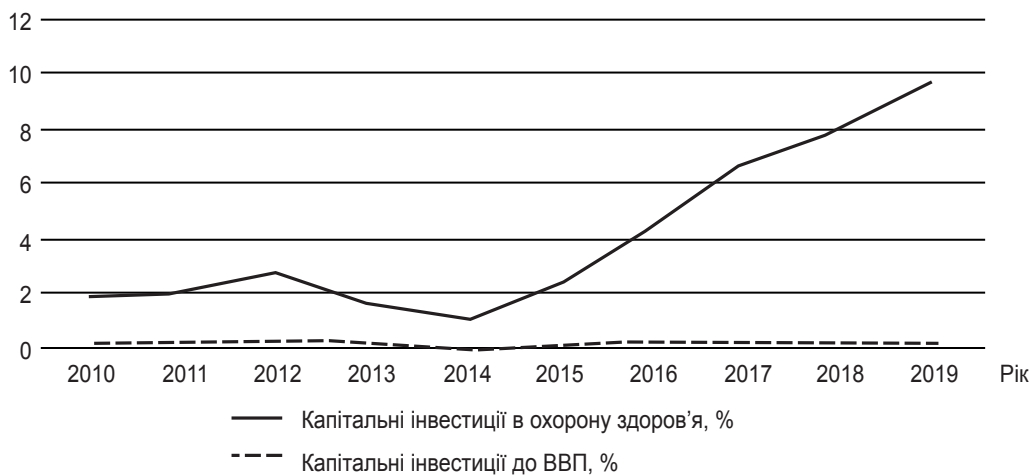


Рис. 2. Капітальні інвестиції в охорону здоров'я

Порівнюючи ж витрати на охорону здоров'я України з показниками інших країн, згаданих вище, можна помітити що поступово відсоток зростає, але все таки хотілося зазначити дуже малі суми в данній сфері порівняно з світовою практикою.

Також хочемо нагадати, що витрати Пенсійного фонду через нові тарифи на доставку пенсій від Укрпошти збільшилися на 275,6 мільйонів гривень щомісяця.

Висновки: Основними напрямками соціальної політики держави можна назвати матеріальну безпеку громадян у вигляді соціальної допомоги та гарантованого мінімуму доходів; функціонування соціальних служб для різних соціально-демографічних груп населення; інформування, нагляд та консультування.

Основними проблемами і актуальними невирішеними завданнями соціальної політики в сучасних розвинених державах на початок ХХІ ст. стали демографічна криза і процеси старіння населення, імміграція та міграція, соціальні наслідки структурних змін в економіці та модернізації господарства, створення нових форм сім'ї та зростання числа самотніх людей, зростання витрат на соціальні потреби. Серед мінусів існуючої моделі



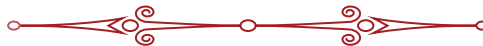
соціальної політики можна назвати нечіткість міграційної політики, невирішеність інституційної модернізації соціальної системи, фрагментарність і незавершеність реформ соціальної сфери.

Для України хотілося б зазначити те, що на цей момент є майже неможливим перекидання фінансів на соціальну сферу, бо країна знаходиться в кризовому становищі і фактично у стані можливого погострення дій на сході, тому й зайвих ресурсів зараз немає, а ті, що є, і так поступають у соціальну сферу, але, на жаль, їх не вистачає.

Динаміка, хоч повільно, але зростає у багатьох соціальних сферах і цього, на нашу думку, мало як для країни, що претендує на місце у світовому товаристві. Розглядаючи можливість збільшення фінансування окремих сфер, пов'язаних з соціальною структурою, то збільшити їх можна 2 способами: або перевести кошти з одного напрямку на соціальний (наприклад військової), або ж отримати допомогу ззовні – міжнародні фонди, підтримка корпорацій тощо. Як третій, але найнеможливіший варіант можна розглядати і можливість реформування державної структури і зменшення кількості чиновників, а отже, і фінансування, що створить вільні кошти задля фінансування соціальної сфери.

Науковий керівник – канд. пед. наук, доцент Холодна Ю. Є.

Література: 1. Антропов В. В. Шведська модель соціального захисту. Народонаселення : підручник. Київ : Центр навч. літ., 2014. 339 с. 2. Гонтмахер Є., Трубін В. Еволюція системи соціальної підтримки населення. *Суспільство і економіка*. 2000. № 9–10. С. 30–69. 3. Григор'єва І. А. Соціальна політика: основні поняття. *Журнал досліджень соціальної політики*. 2003. № 11. С. 21–25. 4. Гутник В. П. Політика господарського порядку в Німеччині : монографія. Москва : Економіка, 2002. 383 с. 5. Малєва Т. М. Політика на ринку праці на етапі економічного зростання. *Людина і праця*. 2008. № 12/1. С. 18–25. 6. Надель С. Н. Ринкова економіка і економічна демократія. *Світова економіка і міжнародні відносини*. 2000. № 12/1. С. 45–63. 7. Сорокін П. А. Человек. Цивілізація. Общество. Москва : Политиздат, 1992. 215 с. 8. Мінсоцполітики. URL: <https://my.ua/news/cluster/2021-04-30-minsotspolitiki-nazvalo-razmery-sotspomoshchi-v-2021-godu>.



ТАКСОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ДЛЯ ВИЗНАЧЕННЯ ІНТЕГРАЛЬНОГО ПОКАЗНИКА ОЦІНКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ДП «ХАРКІВСЬКИЙ МЕХАНІЧНИЙ ЗАВОД»

УДК 658.15

Гізій Д. Р.

Студент 4 курсу
факультету фінансів і обліку ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті проведено таксономічний аналіз фінансового стану діяльності ДП «Харківський механічний завод». В ході розрахунків визначено евклідову відстань, на базі чого отримано значення інтегрального показника. За результатами проведеного аналізу визначено рівень фінансового стану підприємства.



Ключові слова: рівень фінансового стану, таксономічний аналіз, фінансова діяльність.



Annotation. The article provides a taxonomic analysis of the financial state of the activities of the State Enterprise «Kharkov Mechanical Plant». In the course of calculations, the Euclidean distance was determined, on the basis of which the value of the integral indicator was obtained. Based on the results of the analysis, the level of the financial condition of the enterprise was determined.

Keywords: level of financial condition, taxonomic analysis, financial activity.



Метод багатовимірних порівнянь набув широкого застосування в економіці підприємства, зокрема, в підведенні підсумків роботи, оцінці виконання плану, аналізі фінансового стану суб'єктів господарювання та їх підрозділів.

Застосування цього методу пов'язане зі складністю досліджуваних економічних явищ і процесів, їх багатогранністю та неоднозначністю. У таких умовах дати цілісну оцінку вказаних явищ за допомогою одного показника неможливо. Тому використовується система різноманітних показників, які необхідно систематизувати та проаналізувати для прийняття раціональних управлінських рішень. Саме таксономічні методи мають потужний арсенал алгоритмів систематизації і покликані вирішити цю проблему. Саме це і обумовлює актуальність обраної теми.

Дослідженням питання використання таксономічного аналізу для обґрунтування економічних явищ займалися такі вітчизняні дослідники, як: Горова О. О. [1], Коробов М. Я. [2], Лощина Л. В. [3] та ін. Головною метою використання методу таксономії є здобуття інформації про наявність або відсутність однорідності в досліджуваній сукупності об'єктів [5].

Метою статті є визначення рівня фінансового стану підприємства.

При побудові таксономічного показника застосовується матриця даних, складена зі стандартизованих ознак. Стандартизація дозволяє позбутися від одиниці виміру – як вартісної, так і натуральної.

Для обчислення інтегрального показника фінансового стану підприємства до системи показників слід віднести такі:

- коефіцієнт рентабельності майна (КРМ),
- коефіцієнт оборотності активів (КОА),
- коефіцієнт оборотності запасів (КОЗ),
- коефіцієнт фінансової залежності (КФЗ),
- коефіцієнт фінансового ризику (КФР),
- коефіцієнт поточної ліквідності (КПЛ),
- коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами (КЗВОК),
- коефіцієнт забезпеченості запасів і витрат власними оборотними коштами (КЗЗВВОК),
- коефіцієнт покриття запасів (КПЗ).

Оцінка фінансового стану підприємства з використанням таксономічного аналізу дає можливість провести моніторинг фінансової діяльності та визначити інтегральний показник рівня фінансового стану підприємства. Запропоноване дослідження дає можливість отримати досить повну та неупереджену інформацію про такий стан і можливу динаміку цього показника [3].

При побудові таксономічного показника вихідною матрицею є матриця, що складається зі значень системи показників за досліджуваний період часу.

Сформуємо початкову матрицю вихідних даних (табл. 1).

Досліджувані ознаки характеризуються різною розмірністю, що обумовлює необхідність їх стандартизації. Для стандартизації визначимо середнє арифметичне значення та середньоквадратичне відхилення (табл. 2).



Таблиця 1

Початкова матриця вихідних даних

Рік	КРМ	КОА	КОЗ	КФЗ	КФР	КПЛ	КЗВОК	КЗЗВВОК	КПЗ
2018	-0,14	0,77	2,77	4,07	5,07	0,31	-2,21	-3,08	-2,80
2019	0,28	1,17	3,46	30,66	31,66	0,58	-0,72	-1,11	-0,74
2020	-0,32	1,02	2,98	2,76	3,76	0,44	-1,26	-2,57	-1,82

Таблиця 2

Результати розрахунку середнього арифметичного значення та середньоквадратичного відхилення

	КРМ	КОА	КОЗ	КФЗ	КФР	КПЛ	КЗВОК	КЗЗВВОК	КПЗ
Сер. Арифм	-0,06	0,99	3,07	12,50	13,50	0,44	-1,40	-2,25	-1,79
Сер. кв. відхил.	0,31	0,20	0,36	15,74	15,74	0,14	0,75	1,02	1,03

Зробимо стандартизацію початкової матриці (табл. 3). Одночасно відбувається вирівнювання дисперсій (кожна дисперсія стає рівній одиниці), а також значень ознак (усі середні арифметичні дорівнюють нулю).

Таблиця 3

Стандартизована матриця початкових даних

Рік	КРМ	КОА	КОЗ	КФЗ	КФР	КПЛ	КЗВОК	КЗЗВВОК	КПЗ
2018	-0,26	2,70	9,19	13,41	16,66	1,20	-6,98	-9,81	-8,90
2019	1,10	3,98	11,44	99,77	103,02	2,08	-2,14	-3,41	-2,21
2020	-0,84	3,51	9,87	9,16	12,41	1,62	-3,90	-8,15	-5,72

Після стандартизації значень проводиться диференціація ознак на стимулятори та дестимулятори. Підставою такого поділу є характерний вплив кожного з показників на рівень розвитку досліджуваного об'єкта.

Ознаки, які справляють позитивний (стимулюючий) вплив на загальний рівень розвитку об'єкта, називаються стимуляторами, а ознаки, що уповільнюють розвиток підприємства, – дестимуляторами. Поділ ознаки на стимулятори і дестимулятори – основа для побудови вектора-еталона.

За даними табл. 3 розрахуємо точку-еталон (табл. 4). Обґрунтування еталона є самим відповідальним моментом всієї обчислювальної процедури, оскільки реальність значень еталона, його адекватність існуючим економічним умовам визначає саме значення узагальнюючого показника. При виборі еталона використовувався критерій min-max.

Для розрахунку коефіцієнта рентабельності майна, коефіцієнта оборотності активів, коефіцієнта оборотності запасів, коефіцієнта поточної ліквідності, коефіцієнта забезпеченості власними оборотними коштами, коефіцієнта забезпеченості запасів і витрат власними оборотними коштами, коефіцієнтау покриття запасів використовується функція «МАКС», бо обрані показники надають позитивний (стимулюючий) вплив на загальний рівень розвитку об'єкта, вони називаються стимуляторами (обирається максимальне значення). Для інших, що виступають дестимуляторами, – «МІН».

Розрахуємо евклідову відстань γ значення інтегрального показника за аналізований період (табл. 5).

Евклідова відстань – додатне число, яке вказує на поділ між двома точками простору, де виконуються аксіоми та теореми геометрії Евкліда.

Інтегральний показник – показник, який обчислюється в результаті зважування визначеної комбінації фінансових індикаторів і комплексно характеризує фінансовий стан бенефіціара. Характерною властивістю інтегрального показника є те, що його значення знаходиться в інтервалі від 0 до 1.



Таблиця 4

Результати розрахунку точки-еталона

	КРМ	КОА	КОЗ	КФЗ	КФР	КПЛ	КЗВОК	КЗЗВВОК	КПЗ
Точка-еталон	1,10	3,98	11,44	9,16	12,41	2,08	-2,14	-3,41	-2,21

Таблиця 5

Результати розрахунку евклідової відстані та значення інтегрального показника

Рік	КРМ	КОА	КОЗ	КФЗ	КФР	КПЛ	КЗВОК	КЗЗВВОК	КПЗ	Евклідова відстань	Значення інтегрального показника
2018	-0,26	2,70	9,19	13,4	16,7	1,20	-6,98	-9,81	-8,90	1,87	0,47
2019	1,10	3,98	11,4	99,8	103,0	2,08	-2,14	-3,41	-2,21	0,00	1,00
2020	-0,84	3,51	9,87	9,16	12,4	1,62	-3,90	-8,15	-5,72	2,00	0,43

Відповідно до обчислень інтерпретація таксономічного показника не узгоджується з інтуїтивними уявленнями (таксономічний показник зростає з видаленням значень показників від еталона й убиває з наближенням їх до нього). Інтерпретація цього показника така: він приймає високі значення при близьких значеннях показників у системі до еталона і низькі значення при далеких.

Таксономічний показник синтетично характеризує зміни значень ознак досліджуваних груп. Інтерпретація цього показника така: він приймає високі значення при великих значеннях стимуляторів і низькі значення – при малих значеннях стимуляторів. Відобразимо на рисунку динаміку змін інтегрального показника (рис. 1).

Значення інтегрального показника

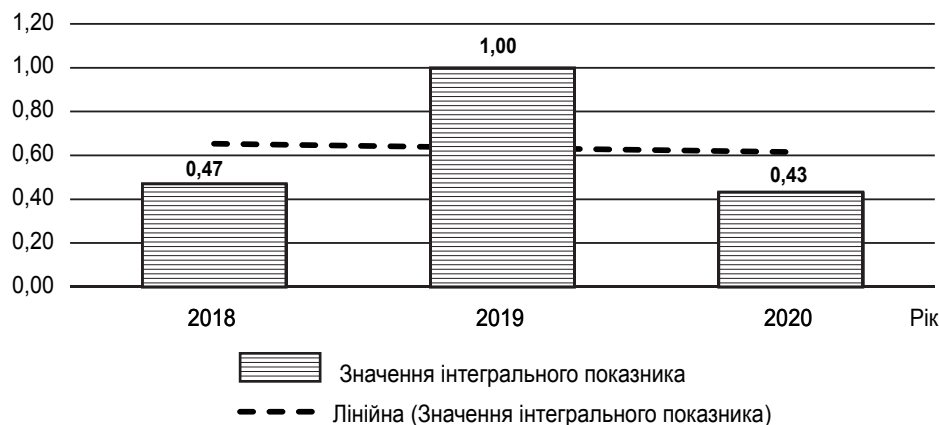


Рис. 1. Динаміка інтегрального показника за 2018–2020 рр.

Слід зазначити, що коефіцієнт таксономії ДП «ХМЗ» досить нестабільний протягом аналізованого періоду. Чим більше показник наближається до одиниці, тим кращий фінансовий стан підприємства [4].

Як показано на рис. 1, значення показника у 2019 р. різко покращився до найвищого рівня порівняно з попереднім (у 2018 р. – середній рівень розвитку). Але у 2020 р. рівень розвитку, також різко, впав до середнього. Таке зменшення є негативним для підприємства.

На погіршення фінансового стану підприємства в 2020 р. вплинуло зменшення таких показників, як коефіцієнт рентабельності майна, коефіцієнт оборотності активів, коефіцієнт оборотності запасів, коефіцієнт поточної ліквідності, коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами, коефіцієнт забезпеченості запасів і витрат власними оборотними коштами, коефіцієнт покриття запасів.

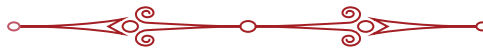


Зменшення даних показників відбулося за рахунок того, що у 2020 р. підприємство отримало чистий збиток у розмірі -4812 тис. грн.

Отже, проведений аналіз був доцільним і ґрунтувався на застосуванні методики інтегральної оцінки фінансового стану на підприємстві, заснованої на застосуванні методів таксономічного аналізу. Було виявлено негативну тенденцію зміни рівня таксономічного показника протягом 2018–2020 рр., а це свідчить про те, що обрана підприємством стратегія щодо покращення його фінансового стану є не зовсім ефективною, тому його пріоритетним завданням є обрати ефективну стратегію розвитку підприємства та розробити заходи для збільшення темпів зростання показників, що його характеризують [1].

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Голофаєва І. П.

Література: 1. Горова О. О. Визначення таксономічного показника рівня розвитку для оцінки фінансового потенціалу підприємства. *Управління розвитком*. 2012. № 12(133). С. 109–112. 2. Коробов М. Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств : навч. посіб. Київ : Знання, 2002. 378 с. 3. Лощина Л. В. Інтегральний показник фінансового стану підприємства в аспекті антикризових заходів. *Економіка підприємства*. 2007. № 3. 4. Робоча програма навчальної дисципліни «Основи оподаткування» для студентів напряму підготовки «Фінанси і кредит» спеціалізації «Оподаткування» усіх форм навчання / укл. О. Г. Зима. Харків : Вид-во ХНЕУ, 2010. 5. Саблина Н. В., Теличко В. А. Использование метода таксономии для анализа внутренних ресурсов предприятия. *Бизнес Информ*. 2009. № 3. С. 78–82.



ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНОЮ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

УДК 339.138

Гнеушева Т. О.

Студент 4 курсу
факультету міжнародних відносин і журналістики ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті проаналізовано поняття міжнародного маркетингу, його особливості та характеристики, розглянуто основні етапи розвитку міжнародного маркетингу, а також методичні засади управління маркетинговою діяльністю.

Ключові слова: маркетинг, міжнародний маркетинг, управління міжнародним маркетингом, маркетингова діяльність, світовий ринок, маркетингова стратегія.



Annotation. The article examined the concept of international marketing, its features and characteristics, the main stages of international marketing development, and the methodological bases of marketing management.

Keywords: marketing, international marketing, marketing management, marketing activities, global market, marketing strategy.





Актуальність теми дослідження. Сьогодні посилюється необхідність вивчення і застосування міжнародного маркетингу організаціями у своїй діяльності. Основною передумовою цього стала зростаюча відкритість країн щодо зовнішніх ринків і необхідність удосконалювати відносини підприємств з цим ринками, що пояснює актуальність цього дослідження.

Постановка проблеми. При виході на світові ринки підприємства стикаються з сильною конкуренцією з боку виробників розвинених країн світу. Домогтися успіху в цих умовах можна тільки при використанні маркетингу – сучасної філософії бізнесу, яка передбачає організацію виробництва (або вивезення на експорт) лише тих товарів і в тих кількостях, які реально можна продати на ринку виходячи з потреб потенційних покупців. У цей час майбутнім фахівцям необхідно уважно і творчо вивчати досвід роботи іноземних компаній, в діяльності яких маркетинг має визначальне значення.

Мета статті полягає у дослідженні та обґрунтуванні теоретико-методологічних аспектів управління міжнародною маркетинговою діяльністю підприємства.

З теоретичними та практичними аспектами управління міжнародною маркетинговою діяльністю підприємства можна ознайомитись завдяки дослідженням провідних вітчизняних і закордонних економістів і вчених, таких як: Ф. Котлер, Л. Армстронг, Дж. Р. Еванс, Б. Берман, Т. Левітт, С. Маджар, П. Друкер, А. Панкрухін, Є. Годубков, А. Павленко, А. Войчак, Л. Балабанова, В. Герасимчук, О. Азарян, Т. Циганкова, Т. Шталь, І. Астахова, В. Козуб та ін.

Виклад основного матеріалу дослідження. Особливу роль у зовнішньоекономічній діяльності відіграє застосування основних принципів і методів маркетингу. Зазвичай підприємство потрапляє в умови міжнародної конкуренції при виході на зовнішній ринок. В умовах конкурентної боротьби на світових ринках підприємству необхідно створювати ефективні підходи та методи, використання яких допоможе розв'язувати проблеми, що постали перед компаніями, які планують проникнення на світові ринки або вже на них працюють.

Термін «міжнародний маркетинг» у зарубіжній літературі набув широкого значення в середині 70-х рр. ХХ ст. Цьому слугувала інтенсифікація міжнародного співробітництва економічних суб'єктів і посилення впливу маркетингового управління на їхню міжнародну діяльність [1]. Міжнародний маркетинг націлений на забезпечення високої ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства та посилення позицій підприємства на світовому ринку.

Міжнародний маркетинг охоплює комплекс маркетингових дій, пов'язаних з виходом компанії за межі своєї країни та дослідженням зовнішніх ринків. У центрі наукового і практичного підходу міжнародного маркетингу знаходиться покупець і його потреби. Міжнародний маркетинг включає планування і здійснення транзакцій (угод), які передбачають перетин товарами й послугами національних кордонів з метою задоволення потреб індивідів і організацій. Різні інтерпретації поняття «міжнародний маркетинг» наведені у табл. 1.

Таблиця 1

Визначення поняття «міжнародний маркетинг» українськими науковцями

Автор	Визначення
Е. М. Азарян [2, с. 9]	«міжнародний маркетинг закладений на принципах національного маркетингу і має з ним схожу структуру. Разом з тим він має свої особливості, оскільки має справу з зовнішньоекономічними і валютними операціями, іноземним і міжнародним законодавством»
Т. М. Циганкова [3, с. 3]	«маркетингову діяльність фірми за межами національних кордонів»
Т. І. Прітиченко [4, с. 6]	«маркетинг товарів і послуг, які здійснюються підприємством за межами національних кордонів країни, тобто на зовнішніх ринках»
В. П. Черевань, А. П. Румянцев, Л. Ф. Романенко [5, с. 156]	«характерною рисою міжнародного маркетингу є повна та чітка орієнтація на зарубіжного споживача, прагнення задовольнити його потреби»
А. М. Кандиба [6, с. 116]	«передбачає, з одного боку, дослідження зовнішнього ринку, попиту і потреб зарубіжних споживачів, а з другого – активний і цілеспрямований вплив на зовнішній ринок, на формування потреб у країнах імпортерах і споживчих пропозицій у них»
П. А. Черномаз [7, с. 13]	«міжнародний маркетинг – це прикладна наука і навчальна дисципліна, концепція міжнародного бізнесу і практичний вид діяльності, направлений на оптимізацію взаємодії попиту і пропозиції через матеріальний (матеріальні цінності) і нематеріальний (послуги, ноу-хау) обмін суб'єктів ринку, які знаходяться в різних країнах»



Аналізуючи думки фахівців стосовно поняття «міжнародний маркетинг», можна стверджувати, що міжнародний маркетинг являє собою комплекс дій, спрямованих на дослідження споживчого попиту та пропозиції, що передбачає систематичну й активну роботу по визначенню особливостей різних міжнародних ринків з метою впливу й адаптації до них.

Можна виокремити основні етапи розвитку міжнародного маркетингу:

- традиційний експорт – полягає у продажі товарів за кордон без подальшого супроводу;
- експортний маркетинг – здатність експортера адаптувати власне виробництво відповідно до умов ринку з можливістю контролювати подальше просування товару;
- міжнародний маркетинг – дослідження експортером ринку з використанням інструментів маркетингу;
- багатонаціональний маркетинг – здійснення підприємствами маркетингової діяльності у багатьох іноземних державах;
- глобальний маркетинг – проведення маркетингової діяльності фірми в масштабі світового господарства в цілому.

Загальною метою міжнародного маркетингу є задоволення споживчого попиту на зовнішньому ринку, при економічно вигідних для компанії умовах.

Об'єкт міжнародного маркетингу – світовий ринок або його сегмент, на якому підприємство здійснює аналітичну діяльність, планування товарного асортименту, визначає цінову, збутову і комунікаційну політику.

Завданнями міжнародного маркетингу є отримання інформації про зовнішньому середовищі і інтерпретації отриманих даних відповідно до фази занурення компаній в міжнародну маркетингову діяльність [8].

Основні суб'єкти міжнародного маркетингу наведені у табл. 2.

Таблиця 2

Основні суб'єкти міжнародного маркетингу

Назва	Характеристика
Транснаціональні корпорації (ТНК)	підприємство, що об'єднує юридичних осіб будь-яких організаційно-правових форм і видів діяльності в двох і більше країнах і здійснює проведення взаємопов'язаної політики і загальної стратегії завдяки одному або декільком центрам прийняття рішень
Глобальні компанії	бізнес-одиниці, які у своїй міжнародній діяльності використовують концепцію глобального маркетингу
Експортери	фірми, які виробляють продукцію на національній території і продають її на світовому ринку
Імпортери	фірми, які мають постачальників або партнерів по кооперації за кордоном. Такі фірми можуть не бути ТНК або експортерами

Джерело: дані таблиці побудовані на основі [9, с. 6]

Головною функцією міжнародного маркетингу є процес управління маркетинговою діяльністю підприємства на світовому ринку. Сучасні умови світового ринку визначає особливу організацію маркетингу, характерними рисами якої є:

- система ефективного спостереження за сукупністю ринків, яка дозволяє швидко дізнаватися про зміни, які відбуваються на ринку, і приймати відповідні заходи;
- швидке реагування на специфічні потреби, що припускає більшу пристосованість до них виробничих і адміністративних служб;
- система, яка дозволяє відслідковувати результат і контролювати ефективність прийнятих заходів з урахуванням розходжень у формах звітності, розмаїтості валют і культурних особливостей;
- здатність розробити і застосувати різні прийоми збирання інформації та поведінки на ринку, які відповідають всім його можливим станам.

Основним завданням, що стоїть перед підприємствами, які ведуть міжнародну маркетингову діяльність, є комплексний і послідовний підхід при прийнятті рішень у галузі маркетингу, а саме:



- по-перше, варто досліджувати міжнародне маркетингове середовище і розумітися в особливостях системи міжнародної торгівлі. Розгляд конкретного зарубіжного ринку потрібно починати з оцінки його економічних, політико-правових і культурних особливостей;
- по-друге, перед підприємством стоїть необхідність розв'язання питання щодо встановлення відсотку загального обсягу своїх продажів на зовнішньому ринку, а також визначення, у країнах якого типу вона планує працювати, чи буде вона діяти тільки в кількох або багатьох країнах;
- о-третє, підприємство має визначитися з конкретними ринками, на які вона планує виходити, а саме це потребує оцінки ймовірного рівня доходів на вкладений капітал порівняно зі ступенем існуючого ризику;
- по-четверте, за допомогою експорту, спільної діяльності або прямого інвестування підприємство має знайти для себе привабливий ринок.

Також важливої ролі при проведенні міжнародної маркетингової діяльності набуває формування ефективної організаційної структури, яка є спеціалізованою на діяльність з міжнародного маркетингу.

Однією з умов успішної комерційної поведінки на світових ринках є впровадження принципових положень загальної концепції маркетингу при реалізації окремих управлінських заходів міжнародного маркетингу, а саме:

- комплексного дослідження світової ринкової кон'юнктури, які тісно пов'язані з розвитком світової торгівлі, науково-технічним прогресом та ін.;
- володіння інформацією про ринок при розробці нових видів продукції, які задовольняють потреби світового ринку, що постійно змінюються;
- обґрунтування оптимальних методів виходу й організаційних форм присутності компанії за кордоном;
- пристосування власної маркетингової стратегії до умов зарубіжного ринкового середовища з метою досягнення максимального комерційного ефекту [10, с. 28].

Підприємствам, що ведуть маркетингову діяльність за межами національних кордонів, варто дотримуватись основних методів виходу на зарубіжні ринки (див. табл. 3), які сформовані завдяки динаміці та специфіці розвитку національних ринків та можливим успіхом від проведення міжнародної діяльності.

Таблиця 3

Методи виходу підприємства на зарубіжні ринки

Експорт	Прямий	Не передбачає присутності компанії на зарубіжному ринку. Відбувається через вітчизняних, іноземних або міжнародних посередників
	Непрямий	Передбачає присутність компанії на зарубіжному ринку через організацію власних представництв, використання ексклюзивних дилерів тощо
Кооперування та спільне підприємництво (контрактні угоди)		Передбачає: підписання ліцензійних угод; організацію спільного підприємництва; співробітництва на умовах франчайзингу тощо
Пряме інвестування		Передбачає створення виробничих потужностей на зарубіжному ринку шляхом: <ul style="list-style-type: none"> - заснування (будівництва) нових виробничих потужностей; - придбання (викупу) наявних виробничих потужностей; - викупу частки партнера в СП

Практичний досвід підприємств, які ведуть успішну міжнародну маркетингову діяльність, відображає основні етапи виходу на нові світові ринки:

- необхідність вивчення ринку, його привабливості за допомогою глибокого аналізу основних параметрів його макро- та мікросередовища, аби визначитися із можливістю вибору того чи іншого ринку.
- вибір місцевого представника-дистриб'ютора з наявних торгових фірм, які працюють на цьому зарубіжному ринку.
- створення власного філіалу шляхом придбання місцевої компанії, заснування нової компанії або викупу частки партнера у спільному бізнесі.

Особливої уваги у наш час набуває застосування маркетингових комплексів, які формуються відповідно до мети уточнення традиційної концепції «4Р» – товар, місце, ціна та просування. Використання підприємствами



маркетинг-міксу з певним доповненням інструментів викликане потребою в адаптації до сучасних умов ринку, додаючи різні групи засобів маркетингу до класичного міксу «4Р». Стосовно цього питання маркетингологами-практиками запропоновано моделі «5Р», «6Р», «7Р», «8Р», «9Р» тощо [11].

Висновок. Нині вивчення і застосування міжнародного маркетингу підприємствами у своїй повсякденній діяльності стає нагальною потребою. Основною причиною цього стала зростаюча відкритість країн стосовно зовнішніх ринків і необхідність удосконалювати відносини підприємств з цими ринками. Більшість підприємств прагне залучити нових споживачів за межами країни, розширити межі зарубіжних ринків збуту з метою збільшення обсягів продажів, отже, з метою збільшення прибутку, мінімізації збитків, просування товару і збереження конкурентоспроможності на світовій арені. Факторами, які забезпечують вихід фірми на міжнародні ринки, є експорт, пряме інвестування, створення філії материнської компанії на території інших держав, спільна підприємницька діяльність, а також необхідно дотримуватися встановленого порядку організації і ведення міжнародної маркетингової діяльності.

Науковий керівник – канд. екон. наук, професор Проскурніна Н. В.

Література: 1. Ілясова Ю. В. Теоретичні аспекти міжнародного маркетингу в системі зовнішньоекономічної діяльності підприємств. *Економічний вісник Донбасу*. 2008. № 9. С. 74–79. 2. Азарян О. М. Міжнародний маркетинг. Київ : ІСМО МО України, НВФ «Студцентр», 1998. 200 с. 3. Циганкова Т. М. Міжнародний маркетинг : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 1998. 120 с. 4. Прітиченко Т. І. Міжнародний маркетинг : навч. допомога. Харків : Вид-во ХНЕУ, 2005. 208 с. 5. Черевань В. П., Рум'янцев А. П., Романенко Л. Ф. Міжнародна економічна діяльність : навч. посіб. Київ : Слово, 2003. 280 с. 6. Кандиба А. М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності : навч. посіб. Київ : Аграрна наука, 2004. 508 с. 7. Черномаз П. А. Международный маркетинг: теория, методология, практика : учеб. пособие. Харьков : ХИУ, 2000. 144 с. 8. Васильев Г. А. Международный маркетинг : учеб. пособие. Москва : Юнити Дана, 1999. 268 с. 9. Циганкова Т. М. Міжнародний маркетинг : навч. посіб. для самост. вивчення дисципліни. Київ : КНЕУ, 2003. 254 с. 10. Шталь Т. В., Астахова І. Е., Козуб В. О. Міжнародний маркетинг : навч. посіб. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. 275 с. 11. Козак Ю. Г. Міжнародний маркетинг : навч. посіб. / за ред. Ю. Г. Козака, С. Смичка, І. Л. Литовченко. Київ : Центр учб. літ., 2014. 294 с.



СУДОВО-ЕКОНОМІЧНА ЕКСПЕРТИЗА НЕЦІЛЬОВОГО ВИКОРИСТАННЯ БЮДЖЕТНИХ КОШТІВ

УДК 336.146:343.98

Гнилосир Н. Є.

Магістрант 1 року навчання
факультету фінансів та обліку ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті визначено сутність нецільового використання бюджетних коштів. Досліджено основні аспекти проведення судово-економічної експертизи нецільового використання бюджетних коштів. Розглянуто причини та найбільш поширені способи нецільового використання бюджетних коштів.



Ключові слова: бюджетні кошти, нецільове використання бюджетних коштів, економічний злочин, судово-економічна експертиза.



Annotation. The article defines the essence of misuse of budget funds. The main aspects of conducting forensic economic examination of misuse of budget funds have been studied. The reasons and the most widespread ways of misuse of budgetary funds are considered.

Keywords: budget funds, misuse of budget funds, economic crime, forensic economic expertise.



Постановка проблеми. Недоліки в законодавстві щодо методології, процедури й організації бюджетного контролю, відповідальності за бюджетні правопорушення є однією з причин економічних злочинів і порушень у бюджетному процесі.

Наявність порушень законодавства в бюджетній сфері є серйозною проблемою для нашої країни. Саме від законності взаємодії всіх ланок бюджетної системи та виконання учасниками бюджетного процесу покладених на них функцій залежать обсяги бюджетного фінансування цільових програм і рівень соціального захисту населення. Найчастіше у бюджетній сфері трапляються злочини, які відносяться до виконання затверджених видатків бюджету та пов'язані з незаконним використанням бюджетних коштів.

Для дослідження використання бюджетних коштів в цілях, які не були затверджені кошторисом, необхідна наявність спеціальних знань і навичок. Тому важливу роль у такому дослідженні має призначення та проведення судових експертиз для доказування обставин вчинення таких правопорушень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми нецільового використання бюджетних коштів було досліджено в працях Дегтяр Я. [4], Писарчук І. [5; 6], а судово-економічній експертизі цього питання приділили увагу такі науковці, як І. Завдов'єва [2], В. Понікаров, Н. Кушакова й ін. Проте це питання потребує подальших більш детальних досліджень.

Метою статті є визначення загальних засад проведення судово-економічної експертизи нецільового використання державних коштів.

Виклад основного матеріалу. Бюджетні установи є складовою бюджетної системи України, вони виконують дохідну і видаткову частини державного бюджету, дотримуючись кошторису доходів і видатків, – це плановий документ, який надає повноваження бюджетній установі щодо отримання доходів і здійснення видатків, визначає цілі їх використання.

Бюджетне фінансування – це направлення коштів державного чи місцевого бюджетів у розпорядження керівників установ та організацій на видатки, затверджені в бюджеті. Тому при проведенні економічної експертизи в бюджетних установах значну увагу приділяють питанню дотримання порядку бюджетування, фінансування та витрачання бюджетних коштів.

Судово-економічні експертизи є засобом використання спеціальних знань у сфері бухгалтерського обліку, економічного аналізу та фінансово-господарського контролю у процесі дослідження окремих виявлених ревізією недоліків у діяльності підприємств, що перевіряються для документального обґрунтування позовних вимог, котрі подаються до слідчих або судових органів [1, с. 20].

Визначення документальної обґрунтованості цільового витрачання бюджетних коштів є одним із основних завдань експертизи документів про економічну діяльність підприємств й організацій [2].

Нецільове використання бюджетних коштів – це економічний злочин, який полягає у використанні коштів державного або місцевого бюджету на цілі, які не відповідають запланованим, проведення видатків з бюджету, які перевищують бюджетні призначення або взагалі без їх встановлення, при цьому наявні порушення закону про Державний бюджет або Бюджетного кодексу України.

Судово-економічна експертиза нецільового використання бюджетних коштів дає змогу:

- виявити недоліки в організації бухгалтерського обліку бюджетної установи, в результаті чого приховано нестачу чи виявлено збитки;
- визначити посадову особу, відповідальну за прийняття рішення, яке вплинуло на незаконне відображення операції в даних бухгалтерського обліку;



– встановити схеми легалізації коштів, відображені в бухгалтерській документації, та умови, що сприяють виникненню недоліків і можливих зловживань тощо.

В результаті дослідження матерів кримінальних проваджень про злочини у бюджетній сфері (розглянуто 80 справ) виявлено, що специфічними умовами, які сприяли вчиненню злочину, є [3]:

- відсутність належного контролю з боку державних контролюючих органів – у 40 випадках (50 %);
- недоліки нормативного регулювання бюджетної системи діяльності даного виду – (23,3 %);
- неналежне виконання службовими особами своїх обов'язків – (17 %),
- недостовірне відображення відомостей у бухгалтерській документації (8,7 %).

Для недотримання використання бюджетних коштів відповідно до затверджених цілей характерні документальні факти про [4]:

- накладення дисциплінарних стягнень на керівника бюджетної установи або на працівника фінансового відділу, який має право підпису грошових документів;
- необґрунтовано встановлення вищої оплати праці та виплати премій окремим працівникам бюджетної установи;
- напрям діяльності установи-одержувача бюджетних коштів не відповідає цілям, визначеним у нормативно-планових документах, та потребам, профінансованим за рахунок бюджетних коштів;
- установа-одержувач бюджетних коштів не існує;
- установа-одержувач бюджетних коштів має стійку фінансову неспроможність;
- здійснення незапланованого капітального або поточного ремонту у бюджетній установі;
- купівля високовартісних необоротних активів;
- профінансовані заходи не відповідають цілям, які вказані у планових документах;
- вказана у документах мета, на яку виділяються кошти, не відповідає законодавству або взагалі відсутня;
- у документах на виділення коштів присутні заперечення інших службових осіб або відсутні їх візи, в разі їх необхідності тощо.

Найбільш поширеними способами нецільового використання бюджетних коштів є: використання бюджетних коштів за окремими кодами економічної класифікації в рахунок інших (здійснення капітальних видатків за рахунок зменшення бюджетних призначень на поточні потреби), фінансування заходів, не передбачених бюджетом, взяття до сплати зобов'язань, що перевищують ліміти й кошторисні призначення, а також використання коштів місцевих бюджетів на витрати, фінансування яких має бути здійснено за кошти інших бюджетів.

Об'єктом судово-економічної експертизи нецільового використання бюджетних коштів є:

- документи бухгалтерського обліку та звітності (банківські виписки, розрахункові платіжні відомості, головні книги, звітність, меморіальні ордери);
- документи, які визначають обсяг і напрямки витрачання бюджетних коштів (плани асигнувань, кошториси, розрахунки);
- документи казначейського обліку, що встановлюють обсяг повноважень службових осіб, актах ревізій, а також реєстрах бухгалтерського обліку.

При економічній експертизі необхідно зіставити показники запланованих в бюджетному запиті обсягів призначень із загального фонду бюджету з даними зведеної фінансової звітності про касові видатки із загального фонду за попередній звітний період.

Отже, встановлення факту нецільового використання бюджетних коштів потребує детального аналізу всіх стадій бюджетного процесу на предмет дотримання керівниками бюджетних установ бюджетного законодавства починаючи від планування кошторису та завершуючи звітом про виконання паспорта бюджетної програми (або програм і заходів з виконання повноважень органів державної влади та органів місцевого самоврядування).

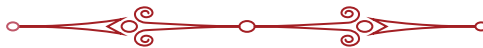
Висновки. Таким чином, економічна експертиза має важливе значення для дослідчої перевірки порушень у бюджетній сфері, в ході якої встановлюють обставини вчинення таких правопорушень.



Економічна експертиза нецільового використання бюджетних коштів повинна включати: вивчення основних нормативних документів; перелік питань, які необхідно дослідити в ході експертизи; перелік первинних документів; реєстри синтетичного та аналітичного обліку та звітності; класифікатор можливих порушень; методи дослідження тощо.

Науковий керівник – канд. екон. наук, викладач Кожушко О. В.

Література: 1. Дікань Л. В., Понікаров В. Д., Кожушко О. В. Судово-економічна експертиза : навч.-практ. посіб. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2017. 221 с. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/19567>. 2. Про затвердження Інструкції про призначення та проведення судових експертиз та Науково-методичних рекомендацій з питань підготовки та призначення судових експертиз та експертних досліджень : Наказ Міністерства юстиції України від 08.10.1998 № 53/5. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0705-98/print1357745881675997>. 3. Писарчук І. В. Причини і умови, які сприяють вчиненню нецільового використання бюджетних коштів службовими особами. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія : Юридичні науки : збірник наукових праць*. 2016. № 845. С. 546–552. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/handle/ntb/34797>. 4. Писарчук І. Виявлення ознак нецільового використання бюджетних коштів, вчинених службовими особами. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія : Юридичні науки*. 2016. № 855. С. 529–536. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vnuipurn_2016_855_83. 5. Завдов'єва І. Г. Судово-економічна експертиза у криміналістичному забезпеченні протидії корупції в бюджетній сфері. *Криміналістичний вісник*. 2017. Вип. 1 (27). С. 85–88. URL: http://elar.naiu.kiev.ua/bitstream/123456789/16438/1/Visnik_1-27-2017-85-88.pdf. 6. Дегтяр Я. Нецільове використання бюджетних коштів: теорія та практика. *Підприємництво, господарство і право*. 2017. № 1. С. 159–164. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pgip_2017_1_31.



ЕКОНОМІЧНА ДІАГНОСТИКА ПІДПРИЄМСТВ

УДК 658

Гражевська С. О.

Студент 1 курсу
факультету фінансів та обліку ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті розглянуто поняття економічної діагностики та діагностики підприємства як інструменту прийняття рішень. Також розглянуті її методи.

Ключові слова: діагностика, економічна діагностика, діагностика підприємств, методи, аналіз методів.



Annotation. The article discusses the concept of economic diagnostics and diagnostics of an enterprise as a decision-making tool. Its methods are also discussed.

Keywords: diagnosis, economic diagnostics, diagnostics of enterprises, methods, analysis of methods.



Актуальність теми дослідження. Процес діагностики внутрішнього середовища підприємства є досить складним і трудомістким, однак важливим в силу того, що його результати відіграють неабияку роль у



визначенні стратегії розвитку організації та визначають кінцевий фінансовий результат діяльності підприємства.

Мета дослідження визначається необхідністю подальшого розвитку і вдосконалення методології економічної діагностики. На сьогодні трансформаційні процеси, що значно розширили та наповнили новим змістом економічну діяльність, спричинили кардинальні зміни умов господарювання в економіці на всіх її рівнях.

Економічна діагностика – це оцінка фінансового стану підприємства, виявлення резервів його стабілізації і поліпшення. Перш за все, діагностика використовується в умовах неповної інформації з метою виявлення проблем розвитку і перспективних шляхів їх вирішення. Відповідно до сучасної теорії і практики проведення економічної діагностики вироблено безліч прийомів і методів її реалізації.

Мета економічної діагностики підприємства – оцінка фінансового стану і динаміки розвитку господарюючого суб'єкта.

Отже, завданням економічної діагностики є:

- комплексна оцінка поточного стану справ організації, встановлення характеру і причин виявлених відхилень від заданого режиму функціонування;
- оцінка стабільності роботи організації в розрізі найважливіших напрямків діяльності;
- оцінка ефективності виробничо-комерційної діяльності організації в умовах обмеженої інформації;
- визначення можливих варіантів розвитку організації виходячи з ситуації, що і перспективної структури зв'язків між застосовуваними оціночними показниками;
- дослідження можливих наслідків управлінських рішень з точки зору ефективності [1].

У складі економічної діагностики доцільно розглядати такі три структурних розділи: економічний аналіз, що включає в себе методи статистичного і прогностичного дослідження системи в певному фіксованому стані; економічну семіотику, визначальні різні ознаки, що виражають стан економічної системи, їх смисловий взаємозв'язок і одиниці виміру; економічну логіку, завданням якої є створення апарату критичної оцінки отриманих при економічних дослідженнях даних, визначення характеру і спрямованості впливу на економічну систему і передбачуваний результат [2].

Якщо простіше, то діагностика включає три основні групи методів:

- економіко-логічні (балансові методи, прийоми деталізації, порівняння, угруповання, відносних і середніх величин, методи послідовної ізоляції факторів);
- економіко-математичні, що передбачають моделювання за допомогою аналітичних залежностей поведінки чинників, об'єктів (інтегральний, кореляційно-регресійного аналізу та ін.);
- евристичні, засновані на вивченні й узагальненні минулого досвіду. Використовуються в основному для прогнозування в умовах часткової або неповної інформації. Найбільшого поширення набули експертні методи (табл. 1).

Таблиця 1

Можливі аналітичні методи для вирішення задач економічної діагностики підприємства [3; 4]

Завдання економічної діагностики підприємства	Аналітичні методи обробки інформації
1	2
Економічний рейтинг підприємств / виробників	1.1. Індикаторний метод 1.2. Матричний метод 1.3. Метод побудови секторограм
Оцінка результатів господарської діяльності підприємства	2.1. Матриця зростання і її модифікації 2.2. Рангове оцінки 2.3. індикаторний метод 2.4. Метод побудови секторограм
Оцінка ефективності результатів окремих видів діяльності підприємства	3.1. Матричний метод 3.2. Інтегральні показники 3.3. Метод побудови секторограм
Оцінка режимів функціонування підприємства	4.1. Матриця зростання і її модифікації 4.2. Апарат виробничої функції



Закінчення табл. 1

1	2
Оцінка стабільності роботи підприємства	5.1. Матриця зростання 5.2. Рангові оцінки економічної динаміки
Економічний аналіз господарських ситуацій	6.1. Розрахунок і порівняння показників, що характеризують ефективність варіантного рішення задачі 6.2. Матриця зростання і її модифікації

Діагностика підприємства як інструмент прийняття рішень.

У ринковій економіці кожне підприємство перебуває в умовах жорсткої конкурентної боротьби, неблагополучний результат якої може призвести до фінансової кризи або банкрутства. Це зумовлює потребу у формуванні та використанні діагностики фінансового стану, здатної попередити і подолати кризові ситуації, що чинять негативний вплив на рентабельність роботи підприємства.

Інша, не менш значна причина зацікавленості наукового і ділового співтовариства до ефективних засобів діагностики визначена потребами істинного сектора економіки (здебільшого торгових підприємств) у використанні банківського кредиту для фінансування діяльності, розмір якого щорічно зростає на тлі зростаючої частини прострочених позичок і загальної неплатоспроможності позичальників.

Банки інвестують значну частину своїх активів в позички, що надаються торговельним підприємствам. Із зазначеної причини робота банків залежить від рівня висококласної підготовки, методологічного і інструментального постачання співробітників, що займаються цими питаннями, оскільки потрібні аргументовані пропозиції про фінансову стійкість підприємства-позичальника, потрібні для прийняття висновків про видачу позички.

Зважені оцінки порівняно надання обмежених економічних ресурсів якісно функціонує фінансовим суб'єктам дозволяють забезпечити не тільки рентабельну роботу банків, але також формування державної економіки, звільняючи її від неконкурентоспроможних і малоефективно функціонуючих організацій.

Діагностика за своїм змістом ширше визначення економічного аналізу. Вона включає не тільки оцінку стану і результатів роботи підприємства з метою розкриття вузьких місць і вироблення заходів щодо підвищення продуктивності головної діяльності, однак і передбачає встановлення безперервного контролю (моніторингу) різноманітних утворюють бізнес-процесу, властивість компанії і дійсність функціонування яких виявляє невідоме вплив на фінансові результати.

У цей час розробка поточного теоретико-методологічного підходу до діагностики стану підприємства, зокрема, до оцінки економічного стану та об'єктивного вимірювання спільної продуктивності і рівня компанії господарської діяльності з метою її раціонального регулювання, є дуже актуальною науково-технічною проблемою

Стосовно до цілей і завдань економічної діагностики діяльність (бізнес-процес) підприємства можливо зобразити в загальному вигляді логіко-сміисловою моделлю (циклограми) кругообігу економічних і матеріальних ресурсів (активів) на t -часовій осі, оскільки в ході виготовлення виходить незмінна трансформація роздільних частин оборотних коштів.

Фірма набуває сировину і матеріали, перетворює їх на готову продукцію; згодом реалізовує її, як правило, з відстрочкою платежу, в кінцевому підсумку що утворюється дебіторська заборгованість, яка крізь деякий інтервал часу перетворюється в грошові кошти, що зберігають додану цінність (прибуток). Заключна гарантує підприємству досягнення ринкової цінності, кардинально більшою, ніж вартість втягуються в його оборот ресурсів.

З цього випливає, що зворотний природа оборотних активів має в своєму розпорядженні першорядне значення в управлінні підприємством і його зворотним капіталом, а логічна пара «відтік – приплив» коштів представляється ключовою домінантою бізнес-процесів і носить періодично повторюється або циклічний характер (В. Ковальов, 2002).

Концептуально процес являє собою циклограму виведення (-) валютних коштів, вкладених в обіг з наступним їх припливом (+), різниця між якими становить фінансовий результат (прибуток / збиток) (рис. 1).

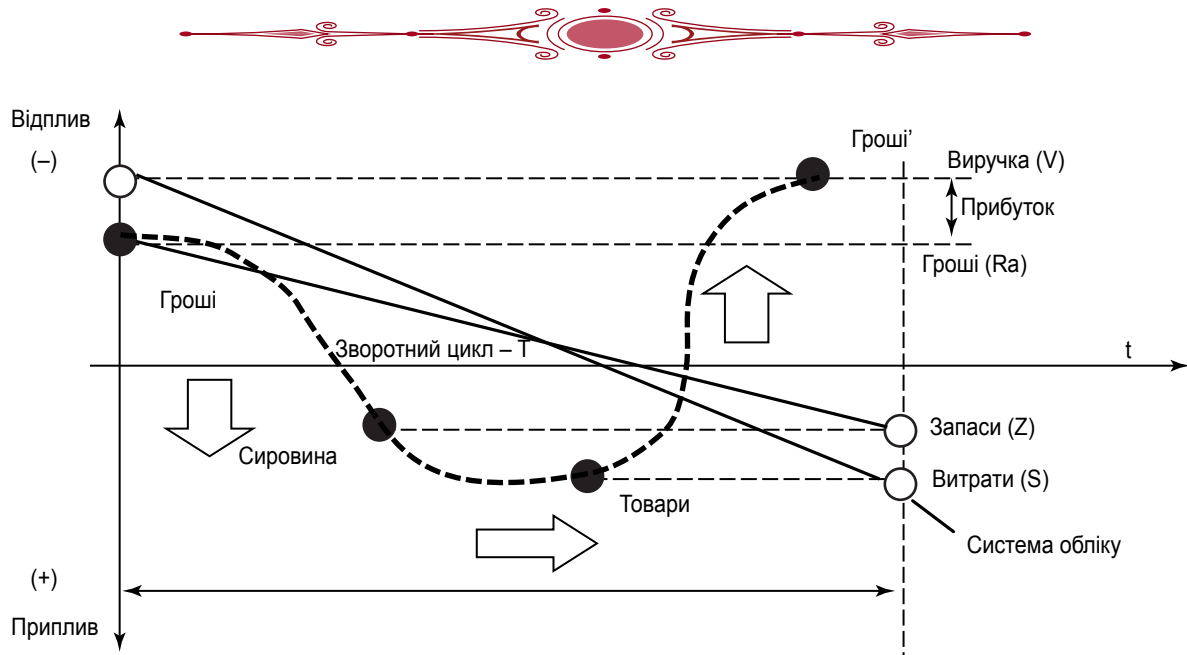


Рис. 1. **Кругообіг капіталу підприємства** [5; 6]

Економічна діагностика як метод дослідження діяльності економічного суб'єкта спрямована на визначення поточного стану діяльності на підприємстві та оцінку економічних наслідків, пов'язаних з реалізацією управлінських рішень. За допомогою діагностування керівництвом приймаються обґрунтовані управлінські рішення щодо підвищення ефективності діяльності підприємства за рахунок використання виявлених резервів із прогнозованим економічним ефектом. Таким чином, економічну діагностику можна розглядати як діяльність з підготовки даних, необхідних для наукового обґрунтування та оптимізації управлінських рішень.

Науковий керівник – д-р екон. наук, доцент Мащенко М. А.

Література: 1. Экономическая диагностика как инструмент повышения эффективности деятельности малых и средних предприятий. URL: <https://www.fundamental-research.ru/ru/article/view?id=39579>. 2. Анализ методов экономической диагностики. URL: <https://works.doklad.ru/view/JI85tPP2OyA.html>. 3. Современные методы экономической диагностики предприятий. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-metody-ekonomicheskoy-diagnostiki-predpriyatiya/viewer>. 4. Методы и приёмы экономической диагностики предприятия. URL: <https://students-library.com/library/read/12461-metody-i-priemy-ekonomicheskoy-diagnostiki-predpriatia>. 5. Диагностика предприятия как инструмент принятия решений. URL: https://www.cfin.ru/management/finance/cost/intel_diagn.shtml. 6. Роль економічної діагностики в діяльності підприємства. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/01/343.pdf>.



ЕКОЛОГІЧНІ ІМПЕРАТИВИ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТООРІЄНТОВАНОГО ПІДПРИЄМСТВА

УДК 330.101.5

Григорова А. О.

Студент 4 курсу
факультету міжнародної економіки і підприємництва ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розкрито екологічні імперативи розвитку експорт орієнтованого підприємства в умовах інтенсифікації впливу людської діяльності на навколишнє середовище.

Ключові слова: екологічна економіка, екологізація експорту, прибутковість, збалансоване природокористування.



Annotation. The ecological imperatives of export-oriented development enterprise in conditions of human activity influence intensification on environment are revealed.

Keywords: ecological economy, export greening, profitability, balanced nature management.



На сьогодні, зважаючи на інтенсифікацію впливу людської діяльності на навколишнє середовище, не можна розглядати поняття економіки та екології окремо. Адже економічна й економічні системи пов'язані одна з одною, а їх вдале поєднання забезпечує збалансоване природокористування та прибутковість діяльності суб'єктів господарювання. Залежність економічної та екологічної систем у сучасному світі пояснюється наявністю причинно-наслідкових взаємозв'язків. Розвиток, так само як і деградація, однією з систем має прямий вплив на іншу, що й зумовлює актуальність вивчення екологізації економіки.

Дослідженням екологізації економіки займалися такі науковці, як О. В. Мініна, С. В. Мельник, В. Я. Шевчук, Л. В. Жарова й ін. Проте проблема застосування дієвих механізмів екологізації економіки експортного підприємства залишається не повністю розкритою та потребує подальшого вивчення.

Метою цієї статі є розкриття екологічних імперативів розвитку експортоорієнтованого підприємства, що впливають на ефективність його діяльності в умовах світової екологічної кризи.

Одним із негативних наслідків економічного зростання є інтенсифікація впливу людської діяльності на навколишнє середовище.

На сьогодні під екологізацією економіки розуміється зниження природоємності виробництва, зменшення навантаження на природу, для забезпечення якого передбачається вирішення завдання: суттєво зменшити ресурсоємність, енергоємність і відходність виробництва.

Поняття екологічної економіки має багато визначень. Одне з них пояснює поняття екологізації економіки як цілеспрямований процес перетворення економіки, орієнтований на зниження інтегрального екодеструктивного впливу процесів виробництва і споживання товарів та послуг в розрахунку на одиницю сукупного суспільного продукту.

Отже, головною метою екологізації є зменшення природомісткості всього людського господарства, економіки, техносфери.

В основу екологізації виробництва покладено такі принципи:

- планомірність і комплексність процесів екологізації, запобігання вузьковідомчим інтересам;
- раціональність розміщення виробництва і концентрація продуктивних сил з урахуванням екологічних проблем;
- територіальний підхід, максимальне врахування економічних і соціальних умов регіонів, рівня використання природно-ресурсного потенціалу;
- глибоке вивчення можливих змін, що можуть вплинути на здоров'я та умови життя людей, зміну естетичних цінностей природних і антропогенних ландшафтів;



– науковість екологізації, здійснення екологічної експертизи проєктів та організація науково обґрунтованих форм екологізації виробництва.

Сьогодні під економічним механізмом екологізації виробництва розуміють комплекс різноманітних важелів, нормативів, інституціональних структур, який через фінансово-економічне та організаційне сприяння стимулює здійснення природоохоронних заходів.

Функціонування економічного механізму можливе за наявності ефективного організаційного механізму як на внутрішньогосподарському, так і на загальнодержавному рівні та здійснюється для реалізації концепції сталого розвитку підприємства.

Важливим при реалізації концепції сталого розвитку та екологізації економіки є питання про механізми цієї реалізації. В найбільш загальних рисах світовий досвід говорить про три можливі механізми реалізації економічних цілей, в тому числі еколого-економічних:

- пряме регулювання, пов'язане з впливом держави, нормативно-правові, адміністративноконтрольні заходи, пряме регламентування тощо;
- економічне стимулювання, пов'язане з розвитком ринкових механізмів;
- змішані механізми – поєднання перших двох підходів.

Економічна ефективність впровадження механізмів екологічної економіки визначається, насамперед, величиною економії витрат, досягнутою підприємством завдяки значному зниженню ресурсомісткості виробництва, ефективному використанню сировини, матеріалів, енергоносіїв, зниження їх втрат на всіх стадіях виробничого циклу, зменшення екологічних витрат підприємства, екологічних платежів за забруднення довкілля, витрат на рекультивацию земель, витрат на очищення стоків, викидів, утилізацію відходів тощо.

Впровадження екологічно чистих виробництв дозволяє суттєво зменшити рівень екологічних ризиків, уникнути ризиків, обумовлених критикою з боку засобів масової інформації або груп споживачів, а також загрозою закриття підприємства внаслідок порушення все жорсткіших нормативно-правових документів щодо захисту навколишнього середовища. Проанізуємо, які переваги отримують підприємства у процесі впровадження екологічного виробництва у сфері економіки:

- скорочення витрат на сировину, енергію, паливо, воду;
- скорочення витрат на очищення стічних вод, пило- і газоподібних викидів, утилізацію відходів;
- скорочення транспортних витрат;
- зменшення екологічних платежів і штрафів;
- підвищення цін на продукцію у зв'язку з поліпшенням її якісних характеристик;
- зростання прибутку, загальної ефективності виробництва;
- підвищення конкурентоспроможності продукції та підприємства в цілому.

Екологічна ефективність впровадження екологічних технологій визначається насамперед зменшенням негативного впливу підприємств на навколишнє середовище, підвищенням якості та екологічної безпеки продуктів харчування, збереженням та оздоровленням екологічного оточення в місцях розташування промислових підприємств і, як наслідок, зменшенням загрози здоров'ю населення, покращенням умов його життя.

В кінцевому підсумку впровадження екологічно чистих виробництв орієнтовано на екологічно безпечний розвиток всіх видів економічної діяльності, за якого зростання обсягів виробництва продукції не супроводжується значним збільшенням забруднення навколишнього середовища та виробничих відходів.

Удосконалення методів екологізації економіки здійснюється шляхом створення і вдосконалення системи управління, тобто управлінських процедур. Вдала управлінська схема, що позитивно себе зарекомендувала, дає змогу впроваджувати її повторно у різних регіонах, уникаючи можливих прорахунків. Процедури економічного управління закріплюються і удосконалюються в процесі повторного їх застосування, враховуючи місцеві особливості в ході поширення на інші регіони країни.

Найбільшого поширення в практиці природокористування набули такі процедури екологічного управління, як:

- оцінка впливу на навколишнє середовище (ОВНС);
- екологічний аудит;

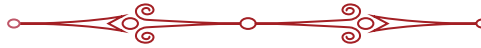


- екологічна оцінка життєвого циклу виробів;
- міжнародні стандарти екологічного менеджменту й аудиту;

Таким чином, механізми екологічної економки втілюють у себе стратегію запобігання забрудненню довкілля, виконання якої здійснюється за допомогою заходів, які не ведуть до погіршення стану довкілля і є економічно вигідними та доцільними.

Науковий керівник – канд екон. наук, професор Піддубний І. О.

Література: 1. Сучасні еколого-економічні інструменти забезпечення сталого розвитку. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/231761806.pdf>. 2. Екологічна економіка. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/45309/1/Melnyk_Ekolohichna_ekonomika.pdf. 3. Екологізація економіки: теоретико-методологічний аспект. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/28455/01-Tunytsya.pdf?sequence=1>. 4. Механізм екологізації етапів життєвого циклу товару. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/3397/1/Zhulavskiy.pdf>.



СУЧАСНІ МЕТОДИ ОЦІНКИ ПЕРСОНАЛУ

УДК 349.41

Григор'єва Д. А.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті розкрито поняття оцінки персоналу, цілі та мету оцінки персоналу. Представлено методичні підходи до проведення оцінки персоналу. Здійснено класифікацію оціночних методів і наведено їхню характеристику.

Ключові слова: оцінка персоналу, розвиток підприємства, методи оцінки персоналу, кваліфікація, методи.



Annotation. The article reveals the concept of personnel evaluation, the purpose and purpose of personnel evaluation. Methodical approaches to personnel evaluation are presented. The classification of estimation methods is carried out and their characteristic is given.

Keywords: personnel assessment, enterprise development, personnel assessment methods, qualifications, methods.



У будь-яких сучасних підприємствах однією з головніших функцій управління персоналом є оцінка роботи персоналу, бо саме вона допомагає керівникам знати, наскільки рентабельна праця його співробітників і як можна її підвищити. За допомогою оцінки персоналу можна виявити та розкрити потенціал робітників, який у майбутньому допоможе з реалізацією стратегічних цілей підприємства.



Тому оцінка персоналу є одним з основних елементів кадрового менеджменту та продовжує викликати інтерес дослідників, таких як Кібанов А. Я., Мизинцева М. Ф., Прикін Б. В. та ін., але деякі положення оцінки персоналу залишилися не достатньо розглянуті.

Метою статті є проаналізувати сучасні методи й інструменти оцінки персоналу, розглянути труднощі у сфері планування та проведення оцінки персоналу.

Оцінка персоналу – це запланована, формалізована характеристика трудової діяльності зайнятих, ефективності роботи персоналу [1].

На сьогодні розроблено, методично обґрунтовано та застосовано у вітчизняній та світовій практиці значну кількість систем і методів оцінки персоналу, які можна класифікувати за різними критеріями.

Ця класифікація може базуватися на різних підставах і критеріях, які допомагають згрупувати всі наявні методи, способи та прийоми оцінки персоналу в нематеріальній сфері для цілей управлінського аналізу відповідно до цілей та напрямів цієї оцінки, об'єктів оцінювання та суб'єкти, що проводять оцінку, періоди оцінювання, використання результатів оцінювання в процесі управління персоналом в організації.

Ефективна оцінка персоналу відіграє величезну роль в управлінні персоналом, будучи основою багатьох процедур, які можуть бути покладені в основу класифікації методів оцінки для обґрунтування таких управлінських рішень: найм, внутрішні переведення, звільнення, переведення до складу резервів для просування по службі, матеріального та морального стимулювання, застосування санкцій, перепідготовки та підвищення кваліфікації, контролю персоналу, вдосконалення організації управлінської праці, способів і методів роботи, вдосконалення структури апарату.

Вибір методів аналізу й оцінки персоналу для кожної конкретної освітньої організації – це унікальний процес. Завдання вибору методів аналізу та оцінки персоналу може бути вирішена лише керуючою підсистемою самої організації в рамках управлінського аналізу.

Система оцінки й аналізу персоналу повинна враховувати та відображати такі основні фактори: стратегічні цілі організації, стан її зовнішнього та внутрішнього середовища, структура та організаційна культура, традиції організації, категорії та характеристики співробітників [2].

Кожна із систем оцінки персоналу, яка використовується сьогодні для управлінського аналізу, має переваги та недоліки, оскільки оцінка персоналу за своєю природою є багатоцільовою. При виборі методів оцінки персоналу слід чітко знати мету її процедури.

Можна виділити групи адміністративних, інформаційних та мотиваційних цілей, відповідно до яких проводиться ця оцінка.

Адміністративна мета досягається розумним адміністративним рішенням (підвищення чи зниження, переведення на іншу роботу, направлення на навчання, звільнення) за результатами оцінки персоналу.

Інформаційна мета полягає в тому, що як працівники, так і керівники мають можливість отримати достовірну інформацію про діяльність. Така інформація надзвичайно важлива для працівників з точки зору вдосконалення їх діяльності та дає можливість керівникам прийняти правильне рішення.

Мотиваційна мета полягає в тому, що сама оцінка є найважливішим засобом мотивації поведінки людей, оскільки належним чином оцінені витрати на працю забезпечать подальше збільшення продуктивності праці працівників, але лише за умови, що праця людини оцінюється відповідно до її або її очікувань [3].

Найчастіше на практиці оцінка персоналу має такі цілі:

- 1) створення інформаційної бази для прийняття рішень у галузі кадрової політики та планування людських ресурсів;
- 2) аналіз та оцінка результатів роботи працівників та їх відповідність займаній посаді;
- 3) обґрунтування рішень у галузі оплати праці та матеріального стимулювання за результатами праці;
- 4) оцінка кандидатів у процесі конкурсного відбору;
- 5) виявлення майбутніх працівників для просування по службі та навчання;
- 6) як засіб визначення робочих завдань і відповідальності тощо.

Відповідно до вищезазначених цілей та етапів процесу управління персоналом, методи оцінки персоналу можна згрупувати у дві великі групи. Перша група включатиме методи оцінки праці, друга – оцінку персоналу безпосередньо [4].



Класифікація методів оцінки персоналу може здійснюватися за такими основними критеріями:

- за предметом оцінки (оцінка діяльності за критеріями складності, ефективності та якості; досягнення мети; якісних та кількісний результат; індивідуальний внесок і внесок у загальні результати структурних підрозділів та організації в цілому; особисті якості працівника);
- джерелом даних, які є основою оцінки (документи, звіти, результати співбесід, загальні та спеціальні дані тестування, анкети, участь в обговореннях тощо);
- за стандартами та критеріями, згідно з якими проводиться оцінка персоналу;
- за рівнем охоплення контингенту;
- за періодом (регулярністю) оцінювання (регулярним, періодичним та епізодичним).

В організаціях оцінка діяльності персоналу здійснюється у трьох напрямках:

- розгляд результатів праці (пряма оцінка);
- аналіз ділових та особистих якостей працівника, що впливають на ці результати (непряма оцінка);
- оцінка робочої поведінки.

Основна перевага розглянутої класифікації полягає в тому, що вона не тільки дозволяє легко визнати належність будь-якого методу до певної класифікаційної групи, але також забезпечує оптимальний вибір методів оцінки з урахуванням потреб та інтересів організації.

Методи оцінки можна, своєю чергою, розділити на дві групи: індивідуальні та групові оцінки (порівняльні).

До першої групи належать методи, які допомагають оцінювати результати діяльності працівника на індивідуальній основі з урахуванням встановлених критеріїв, стандартів, цілей тощо.

Використання порівняльних методів передбачає порівняння діяльності кількох працівників, що виконують однакову або подібну роботу з точки зору функціональних можливостей.

Загалом оцінка персоналу відповідно до перелічених підходів може бути як частковою, спрямованою на оцінку окремих видів діяльності або елементів, так і інтегрованою, коли негайно оцінюються як особисті якості, так і поведінка праці та продуктивність праці.

Інші класифікації також можуть бути використані – потокова, підсумкова та перспективна оцінка.

Оцінка потоку використовується в поточному процесі діяльності. Підсумкове оцінювання базується на результатах роботи за певний період (навчальний рік, строк контракту).

Перспективне оцінювання може бути проведене для виявлення потенціалу працівника, його здібностей, цінностей, мотивації до результату.

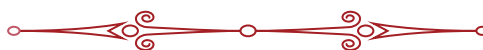
Методи оцінки також відрізняються залежно від суб'єкта, який проводить оцінку. Оцінка роботи може здійснюватися безпосередньо керівниками оцінюваних працівників, іншими керівниками, колегами, підлеглими, спеціалістами кадрових служб, зовнішніми консультантами та суб'єктом, що оцінюється [5].

Кожен із перелічених суб'єктів оцінювання використовуватиме певний методологічний апарат та надаватиме перевагу певному набору методів оцінювання.

Тут необхідно враховувати той факт, що можна зіткнутися з таким недоліком, як суб'єктивність. Сучасні соціально-економічні зміни спричинили трансформацію методів оцінки персоналу.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Кривобок К. В.

Література: 1. Завіновська Г. Т. Економіка праці : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2003. 432 с. 2. Киселева И. Н. Формирование конкурентной стратегии организаций региона : дис. ... канд. экон. наук. Пятигорск, 2008. 186 с. 3. Охотников А. В., Причина О. С. Культурные, экономические и организационные аспекты управления персоналом : монография. Ростов н/Д. : Ростовский государственный университет путей сообщения, 2010. 220 с. 4. Мизинцева М. Ф. Оценка персонала : учеб. пособие для магистрантов. Москва : Юрайт, 2014. 371 с. 5. Каменская И. Н. Модель развития управления корпоративной культурой педагогов дошкольных образовательных учреждений. Санкт-Петербург : Саатис, 2014. 37 с.





МОТИВАЦІЯ ПРАЦІ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 331. 101.3

Гриценко Ю. С.

Студент 1 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У цій статті розглянуто мотивацію праці, способи підвищення ефективності роботи підприємства та його прибутковості за рахунок відповідного мотивування трудових ресурсів.

Ключові слова: мотивація праці, ефективність, управління, потреби, результат.



Annotation. This article discusses the motivation of work, ways to increase the efficiency of the enterprise and its profitability through appropriate motivation of labor resources.

Keywords: labor motivation, efficiency, management, needs, results.



Мета цієї статті полягає в розгляді стимулювання діяльності працівників як фактору підвищення прибутковості підприємства, розгляді рекомендацій щодо вдосконалення мотиваційних механізмів.

Актуальність проблематики і постановка проблеми. Серед усіх ресурсів, що використовує підприємство, найважливішим і найскладнішим є персонал. Саме від ефективності праці цього виду ресурсу у цілому залежить ефективність підприємства. Щоб домогтися підвищення продуктивності праці, необхідно зацікавити працівника у результатах його роботи, а тому мотивація і є однією з найбільш значущих функцій управління. Без розробки механізму мотивації майже неможливо реалізувати потенціал до економічного зростання підприємства.

На сьогодні дуже мало підприємств демонструють використання ефективної системи мотивації, оскільки часто традиційні способи мотивування працівників не відповідають реаліям сучасності внаслідок нестабільного становища економіки країни.

Для більшості українців праця не приносить позитивні емоції. Отримуючи мінімальну заробітну плату, вони не зацікавлені у забезпеченні стабільного і потужного економічного зростання підприємства, що призводить до величезних втрат виробленого продукту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проаналізувавши літературу на обрану тему, можна було помітити різноматність підходів до трактування мотивації та технології її впровадження. На проблему матеріального стимулювання звертають такі дослідники, як Ю. Зайцев, О. Красносова, І. Кравчук, а мотивацію праці та її вплив на результати діяльності детально розглянули Й. Завадський, Л. Червінська, В. Шинкаренко, О. Криворучко, Г. Гоголь.

Д. Богиня, А. Грішнова, Г. Дмитренко, М. Дороніна, А. Єськов, І. Завадський, М. Карлін, А. Колот, О. Віханський – вчені, які присвятили свої наукові роботи питанню ефективної мотивації.

Однак питання, пов'язані із мотивацією персоналу у сучасних умовах, є ще недостатньо розробленими. Також сучасний світ потребує подальшого вивчення проблеми мотивації праці в сучасних економічних умовах, яка є важливою для успішного ведення бізнесу та підтримки конкурентоспроможності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Значення слова «мотивація» можна представити як спонукування до дії. З цього визначення можна розкрити поняття мотивації праці: людина усвідомлює завдання, що ставляться перед нею, знає ту винагороду, яку можна отримати за їх виконання, і, зіставляючи свої потреби і можливості, здійснює певну діяльність. На підприємстві важливо сформулювати у персоналу мотиви поведінки для досягнення не тільки особистих цілей, а і цілей організації в цілому.



Саме за допомогою мотивації керівництво може залучати та утримувати в організації кращих спеціалістів, покращувати морально-психологічний стан працівників через різноманітні форми визнання, підвищувати трудову активність колективу підприємства [1].

Ефективність праці – це підсумок цілеспрямованої діяльності людини. Праця є ефективною при досягненні максимального доходу за мінімальних витрат праці. Ефективність напряму пов'язана з особистим ставленням людини до праці. Якщо у людини відсутнє прагнення використовувати усі свої ресурси (досвід, знання, фізичні та духовні сили), то досягнення максимального результату не можливе. З цим пов'язано поняття, яке є ширшим за поняття мотивації, – захоплення працею. Воно відображає переконання працівника у доцільності, змістовності його праці. Захоплення та задоволеність роботою є важливими елементами позитивного емоційного фону, що підвищує ступінь віддачі працівника та, як наслідок, викликає скорочення плинності кадрів [2].

Потреби – головний мотив, що спонукає людину до будь-якої діяльності. За цього стану психіки людина усвідомлює незадоволеність, відчуття браку чогось і внутрішню дисгармонію. Питання мотивації персоналу потрібно досліджувати, адже потреби працівників постійно зазнають змін залежно від їхнього культурно-освітнього рівня.

Згідно з законом духовного життя, сформованого стародавніми мислителями, людина, задовольнивши свої первинні потреби, повинна спрямувати свої сили на досягнення духовних цілей, щоб вберегтися від самознищення. Тобто цей закон можна пояснити тим, що потреби нижчого порядку задовольняються високою заробітною платою і комфортним робочим місцем, а потреби вищого порядку – навчанням та саморозвитком працівників підприємства.

Кожний витрачає свої зусилля на досягнення тих цілей, які задовольняють у першу чергу його потреби. А тому найбільш ефективна мотивація досягається за умови, коли працівники бачать зв'язок між непереврешеним виконанням своїх обов'язків і отриманням винагороди, яка і задовольняє їх потреби. Таким чином, досягнення максимальної ефективності потребує спільних визначених цілей працівників і підприємства [3].

Знання своїх підлеглих, здійснення спостереження за ними – головне завдання кожного керівника, адже це допомагає визначити, що їх мотивує найбільше. Таким чином, можна найбільш ефективно використовувати трудовий потенціал підприємства. Спостереження за працівниками найкраще забезпечується за наявності групи фахівців, які підтримують зворотний зв'язок керівництва з підлеглими та реагують на зміни ринкового середовища.

Мотивація умовно поділяється на фінансову та нефінансову. До фінансової слід віднести заробітну плату, різні види грошових премій (з нагод державних, релігійних свят або за певні досягнення у роботі тощо). На рівні з фінансовою мотивацією праці стоїть нефінансова, до якої належать подарунки, соціальні вигоди, дружня атмосфера і налагоджений зв'язок з керівництвом.

Завданням фахівців ще на етапі прийому на роботу є визначення виду мотивації, який є найбільш пріоритетним для потенційного працівника. Цікавим є такий факт: працівник, зацікавлений тільки у фінансовій складовій мотивації, буде менш лояльним порівняно з працівником, якого цікавлять обидва види мотивації.

Але у будь-якому випадку розвиток пріоритетної для працівника фінансової або нефінансової складової мотивації є вкрай необхідними. Отже, складність проблеми мотивації полягає в тому, що люди мають різну структуру потреб, які ще й змінюються з плином часу і за певної ситуації.

Проведення спільних корпоративних святкувань є одним з видів мотивації, за допомогою якого відбувається зближення трудового колективу. Керівництво на таких святкуваннях має бути обов'язково. Неформальна ситуація допомагає відчути приналежність до одної команди.

Атмосфера відкритості та доброзичливості допомагає працівникам відверто висловлювати свої думки, що є необхідним для отримання керівником актуальної інформації про потреби працівника і їх реалізацію. У майбутньому це формує підтримку з боку підлеглих, які готові допомогти керівництву у реалізації планів підприємства або запропонувати свої ідеї, що стануть у нагоді.

Також схожі погляди колективу збільшують ймовірність того, що кваліфіковані працівники залишаться і будуть чудовим інструментом для подолання конкуренції. Активне спілкування із співробітниками формує чіткий план та розуміння того, що чекають від кожного, і, як, наслідок, мотивовану працю з повною віддачею [4]. Приємним бонусом для компанії є захист іміджу компанії та спростування негативної інформації, що психологічно пов'язано з уявою працівників про дружню атмосферу всередині колективу.



Іншим, одним із найважливіших видів мотивації є навчання працівників за кошти підприємства. У багатьох воно асоціюється з відпочинком, адже таким чином з'являється можливість відійти від повсякденних клопотів на роботі. Це дозволяє наповнитися новим зарядом мотивації, отримати нові знання, що обов'язково знадобляться для професійного розвитку, а потім, після закінчення навчання, повернутися у свою компанію та працювати з максимальною ефективністю та жагою до нових результатів. Бонусом таких мотиваційних тренінгів слугує спілкування трудового колективу неформально, що, як писалось раніше, сприяє формуванню відчуття командного духу.

Мотивація відіграє особливу роль у системі управління трудовим потенціалом підприємства, тому що інноваційні розробки не спроможні принести результату, якщо персонал не зацікавлений у досягненні цілей підприємства і виконанні доручень керівництва. У діяльності людини розрізняють два види мотивації – позитивну і негативну.

Перша заснована на отриманні матеріальних і нематеріальних винагород, друга ж – на постійному відчутті страху, під час якого людина боїться позбутися перемії та відчуває психологічний тиск. Негативна мотивація не дає довгострокового позитивного результату, її підсумком стає зростання тривожності особистості, емоційне напруження, бажання старанно працювати згасає. Усе це супроводжується погіршенням взаємовідносин всередині колективу, породжує часті конфліктні ситуації.

Внаслідок усього перерахованого працівник змушений знайти нову роботу зі сприятливим соціально-психологічним кліматом. Тобто набагато ефективнішим буде усунути ці негативні стимули, чим намагатися перекрити їх позитивними мотивами [5].

Зараз, у період карантину, віддалена робота стала особливо популярною. Але результати дослідження Ipsos свідчать про те, що 78 % працівників побачили достатню кількість недоліків у такому варіанті роботи, і тільки 18,3 % опитаних зазначили підвищення своєї продуктивності.

Результати соціологічного опитування ще раз підтвердили те, що 45 % людей у віці від 18 до 40 років постійно відчувають почуття самотності, що призводить до появи думок про звільнення у 12 % респондентів.

Таким чином, можна стверджувати, що ефективність і прибутковість підприємства за дистанційної форми роботи знижується, мотивація працівників не підтримується належним чином, що призводить до втрати кваліфікованих кадрів. Також результати опитування працівників показали, що для них найбільшим стимулом для роботи є стабільні виплати (72 %). Для 57 % респондентів важливо бути впевненим у майбутньому компанії, 36 % – у преміях, 13 % – в індивідуальних привілеях.

Система мотивації персоналу підприємства має низку вимог:

- 1) об'єктивна оцінка результатів праці працівника і відповідний розмір винагороди;
- 2) формування розміру винагороди на підставі внеску кожного працівника у діяльність колективу, його знань і навичок, досвіду і кваліфікації;
- 3) винагорода повинна відповідати потребам працівника та бути для нього значущою;
- 4) винагорода повинна бути отримана одразу після досягнення певного результату;
- 5) правила визначення винагороди мають бути справедливими і зрозумілими кожному з працівників.

Матеріальне заохочення практикується у різних видах. Наприклад, британське підприємство «British Telecom» нагороджує своїх працівників незвичайними подарунками та туристичними путівками. Ці нагороди залежать від успіхів, що були досягнуті працівником. Їх вручення проводиться на робочому місці або в присутності всього колективу, що дає змогу помітити досягнення одне одного, які були непомітними. Це значно підвищує ефективність підприємства.

На практиці стає зрозумілим те, що ігнорування цих вимог справляє демотивуючий ефект, погіршує продуктивність праці. У такому випадку відсутність механізмів мотивації праці є навіть кращою. Також не менш важливим для підвищення ефективності фактором є однаковий ступінь спонукування керівників і підлеглих. Якщо індивідуальні стимули одного з них сильніші за індивідуальні стимули іншого, то виникає суперництво або взагалі позбавлення мотивації на працю.

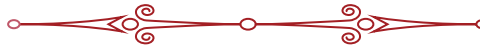
Висновки. Отже, система мотивації працівників повинна постійно вдосконалюватися, керівництво повинно використовувати різні види фінансової та нефінансової мотивації для досягнення успіху, формувати зацікавленість у результатах праці, при цьому не концентруватись тільки на матеріальній складовій. Знання потреб своїх підлеглих також важлива складова, адже їх культурно-освітній рівень може відрізнятися. Створення



системи мотивації для підприємства повинно відбуватись самостійно, «під себе», беручи до уваги цілі та можливість. Тільки таким чином можливо досягти ефективності та максимального прибутку.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пивавар І. В.

Література: 1. Васюта В. Б. Особливості формування ефективного мотиваційного механізму на підприємстві. *Fundamental and applied researches in practice of leading scientific schools*. 2019. Vol. 31. No. 1. P. 239–249. 2. Шашина М. В., Тульчинський Р. В., Федотов О. Ю. Формування мотиваційної складової кадрової політики підприємства в умовах високого рівня мобільності робочої сили. *Агросвіт*. 2019. № 3. С. 48–52. DOI: 10.32702/2306-6792.2019.3.48. 3. Столбуненко Н. М., Іванчо В. А. Сучасні тенденції формування системи мотивації та стимулювання персоналу на сучасному підприємстві. *Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління*. 2019. Т. 18. Вип. 3 (43). С. 217–232. 4. Власенко Т. Ю., Луценко І. В. Методи і принципи мотивації персоналу на підприємстві. *Молодий вчений*. 2019. № 1 (65). С. 209–2012. DOI: 10.32839/2304-5809/2019-1-65-47. 5. Семенова Л. Ю., Татарінова К. С. Розробка ефективного мотиваційного механізму діяльності підприємства. *Молодий вчений*. 2019. № 1 (65). С. 238–241. DOI: 10.32839/2304-5809/2019-1-65-54.



CONCEPT OF CORPORATE CULTURE AT THE ENTERPRISE

UDC 332

Ruth Gyamfi

The 4-th year student
of the Faculty of Management and Marketing of KHNUE S. Kuznets

Annotation. Current years have seen mass research on viewpoints of the important decision process and wavering that will impact corporate culture. This research focuses to exhibit and scrutinize the development of corporate culture. The article accords to the performance of the morphological analysis of this concept.

Keywords: corporate culture, composite personality, spirit of people, interactions, and environment.



Анотація. На сьогодні відбуваються масові дослідження точок зору процесу прийняття рішень і факторів, що впливають на корпоративну культуру. Це дослідження фокусується на демонстрації та вивченні розвитку корпоративної культури. Стаття включає результати морфологічного аналізу цієї концепції.

Ключові слова: корпоративна культура, складна особистість, дух людей, взаємодія, середовище.



The relevance of corporate culture helps employees realize their rewards for demonstrating organizational values, corporate culture guides the organization with recruiting and selection of applicants who share and understand the organizational beliefs and culture. The first thing that will need to be done is establishing how to define corporate culture. In order to be successful in this study, the definition will need to be clear and straightforward. As corporate



culture is not a tangible asset, it is difficult to grasp, but below I will compile definitions from various sources, which will be applied.

The ability to create incredible choices is the characterizing quality of corporate enterprise.

As enterprises build, corporate cultures, whether shaped intentionally or grown organically, reach to the core of a company's ideology and practice, and affect every aspect of a business, from each employee to customer to public image. The current awareness of corporate culture is more acute than ever.

The purpose of the article is the theoretical generalization of the corporate culture concept.

Corporate culture is described as the beliefs and behaviors that determine how a company's employees and management interact and handle outside business transactions. Often, corporate culture is implied, not expressly defined, and develops organically over time from the cumulative traits of the people the company hires. Below is the morphological analysis of the definition of "corporate culture" is given (Table 1).

Table 1

Morphological analysis of corporate culture definition

Author	Definition
John Keyser [1]	Corporate culture, in essence, is the spirit of our people. It is morale. And it matters greatly. Truth is, it determines how well our company does over time
Ed Nathanson [2]	Company culture is a composite of your employees, their interactions, and the environment in which they work in. Company culture is something that has become a bit muddled lately
Ben Walker [2]	Company culture to me is the way we treat each other (employees and independent contractors), our clients, and our prospects
Sharon DeLay [2]	To us, company culture is a combination of a lot of different things but includes values. However, those values need to be more than just mandated from high. They need to be demonstrated FIRST to the employees, and then to the customers
Vladimir Gendelman [2]	Company culture is the internal «personality» of your brand – and it is made from the collective personalities and interactions of your team
Rikki Gold Reich [2]	A Company's culture is reflective of the company's soul

From the above table, there are different opinions on the notion corporate culture. Corporate culture can be explained and described from several point of views according to these scholars. John Keyser and Vladimir Gendelman defined corporate culture as a spirit of people internal personality.

Other authors like Rikki Gold Reich [2] and John Keyser [1] defined as the essence and reflective of a company while Sharon DeLay [2] described it as combination. Other categories used by some other authors like Ed Nathanson [2], Ben Walker [2] and Sharon DeLay [2] described it from under perspective as the combination of a lot of different things but includes values. All these descriptions are the same according to these different authors, respectively.

The origin of culture as an independent variable affecting an employee's attitudes and behavior can be traced back more than 50 years ago to the notion of institutionalization. Corporate culture impact individual behavior on what it takes to be in good standing and directs the appropriate behavior for each circumstance.

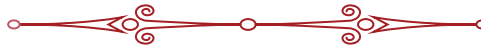
Corporate culture has also been defined as the set of values, guiding beliefs, understandings, and ways of thinking that is shared by members of an organization and is taught to new members as correct.

The results of the analysis model confirmed that the organizational culture, through some features, largely explains the variation of corporate culture with all its components and has a significant and positive impact on organization. According to the data, numerous scientists defined corporate culture, as the belief and behavior an enterprise should adhere, in order to achieve a common goal.

It determines "modus operandi" of the company and create a good community guideline to help orderliness in an organization. Thus, some authors mainly considered the different conceptual and methodological aspects, while others were guided by the principles of measuring employee service practices.



Literature: 1. Afshan S., Sobia I., Kamran A., Nasir M. Impact of training on employee performance: a study of telecommunication sector in Pakistan. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*. 2012. Vol. 4. P. 6. 2. Kununu blog definitions for corporate culture. URL: <https://transparency.kununu.com/leaders-answer-what-is-company-culture/>. 3. Alvesson M., Deetz S. Doing Critical Management Research. London : Sag, 2000. 274 p. 4. Ahmed R. Strategic marketing plan for coca cola. *Journal of business and management*. 2016. # 2. P. 7–9. 5. Bradley F. International marketing strategy. London : Pearson Education, 2005. 408 p. 6. Dumay J., Cuganesan S. Making sense of intellectual capital complexity: measuring through narrative. *Journal of Human Resource Costing & Accounting*. 2011. Vol. 15 (1). P. 24–49.



ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ НА ЗОВНІШНЬОМУ РИНКУ

УДК 005.21:339.9

Гуржій Ж. Е.

Студент 4 курсу
факультету міжнародної економіки і підприємництва ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті розглянуто трактування сутності стратегічного управління різними науковцями та запропоновано власне визначення поняття. Систематизовано принципи, особливості та чинники що впливають на систему стратегічного управління підприємства на зовнішньому ринку.

Ключові слова: стратегія, стратегічне управління, зовнішній ринок, підприємство.



Annotation. The article deals with the interpretation of the essence of strategic management of various scientists, and the proposed definition of the concept is proposed. Systematized principles, features and factors affecting the system of strategic management of the enterprise in the external market.

Keywords: strategy, strategic management, external market, enterprise.



Актуальність теми дослідження. В умовах політичної і економічної кризи, сучасних складних економічних, виробничих та управлінських процесів, підвищеної нестабільності зовнішнього середовища, зростання конкуренції і глобалізації особливого значення набуває стратегічне управління підприємством. Стратегічні помилки щодо зовнішньоекономічної діяльності підприємства можуть стати фатальними для всієї діяльності компанії та не можуть бути виправленими жодними ефективними засобами оперативного управління.

Необхідність дослідження стратегічного управління обумовлене розумінням підприємства як відкритої системи, котра активно взаємодіє із зовнішнім оточенням, отримуючи в ньому ресурси на вході та очікуваний результат діяльності на виході.

Поняттю стратегічного управління присвячено багато публікацій вітчизняних і зарубіжних авторів, таких як Л. Чорна, Ю. Макогон, В. Новицкий, І. Піддубний, О. Віханський, Р. Акофф, І. Ансофф, П. Друкер, Г. Мінцберг, М. Портер, А. Томпсон, А. Чандлер, К. Ендрюс, А. Файоль та ін.



Мета статті полягає в аналізі сутності стратегічного управління та дослідженні її принципів і особливостей на підприємстві.

Виклад основного матеріалу. Вперше термін «стратегічне управління» був введений І. Ансоффом для того, щоб відобразити відмінність між управлінням на рівні виробництва і управлінням на вищих рівнях. У своїй праці «Стратегічне управління» [1] він визначає діяльність зі стратегічного управління як таку, що пов'язана з постановкою цілей і задач організації та з підтримкою ряду взаємовідносин між організацією і середовищем, які дозволяють їй досягати своїх цілей, відповідають її внутрішнім можливостям і дозволяють сприймати вимоги зовнішнього середовища.

У своїх працях І. Ансофф розглядав технологію стратегічного управління як замкнену, неперервну процедуру прийняття й реалізації стратегічних рішень.

Проте, зважаючи на сучасний стан дослідження та широке коло наукових праць з цієї проблематики, для кращого розуміння сутності поняття розглянемо декілька трактувань стратегічного управління провідними вченими (табл. 1).

Таблиця 1

Трактування сутності поняття «стратегічне управління»

Автор	Трактування
І. Ансофф [1]	діяльність, пов'язана з постановкою цілей і задач організації та з підтримкою ряду взаємовідносин між організацією і середовищем, які дозволяють їй досягати своїх цілей, відповідають її внутрішнім можливостям і дозволяють сприймати вимоги зовнішнього середовища
А. Томпсон, А. Стрікланд [2]	процес, за допомогою якого менеджери здійснюють довгострокове керівництво організацією, визначають специфічні цілі діяльності, розробляють стратегії для досягнення цих цілей, враховуючи всі релевантні (найсуттєвіші) зовнішні та внутрішні умови, а також забезпечують виконання розроблених відповідних планів, постійно розвиваючись і змінюючись
Дж. Пірс, Р. Робінсон [3]	набір рішень і дій з формулювання й виконання стратегій, розроблених для того, щоб досягти цілі організації
О. Віханський [4]	управління організацією, що спирається на людський потенціал як основу організації, орієнтує виробничу діяльність на запити споживачів, гнучко реагує й проводить своєчасні зміни в організації, що відповідають виклику з боку оточення й дозволяють домогтися конкурентних переваг, що в сукупності дає можливість організації вижити в довготерміновій перспективі, досягаючи при цьому своїх цілей

Розглянувши декілька трактувань, вважаємо найбільш повним і детальним визначенням стратегічного управління буде таке: це вид діяльності, що пов'язаний з розробкою, корегуванням і впровадження набору стратегій, що відповідають внутрішнім можливостям на підприємстві задля забезпечення конкурентостійкості, майбутньої прибутковості та досягнення інших стратегічних цілей в умовах ринкової нестабільності та турбулентності зовнішнього середовища.

При цьому стратегічне управління будується на єдності таких принципів [5]:

- ціленаправленості – тобто стратегічне управління має бути спрямовано на досягнення стратегічних цілей;
- системності – елементи середовища і потенціалу підприємства оцінюються і управляються комплексно, у взаємозв'язку і взаємообумовленості;
- ситуативності – систематично відслідковуються зміни середовища, і проводиться адекватне коригування стратегічних планів і рішень залежно від динамічних змін ситуації;
- інтегральності – об'єднання зусиль, можливостей і сильних сторін на подолання загроз і слабкостей потенціалу та на досягнення в кінцевому підсумку стратегічних цілей;
- інноваційності – лише систематичне впровадження досягнення науково-технічного прогресу забезпечить високу конкурентостійкість підприємства й успішне досягнення ним стратегічних цілей;
- когнітивності – як передумова стратегічних змін доосмислення змін середовища, реконструкція, асоціативність.

Для підприємств, що працюють на зовнішньому ринку, важливо правильно оцінити бізнесове середовище і розробити ефективні способи вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності та підвищення міжнарод-



ної конкурентоспроможності, які відповідали б, з одного боку, конкретній ринковій ситуації і тенденціям її розвитку, а з іншого – особливостям виробництва.

Оскільки ЗЕД є комплексною сферою діяльності й характеризується широким набором форм, то управління нею вимагає системного підходу, можливого в рамках дієвої стратегії.

Стратегічне управління ЗЕД – складова частина загального управління підприємства.

Перевагами використання стратегічного управління ЗЕД для підприємства [5]:

- мінімізація ризиків негативних впливів динамічного міжнародного середовища;
- підготовка до непередбачуваних змін відповідно до умов зовнішнього оточення;
- стимулювання менеджерів до реального запровадження прийнятих управлінських рішень у довгостроковій перспективі;
- підвищення координованості дій;
- створення передумов підвищення кваліфікації керівників і спеціалістів;
- раціоналізація використання ресурсного потенціалу;
- формалізація повноважень і відповідальності працівників.

Оскільки кожне підприємство має свої характерні особливості, то і система стратегічного управління кожного буде відрізнятися.

На формування індивідуальних систем стратегічного управління впливають такі чинники: розміри підприємства; галузева належність; завдання та цілі підприємства; рівень виробничого потенціалу підприємства; рівень науково-технічного потенціалу; кваліфікація персоналу; наявність і рівень стратегічного мислення у менеджерів; конкурентні переваги; фінансові ресурси; динаміка середовища підприємства.

Розробляючи стратегію зовнішньоекономічної діяльності, необхідно брати до уваги внутрішні та зовнішні чинники, що впливають на підприємство.

Серед внутрішніх чинників можна виділити: організацію менеджменту ЗЕД підприємства; інформаційне забезпечення; планування експортного виробництва; облік і аналіз зовнішньоторговельних поставок; кадровий менеджмент.

До зовнішніх чинників формування стратегії ЗЕД можна віднести:

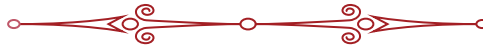
- економічні (рівень і темпи інфляції, динаміка курсу національної валюти та іноземної валюти, зростання або спад виробництва, оподаткування, умови одержання кредиту і процентна банківська ставка, рівень динаміки цін, платоспроможність контрагентів, попит покупців);
- демографічні (кількість населення, його вікова, статева, національна структура, народжуваність, смертність);
- політико-правові (сприятливість наявної законодавчої бази, її стабільність, митні тарифи, податкова система, закони та нормативні акти уряду, політична стабільність або політичні конфлікти);
- соціокультурні (відношення до суспільних інститутів, природи, основні культурні цінності);
- науково-технічні (рівень розвитку науки і техніки у країні, впровадження досягнень НТП у виробництво, доступність новітніх технологій).

Сукупність усіх зазначених чинників визначають зовнішньоекономічний потенціал підприємства, на основі якого розробляється стратегія розвитку ЗЕД.

Висновки. Таким чином, вивчення та узагальнення існуючих трактувань поняття «стратегічне управління» дали змогу усвідомити об'єктивну необхідність запровадження стратегічного менеджменту загалом та як системи управління ЗЕД зокрема, адже це сприяє систематичному збору інформації про зовнішній ринок і позиції організації на конкретному його сегменті, дозволяє підтримувати міжнародну конкурентоспроможність і розставляти пріоритети в плануванні стратегічного розвитку підприємства та його зовнішньоекономічній діяльності. Для формування та управління дієвою стратегією розвитку підприємства необхідно ретельно досліджувати вплив внутрішніх і зовнішніх чинників задля забезпечення ефективності роботи та прибутковості підприємства.



Література: 1. Ансофф, И. И. Стратегическое управление. Москва : Экономика, 1989. 519 с. 2. Томпсон А. А., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент: Концепции и ситуации для анализа. Москва : Вильямс, 2003. 924 с. 3. Pearce J. A., Robinson R. B. Strategic Management Strategy Formulation and Implementation. Homewood, Ill, Richard D. Irwin, 1985. 1041 p. 4. Виханский О. С. Стратегическое управление : учебник. Москва : Гардарики, 1999. 296 с. 5. Саенко М. Г. Стратегічне управління підприємством : конспект лекцій. Тернопіль : ТНЕУ, 2011. 130 с.



ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ: СУТНІСТЬ І ВИДИ

УДК 339.1

Данник О. С.

Студент 4 курсу
факультету міжнародних економіки та підприємництва ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті досліджено сутність та основні види зовнішньоекономічних стратегій суб'єктів господарювання. Надано узагальнену характеристику по основних класифікаційних ознаках видів стратегій підприємства. Досліджено та проаналізовано особливості проявів конкурентних стратегій підприємств, що діють на міжнародному ринку. Обґрунтовано вибір оптимальної ефективної міжнародної стратегії підприємства на основі праць вітчизняних і зарубіжних науковців.

Ключові слова: стратегія, глобалізація, міжнародний ринок, конкуренція, конкурентна перевага.



Annotation. The article examines the conception and main types of business entities' foreign economic strategies. The generalized characteristic of the basic classification signs of kinds of enterprises' strategies was given. The peculiarities of the manifestations of competitive strategies of enterprises, which are operating on the international market are studied and analyzed. The choice of the optimal effective international strategy of the enterprise on the basis of works of domestic and foreign scientists was substantiated.

Keywords: strategy, globalization, international market, competition, competitive advantage.



В умовах глобалізації світового господарства та сучасних економічних змін для суб'єктів господарювання, які ведуть активну зовнішньоекономічну діяльність, однією з найбільш гострих проблем виступає можливість виходу та займання конкурентних позицій на зовнішніх ринках. Підприємство повинно корегувати мету діяльності та завдання під зміни зовнішнього середовища, попереджати потенційний несприятливий вплив зовнішніх чинників і своєчасно вирішувати економічні проблеми.

Однією з передумов існування будь-якого підприємства в нестабільному і жорстко конкурентному середовищі є саме формування та вибір оптимальної стратегії розвитку її зовнішньоекономічної діяльності, яка на-



дасть можливість адекватно реагувати на коливання ринкової кон'юнктури і максимально ефективно використовувати наявні резерви розширення власної позиції на ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Незважаючи на достатньо велику кількість досліджень, присвячених проблемі вибору оптимальної стратегії управління, таких науковців, як: М. Портер, Ф. Котлер, І. Ансофф, Г. Джонсон, К. Склуз, Р. Робертсон, А. Бартлетт, С. Гошаль, К. Величко й ін., питання вибору конкурентної стратегії в умовах глобалізації потребує постійного оновлення, що обумовлює актуальність цієї теми.

Мета статті полягає у дослідженні теоретичних засад формування та управління стратегічним розвитком підприємств.

В умовах глобалізації вихід підприємства на міжнародний ринок стає невід'ємним компонентом розвитку як самого підприємства, так і країни в цілому. Можливість зберігання довгострокової позиції підприємства, як суб'єкта економічної діяльності, зараз неможливо уявити без наявної зовнішньоекономічної діяльності.

Активний розвиток конкурентної боротьби, мінливість міжнародного середовища обумовлюють необхідність не тільки виходу підприємства за межі внутрішнього ринку, а й формування унікального підходу до збереження й нарощення потенціалу підприємства, забезпечення довгострокових конкурентних переваг підприємства на ринку, вміння не тільки швидко реагувати і гнучко адаптуватися до змін, а й попереджати їх задалегідь.

Для того щоб успішно розширити свою споживчу базу та збільшити прибутковість за рахунок інтернаціоналізації, компаніям потрібно витратити необхідний час і ресурси, щоб зрозуміти можливості світового ринку та вибрати пріоритетні напрямки бізнес-стратегії і зовнішньоекономічної діяльності розвитку підприємства.

Розроблення стратегії як елемента управління підприємства – це динамічний процес, що базується на побудові довгострокових конкурентних переваг підприємства, визначенні та коригуванні місії та мети підприємства залежно від вимог ринку, в якому це підприємство функціонує, модернізації господарської та організаційно-економічної структури підприємства та розробки унікальної концепції введення бізнесу в умовах активних глобалізаційних процесів [1].

Для розвитку зовнішньоекономічної діяльності та успішного введення міжнародного бізнесу підприємства розробляють власні міжнародні бізнес-стратегії, користуючись вже наявним теоретичним базисом конкурентних стратегій, які вже існують в міжнародній практиці. При цьому кожен вид стратегії має певні загальні подібності, які формують основну мету використання цього інструменту суб'єктами господарювання, а саме: поєднання цілей, політики й оптимізації бізнес-планів підприємства для розвитку міжнародного бізнесу.

Основними завданнями складання кожної стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства є: формування певного напрямку діяльності організації; визначення ролі кожного підрозділу організації під час реалізації цієї стратегії; визначення розмірів, а також розподіл ресурсів між підрозділами, вибір напрямку розвитку підприємства на міжнародному ринку.

На міжнародному ринку виділяють чотири різновиди стратегії:

- міжнародна – перенесення на закордонні ринки ключових компетенцій;
- мультиринкова – максимальна адаптація до потреб місцевого національного ринку;
- глобальна – здійснення ефективної діяльності та збільшення прибутковості через зменшення витрат;
- транснаціональна – спрямована на досягнення двох ключових цілей – одночасного скорочення витрат та оперативного реагування на особливості місцевого попиту [2].

Затвердження стійкої позиції компанії, здобування стандартизації продукту на зовнішньому ринку, послідовне використання міжнародного поділу праці, масштабування виробництва є головною метою глобальної стратегії міжнародного бізнесу.

Прикладами дотримання глобальної стратегії є діяльність компаній Coca-Cola, Sony Pepsi Co, Pfizer, McDonalds, Sony та інших транснаціональних корпорацій. Світові компанії намагаються гомогенізувати свої товари та послуги з метою мінімізації витрат та охоплення якомога ширшої міжнародної аудиторії.

Окрім можливості ведення конкурентної боротьби з компаніями, які уже застосовують глобальну стратегію, та подолання торгових бар'єрів, завдяки застосуванню глобальної стратегії управління міжнародного бізнесу, компанія зможе значно зекономити на масштабі виробництва за рахунок «ефекту масштабу» та стандартизації товарів, отримати доступ до відносно дешевих ресурсів для розміщення виробництва в іно-



земних країнах і забезпечити перспективу на можливість позиціонування компанії на стратегічно важливих ринках.

Використовуючи міжнародну стратегію, компанія дотримується принципу тиражування однієї і тієї ж продукції в різних країнах і концентрації свого виробництва в країні походження. Таким чином, підприємство виробляє продукцію на національному ринку та надсилається споживачам по всьому світу. Дочірні компанії, якщо такі є, функціонують у цьому випадку більше як місцеві канали, через які продукція продається кінцевому споживачеві. Так стратегію також називають стратегією експорту [3].

Прикладами транснаціональних компаній, які використовують цю стратегію, є «Майкрософт», «Ай-Бі-Ем», «Проктер енд Гембл». Однак серед підприємств, які дотримуються цієї стратегії, часто є також і невеликі місцеві виробники (як приклад – виробники вина Франції та Італії), які експортують ключові ресурси у великі компанії сусідніх країн.

Компанії, що мають мультиринкову стратегію, мають на меті задовольнити потреби та вимоги іноземних ринків у всьому світі шляхом широкого замовлення та адаптації своєї продукції та послуг до місцевої клієнтської бази. Застосовуючи маркетингову стратегію взаємодії з іноземними звичаями, культурними рисами та традиціями, підприємствам вдається зайняти велику частку споживчих ринків країн, в які екпортується їхня продукція [3].

Чудовим прикладом мультиринкової стратегії є компанія Nestlé, яка використовує унікальний підхід до маркетингу та продажів для кожного з ринків, на яких працює. Крім того, ця компанія пристосовує свою продукцію до місцевих смаків, пропонуючи різні продукти на різних ринках [8].

Для вибору найоптимальнішої стратегії підприємства, яка слугуватиме початком унікального удосконалення поведінки компанії, на ринку використовують найчастіше характеристику, складену науковцями К. Бартлетт та С. Гошалем (табл. 1) [4].

Аналізуючи характеристику міжнародних стратегій, запропоновану Бартлеттом і Гошалем, можна стверджувати, що найоптимальнішою стратегією для ефективного ведення успішного бізнесу є транснаціональна стратегія управління підприємством.

Таблиця 1

Характеристика міжнародних стратегій за Бартлеттом і Гошалем

Характеристика	Мультиринкова	Глобальна	Транснаціональна
Рівень децентралізації	Високий	Середній	Низький
Рівень розвитку структури мережі	Низький	Низький	Високий
Кооперація з дочірніми підприємствами	Низький	Низький	Високий
Відповідність попиту місцевому споживчому ринку	Високий	Низький	Середній
Модифікація товару	Високий	Низький	Високий
Загальний рівень незалежності виробництва	Низький	Високий	Високий

Саме транснаціональна бізнес-стратегія, яку можна розглядати як поєднання глобальної та мультиринкової стратегій, є однією з найскладніших і найефективніших методик, якими можуть скористатися підприємства при міжнародному розширенні. Застосовуючи цю стратегію, компанія має визначити найкращі тактики управління для досягнення позитивної економії на масштабі та підвищення ефективності. Наявність багатьох міжорганізаційних структур, які співпрацюють на десятках закордонних ринків, вимагає значних стартових інвестицій. При цьому відповідні витрати обумовлені закордонними юридичними та нормативними проблемами, наймом нових працівників і придбанням або орендою офісів і виробничих приміщень.

Для отримання максимальних переваг від глобальної інтеграції та адаптації до зовнішнього ринку фірмі слід дотримуватися балансу між прагненням до ефективності та необхідністю пристосовування до місцевих уподобань у різних країнах.

Транснаціональні компанії часто намагаються створити економію від масштабу, яка є більш вищою за ланцюжком створення вартості, а також більш гнучкою та адаптивною до місцевої діяльності в таких подальших видах діяльності, як маркетинг і продаж.



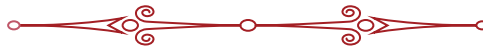
Чудовим прикладом застосування транснаціональної стратегії є діяльність таких корпорацій, як Unilever, General Electric та Toyota [5].

Таким чином, існує значна кількість стратегій міжнародного бізнесу, які класифікуються за різними ознаками та впроваджуються підприємствами залежно від ступеня стандартизації бізнесу, ринкової частки, наявності ключових компетенцій та конкурентних переваг тощо.

Однак головною метою обраної стратегії управління є адаптивність підприємства до змін зовнішнього середовища та можливість ефективного використання наявних компетенцій. За допомогою аналізу наявних міжнародних стратегій було виявлено, що найоптимальнішою стратегією для підприємства, яке має на меті зайняти більшу частку іноземного ринку, підвищити ефективність свого функціонування, уникаючи значних витрат, є транснаціональна стратегія міжнародного бізнесу.

Науковий керівник – канд. екон. наук, професор Піддубний І. О.

Література: 1. Завідна Л. Д., Бойко В. О., Колеснікова К. С. Сучасна парадигма управління стратегічним розвитком підприємства. URL: <http://dspace.ksau.kherson.ua/handle/123456789/3388>. 2. Величко К. Ю., Шкурятенко В. В. Підходи до класифікації стратегій міжнародної конкурентоспроможності підприємства // Фінансові механізми сталого розвитку України : II міжнар. наук.-практ. конф., 18 жовт. 2019 р. Харків : ХДУХТ, 2019. С. 205–208. 3. Міжнародні бізнес-стратегії у світі, що глобалізується. URL: <https://online.norwich.edu/academic-programs/resources/international-business-strategies-globalizing-world>. 4. Міжнародна бізнес стратегія. URL: <https://www.business-to-you.com/international-business-strategy/>. 5. Шевченко Ю. І. Маркетингова стратегія ТНК – баланс глобального та локального. *Бізнес Інформ*. 2020. № 10. С. 434–442.



МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНЮВАННЯ ТА АНАЛІЗУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 657:3.658

Деренська Ю. О.

Студент 4 курсу
факультету фінансів і обліку ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті досліджено методичний підхід до оцінювання та аналізу фінансових результатів промислового підприємства засобами горизонтального та коефіцієнтного аналізу, здійснено їх інтегральне оцінювання з використанням методу таксономії.

Ключові слова: фінансові результати, інтегральний аналіз, показник таксономії, коефіцієнтний аналіз, горизонтальний аналіз.



Annotation. The methodical approach to estimation and analysis of financial results of the industrial enterprise by means of the horizontal and coefficient analysis is investigated in the article, their integral estimation with use of a method of a taxonomy is carried out.



Keywords: financial results, integrated analysis, taxonomy index, coefficient analysis, horizontal analysis.



Фінансові результати є одними із визначальних чинників розвитку підприємств, характеризують його потенціал і конкурентоздатність. Оцінювання динаміки фінансових результатів підприємств у ринкових умовах господарювання, набуває важливого значення, оскільки дає змогу встановити, наскільки суб'єкт господарювання забезпечений ресурсами, та ефективність їх використання [1].

Проте подальшого розвитку потребують питання оцінювання фінансових результатів вітчизняних підприємств галузі промисловості, в якій за період січень – вересень 2020 року спостерігалися збитки у розмірі 54865,5 млн грн проти 129494,0 млн грн прибутків за аналогічний період 2019 року [2]. Проблема оцінювання та аналізу фінансових результатів була і залишається актуальною, оскільки дозволяє виявити резерви підвищення рентабельності діяльності підприємства, а також виявити негативні тенденції його розвитку.

В економічній літературі дослідженню методів оцінки фінансових результатів приділялось багато уваги зарубіжними та вітчизняними вченими, зокрема: Е. Альтманом, М. Бакановим, У. Бівером, А. Гропелі, В. Ковальовим, І. Лукасевич, Е. Нікбахтом, Р. Сайфуліним, Г. Савицькою, А. Шереметом та ін.

Метою цієї статті є реалізація методичного інструментарію для аналізу та оцінювання фінансових показників, що відображають результати діяльності промислового підприємства.

Аналіз та оцінювання фінансових результатів суб'єктів господарювання проводиться із використанням методів коефіцієнтного, таксономічного, горизонтального та вертикального аналізу. Аналіз звіту про фінансові результати дає можливість виявити ключові показники, за якими можна судити про життєздатність підприємства, результативності його функціонування.

Сутність горизонтального аналізу полягає у порівнянні даних за декілька років, визначаючи їх відносну і абсолютну зміну. Абсолютне відхилення розраховується як різниця між відомостями за поточний рік і попередній період. Відносне відхилення – це відношення абсолютного зміни до даних базисного року, помножена на 100 %. Такий спосіб аналізу вважається досить простим. Він дозволяє встановити, за рахунок чого відбулося збільшення активів і зобов'язань підприємства (наприклад, за рахунок нерозподіленого прибутку), зменшився або збільшився грошовий потік. Кожен з показників сигналізує про те, яких у подальшому слід вжити заходів менеджменту підприємства для поліпшення ситуації або її підтримки [3].

У табл. 1 подано результати горизонтального аналізу фінансових результатів промислового підприємства на прикладі ДНВП «Об'єднання Комунар». Горизонтальний (часовий) аналіз передбачає зіставлення значень однакових показників протягом певного часового періоду.

Таблиця 1

Горизонтальний аналіз фінансових результатів ДНВП «Об'єднання Комунар»

№ з/п	Найменування статті	2018 рік	2019 рік	Абсолютне відхилення	Відносне відхилення, %	2020 рік	Абсолютне відхилення	Відносне відхилення, %
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Чистий дохід від реалізації продукції	181390	236768	55378	30,5	122535	-114233	-48,2
2	Собівартість реалізованої продукції	129745	174741	44996	34,6	86455	-88286	-50,5
3	Валовий прибуток	51645	62027	10382	20,1	36080	-25947	-41,8
4	Адміністративні витрати	41508	45369	3861	9,3	30756	-14613	-32,2
5	Витрати на збут	4851	5409	558	11,5%	3508	-1901	-35,1
6	Фінансовий результат від операційної діяльності прибуток	4468	3285	-1183	-26,4	-2211	-5496	-167,3
7	Дохід від участі в капіталі	0	0	0	0	0	0	0
8	Інші фінансові доходи	0	0	0	0	0	0	0
9	Фінансові витрати	4003	2681	-1322	-33,0	2969	288	10,7
10	Втрати від участі в капіталі	0	0	0	0	0	0	0
11	Інші витрати	5561	55	-5506	-99,0	98	43	78,1



Закінчення табл. 1

1	2	3	4	5	6	7	8	9
12	Фінансовий результат до оподаткування	-10040	555	10595	105,5	-5249	-15844	-2854,7
13	Витрати з податку на прибуток	500	71	-429	-85,8	0	-71	-100
14	Чистий фінансовий результат прибуток	-10540	484	11024	101,5	5249	4765	984,1

Чистий дохід від реалізації продукції (товарів робіт, послуг) підприємства у 2019 році порівняно з 2018 роком збільшився на 30,5 % (55378 грн), а у 2020 році цей показник знизився на 48,2 %, що в абсолютному вимірі становить 114 223 грн.

Водночас валовий прибуток у 2019 році порівняно з 2018 роком зріс на 20,1 % (в абсолютному вимірі – 10382 грн), а у 2020 році знизився на 41,8 % (в абсолютному вимірі – 25947 грн) відносно 2019 р. Така тенденція є наслідком того, що у 2020 році більш високими темпами знижувалась собівартість реалізованої продукції (робіт, товарів, послуг), а саме на 50,5 %, що в абсолютному вимірі дорівнювало 88286 грн.

Фінансовий результат від операційної діяльності ДНВП «Об'єднання Комунар» поменшав на 26,45 % у 2019 році, а у 2020 році – на 167,3 %. Зниження прибутку в останньому періоді було результатом значного збільшення такого показника, як «Інші витрати», на 78,1 % та показника «Фінансові витрати» (на 10,7 %). У 2019 році інші витрати та фінансові витрати знизилися порівняно з 2018 роком на 99 % та 33 % відповідно, тому і фінансовий результат від операційної діяльності мав вищий рівень. Незначне скорочення витрат на збут не змогло збалансувати інтенсивне зростання фінансових витрат та інших витрат.

Незважаючи на зазначені темпи зростання витрат, чистий прибуток підприємства стрімко збільшився на 101,5 % у 2019 році та на 984,1 % – у 2020 році. Це стало можливим за рахунок зниження собівартості, зниження адміністративних витрат і витрат на збут. У цілому динаміка доходів ДНВП «Об'єднання Комунар» на кінець досліджуваного періоду є позитивною, але особливої уваги потребує політика управління витратами, а особливо – стаття «Інші витрати».

Коефіцієнтний аналіз виконується надсистемою фінансових показників – сукупність відносних індикаторів, які розраховані за даними фінансової звітності підприємства і характеризують його фінансовий стан з різних сторін відповідно до інтересів суб'єктів фінансового аналізу.

Основні особливості аналізу коефіцієнтів: більшість фінансових показників носить характер відносних величин, що дозволяє порівнювати підприємства різних масштабів діяльності; при проведенні аналізу коефіцієнтів використовується прийом порівняння (з показниками інших підприємств, з нормативними значеннями). Коефіцієнтний аналіз фінансових результатів підприємства реалізується у розрізі індикаторів рентабельності. Коефіцієнти рентабельності – система показників, які характеризують спроможність підприємства акумулювати необхідний прибуток у процесі своєї господарської діяльності та визначають загальну ефективність використання активів і вкладень капіталу [4].

Результати коефіцієнтного аналізу ефективності діяльності ДНВП «Об'єднання Комунар» наведено в табл. 2.

Таблиця 2

Коефіцієнтний аналіз результатів діяльності ДНВП «Об'єднання Комунар»

Показник	Період		
	2018 р.	2019 р.	2020 р.
Коефіцієнт рентабельності активів	0,01	- 0,03	0,01
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	- 0,02	- 0,04	0,01
Коефіцієнт рентабельності діяльності	0,28	0,28	0,26
Коефіцієнт рентабельності реалізованої продукції	- 0,03	- 0,02	0,02

Рентабельність показує, наскільки прибуткова діяльність підприємства. Відповідно, чим вищі коефіцієнти рентабельності – тим більш ефективно функціонує підприємство. Розрахунок показника рентабельності акти-



вів показав, що на кінець досліджуваного періоду підприємство отримує 0,01 грн чистого прибутку або 0,26 грн прибутку до оподаткування на одну грошову одиницю коштів, які вкладено в активи підприємства. Обидва показники зросли порівняно з минулим періодом, незважаючи на збільшення активів підприємства. Щодо рентабельності власного капіталу, то за 2018 та 2019 рр. спостерігається від'ємне значення, це пов'язано із величинами фінансового результату від звичайної діяльності до оподаткування та з чистим прибутком (збитком) підприємства.

Слід зазначити, що у 2018 році одна гривня реалізованої підприємством продукції приносила 1 копійку прибутку, у 2019 році – 3 копійки збитку. Проте у 2020 році за цим показником отримано 2 копійки прибутку, тобто відбулося незначне покращення рентабельності продукції.

Тенденція стабільного зростання коефіцієнта рентабельності власного капіталу означає підвищення здатності підприємства генерувати прибуток. Проте зменшення обсягів власного капіталу призводить до збільшення коефіцієнта рентабельності власного капіталу. Високий рівень боргу також викликає збільшення показника, адже це означає, що підприємство використовує кредитний капітал замість власного як джерело фінансування.

Рентабельність реалізованої продукції – показник прибутковості, який вказує на обсяг чистого прибутку (виручки суб'єкта господарювання, за вирахуванням операційних витрат, відсотків, податків і іншого), який генерує кожна гривня продажів. Значення коефіцієнта вказує на частку виручки підприємства, яка залишається після вирахування всіх витрат за поточний період.

Також індикатор дозволяє приблизно спрогнозувати, на скільки зросте чистий прибуток підприємства при підвищенні рівня збуту на гривню. З огляду на те, що чистий прибуток утворюється під впливом усіх факторів, які формують доходи і витрати, пошук можливостей підвищення рентабельності можливий і в операційній, і у фінансовій, і в інвестиційній сферах. Оптимізація структури фінансових ресурсів і зниження вартості їх залучення, використання податкових пільг, зниження витрат на виробництво товарів і послуг дозволить підвищити рентабельність продажів [5].

Проводячи оцінку фінансових результатів підприємства варто розглядати не окремо взяті показники, а комплекс показників, які відображають різні аспекти діяльності підприємства. Саме інтегральний показник фінансових результатів є узагальнюючим показником, що характеризує діяльність підприємства. В основі інтегральної оцінки лежить формування системи індикаторів, що характеризують досліджуваний показник та є ефективним механізмом аналізу будь-якої діяльності [6]. Інтегральний показник рівня фінансових результатів промислового підприємства відображає поточний стан і розвиток його діяльності на основі системи часткових індикаторів – коефіцієнтів рентабельності.

Інтегральне оцінювання рівня фінансових результатів підприємства можна проводити методом таксономічного аналізу у декілька етапів [7], головною метою якого є побудова узагальнюючої оцінки складного об'єкта або процесу [8]. Значення показників рентабельності ДНВП «Об'єднання Комунар» є вихідною матрицею для проведення таксономічного аналізу (табл. 2). На рис. 1 наведено результати розрахунку інтегрального показника рівня фінансових результатів підприємства за 2018–2020 рр.

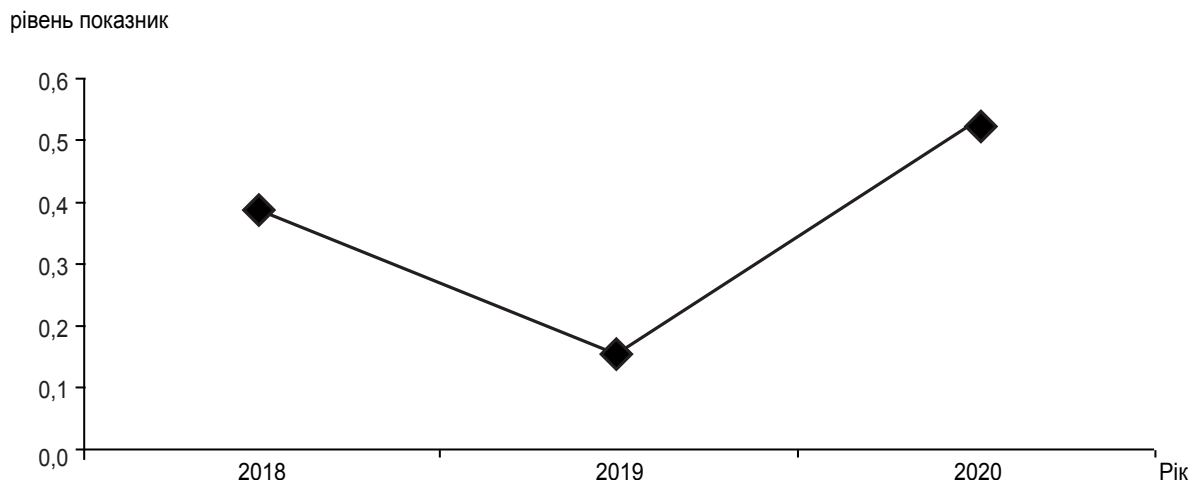


Рис. 1. Динаміка інтегрального показника рівня фінансових результатів ДНВП «Об'єднання Комунар»



Мінімальне значення інтегрального показника рівня фінансових результатів спостерігається в 2019 році на рівні 0,2. Це відбулося за рахунок зменшення коефіцієнта рентабельності активів, власного капіталу та реалізованої продукції у цьому періоді. У 2020 році спостерігається підвищення інтегрального показника рівня фінансових результатів на 0,4 одиниці порівняно з 2019 роком.

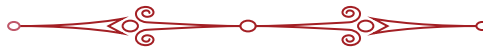
Це зумовлено зростанням коефіцієнта рентабельності активів, власного капіталу, операційної рентабельності реалізованої продукції, рентабельності операційної діяльності, чистої рентабельності реалізованої продукції.

Таким чином, для оцінювання фінансових результатів підприємства доцільним є використання методичного підходу, який передбачає горизонтальний, коефіцієнтний та інтегральний аналіз, що забезпечить ретельне та комплексне вивчення ефективності діяльності суб'єкта господарювання з урахуванням всіх аспектів.

Результати застосування розглянутого методичного підходу створюють передумови для подальших досліджень факторів, що впливають на фінансові результати підприємства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Лелюк С. В.

Literature: 1. Ларікова Т. В. Особливості розрахунку інтегральної оцінки фінансового стану суб'єктів господарювання. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2014. № 1. С. 228–233. 2. Саблина Н. В., Теличко В. А. Использование метода таксономии для анализа внутренних ресурсов предприятия. *Бизнес Информ*. 2009. № 3. С. 78–82. 3. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. 4. Купалова Г. І. Теорія економічного аналізу : навч. посіб. Київ : Знання, 2008. 639 с. 5. Сокольська Р. Б. Фінансовий аналіз : навч. посіб. Ч. I Аналіз фінансової звітності. Дніпропетровськ : НМетАУ, 2015 92 с. 6. Орехова К. В., Ткаченко О. С. Методика інтегральної оцінки фінансового стану підприємства. *Економічний вісник НГУ*. 2004. № 1. С. 63–75. 7. Фещенко О. П. Розрахунок показників фінансового стану господарських товариств з урахуванням нових форм звітності. *Бізнес Информ*. 2015. № 2. С. 229–236. 8. Москаленко В. П., Пластун О. Л. Комплексна оцінка фінансового стану підприємства як основа для діагностики його банкрутства. *Актуальні проблеми економіки*. 2006. № 6. С. 180–192.



МЕТОДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

УДК 658:339.137.2

Доронькіна Д. І.

Студент 4 курсу
міжнародної економіки і підприємництва ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті викладено основні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства і його продукції на міжнародному ринку в сучасних умовах господарсько-виробничих відносин. Основними критеріями оцінювання були простота, чіткість, об'єктивність, універсальність використання, облік конкурентоспроможності продукту, облік аспектів діяльності підприємства, сприяння в розробці управлінських рішень.



Ключові слова: конкурентоспроможність, міжнародний ринок, аналіз, оцінка, метод, показники, конкурентні переваги, розвиток.



Annotation. The article describes the main methods for assessing the competitiveness of an enterprise and its products on the international market in modern conditions of economic and industrial relations. The main evaluation criteria were simplicity, clarity, objectivity, versatility of use, taking into account the competitiveness of the product, taking into account the aspects of the enterprise's activities, assisting in the development of management decisions.

Keywords: competitiveness, international market, analysis, assessment, method, indicators, competitive advantages, development.



Постановка проблеми. Поширення світових каналів комунікації, зростання кількості засобів масової інформації, розвиток логістичних технологій і можливостей купити потрібні товари та послуги не тільки наживу, а ще через Інтернет виступають передумовами до формування нових поведінкових моделей серед споживачів. Саме тому актуальною проблемою сучасних підприємств є управління їх конкурентоспроможністю підприємства на світовому ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Внесок у вирішення проблеми оцінки конкурентоспроможності підприємства та методи її підвищення зробили такі зарубіжні та вітчизняні вчені, як Портер М., Барабась Д., Грязнова А., Юданов А., Сафронська І., Ярмак М. та інші, які сформуваали теоретичні та методичні аспекти оцінки конкурентоспроможності підприємства.

Метою статті є визначення та порівняння методів визначення конкурентоспроможності підприємства, що працюють на міжнародному ринку.

Виклад основного матеріалу. Конкурентоспроможність підприємства розуміється як його здатність бути затребуваним і успішним на ринку, змагатися з конкуруючими компаніями й отримувати більше економічних вигод порівняно з фірмами-опонентами [1].

З економічної точки зору поняття «конкурентоспроможність» позначає можливість боротися з підприємствами-аналогами за споживачів та фінансову вигоду [2]. Зазвичай метою здійснення оцінки конкурентоспроможності підприємства є [3, с. 239]:

- розробка шляхів і заходів задля підвищення конкурентоспроможності;
- здійснення інвестиційної діяльності;
- здійснення державного регулювання економіки;
- пошук контрагентів для спільної діяльності;
- складання програми виходу підприємства на нові ринки збуту.

Існує велика кількість методів для оцінки конкурентоспроможності підприємства, саме тому не можна об'єктивно визначити найбільш прийнятний. Залежно від специфіки діяльності, очікуваних результатів та інших критеріїв компанія підбирає собі методику визначення.

У табл. 1 наведені наявні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства можна поділити на декілька типів відносно їх сутності й основних переваг.

Таблиця 1

Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства

Назва	Сутність	Переваги
1	2	3
Профіль вимог	Шкала експертних оцінок визначає найсильнішого конкурента, який надалі використовується як критерій для зіставлення профілів	Наочність
SWOT-аналіз	Метод дає можливість виявити сильні та слабкі сторони внутрішнього середовища підприємства, потенційні загрози зовнішнього середовища, та як результат, – можна сформуваати шляхи розвитку підприємства за цих умов	Багатогранність
Матричний метод	Основою методики є аналіз конкурентоспроможності з урахуванням життєвого циклу продукції	Точність



Закінчення табл. 1

1	2	3
Метод експертних оцінок	Основою методики є процес збору суджень експертів із подальшою обробкою отриманих відповідей та формуванням результатів	Швидкість
Профіль полярностей	Критерієм відбору є зіставлені параметри відставання або випередження від найближчих конкурентів	Простий метод, що дозволяє визначити найближчих конкурентів
Побудова «багатокутника конкурентоспроможності»	Чинниками оцінювання є: концепція товару або послуги; якість, що виражається відповідно до продукту більш високого рівня; ціна товару з можливою націнкою; післяпродажне обслуговування і підготовка	Інформативність
Оцінка на основі теорії ефективності конкуренції	Критерієм аналізу виступає концентрація капіталу. Оцінка при використанні функціонального підходу здійснюється з урахуванням співвідношення ціни, витрат і норми прибутку	Дає змогу визначити фінансові результати діяльності підприємства
Оцінка на базі якості продукції/сервісу	Критерієм виступає якість продукції або сервісу	Можливість обліку споживчих переваг

Джерело: систематизовано автором на основі [2–7]

Дослідження наукових праць і розробок у сфері оцінювання конкурентоспроможності підприємств показали, що на практиці найбільш часто застосовуються матричні методи аналізу, бо вони досить прості, але дають наочний результат.

Матричні методи оцінки конкурентоспроможності ґрунтуються на побудові єдиної матриці на базі розгляду процесів конкуренції в динаміці, визначення місця досліджуваної компанії і вибору маркетингової стратегії. Основою методики є аналіз конкурентоспроможності, що враховує життєвий цикл продукції підприємства. Підприємства, які займають значну частку на швидко зростаючому ринку, вважаються найбільш конкурентоспроможними.

Прикладом одного із найбільших методів визначення конкурентоспроможності організації є матриця Бостонської консалтингової групи (Boston Consulting Group, далі – БКГ) «частка ринку – темпи зростання продажів» [4]. Елементами матриці є крива досвіду, а також життєвий цикл товару, а продукція компанії диференціюється з точки зору відносної частки ринку і темпів зростання відповідних ринків.

Таким чином, всі товари (послуги), що продаються підприємством на ринку, діляться на чотири типи: Зірки, Дійні корови, Важкі діти та Собаки.

Перевагами цього методу є те, що він відносно легкий у реалізації, слугує помічником у питанні «куди направити стратегічне інвестування», а також є відправною точкою для подальшого аналізу. Проте ця матриця БКГ зазнала серйозної критики за надмірне спрощення та відсутність відчутної користі.

До недоліків методу можна віднести такі фактори:

- важко чітко визначити частку ринку;
- оцінюються тільки два фактори, тоді як інші, не менш важливі, не беруться до розгляду;
- неможливість описати всі ситуації в рамках чотирьох досліджуваних груп;
- не працює при аналізі галузей з низьким рівнем конкуренції;
- майже не враховуються динаміка показників, тренди;
- матриця БКГ дозволяє розробити стратегічні рішення, але нічого не говорить про тактичні аспекти в реалізації цих стратегій.

Подальший розвиток матричних методів і теорії конкуренції в рамках стратегічного планування призвів до появи операційних методів оцінки конкурентоспроможності промислового підприємства, заснованих на ефективності організації діяльності кожного підрозділу і служби компанії. Ця група методів також відома під назвою «функціональний підхід вивчення конкурентоспроможності виходячи з теорії ефективної конкуренції».

Відповідно до цієї теорії найбільш конкурентоспроможними є ті підприємства, де найкращим чином організована робота всіх підрозділів і служб. На ефективність діяльності кожної зі служб впливає безліч факторів – ресурсів фірми. Оцінка ефективності роботи кожного з підрозділів передбачає оцінку ефективності використання ним цих ресурсів.



Операційний підхід полягає у зіставленні економічних показників діяльності досліджуваної компанії з ідентичними показниками конкурентів, після чого знаходиться середньозважене значення таких показників:

$$K = \sum a_i \cdot \frac{l_a}{l_e}, \quad (1)$$

де K – конкурентоспроможність досліджуваної компанії;

l_a – значення i -го показника досліджуваної компанії;

l_e – еталонне значення i -го показника;

a_i – коефіцієнт вагомості операції (визначається експертним шляхом).

Оцінка виконання операцій здійснюється за допомогою показників, кількість яких варіюється і може досягати декількох десятків (від рентабельності та ліквідності до плинності кадрів, ступеня задоволеності контрагентів і здатності підприємства адаптуватися до нововведень).

Найбільш популярна класифікація показників, розроблена компанією «Dun & Bradstreet»:

- показники, що відображають ефективність виробничо-збутової діяльності підприємства: відношення чистого прибутку до чистої вартості матеріальних активів, відношення чистого прибутку до чистого оборотного капіталу;

- показники, що характеризують стан виробництва і в основному інтенсивність використання основного і оборотного капіталу: відношення чистих продажів до чистого оборотного капіталу, відношення чистих продажів до вартості матеріально-виробничих запасів, ставлення основного капіталу до вартості матеріальних активів, відношення матеріально-виробничих запасів до чистого оборотного капіталу;

- показники, пов'язані з фінансовою діяльністю: відношення оборотного капіталу до поточного боргу, періоди оплати поточних рахунків, відношення поточного боргу до вартості матеріально-виробничих запасів, ставлення довгострокових зобов'язань до чистого оборотного капіталу [5].

За відсутності можливості підрахунку тих чи інших показників застосовуються експертні методи, які володіють суб'єктивністю і умовністю.

У рамках теорії ефективності конкуренції також виділяють структурний підхід. Структурний підхід оцінює становище компанії на ринку, орієнтуючись на ринкову конкуренцію, можливість закріплення на цьому ринку, оцінюючи вплив зовнішніх факторів на конкурентоспроможність. Спрощене уявлення про місце фірми на ринку можна отримати, визначивши частку обсягу реалізованої фірмою продукції в обсязі продукції, реалізованої всіма підприємствами галузі в регіоні [2]. Однак на промисловому ринку вкрай важко зібрати об'єктивну кількісну інформацію про конкурентів внаслідок закритості інформації.

Методи оцінки конкурентоспроможності, засновані на теорії ефективної конкуренції, охоплюють результати діяльності компанії з різних сторін – виробничої, збутової, господарської. Недоліком цієї групи методів є окремий розгляд показників функціонування компанії, найчастіше таких показників вкрай багато і деякі можуть дублювати один одного. Цей аспект ускладнює проведення аналізу ситуації: відсутній розгляд конкурентоспроможності товару компанії, співвідношення якості і ціни.

Комплексний (комбінований) підхід є інтеграцією величин поточної конкурентоспроможності промислової компанії і його конкурентного потенціалу. Оцінка конкурентоспроможності підприємства в рамках цих методів ведеться на підставі виділення не тільки поточної, а й потенційної конкурентоспроможності підприємства. Комплексний підхід описується в роботах Д. Мухіної, І. Максимової, І. Чепурного й інших авторів.

Реальна і потенційна конкурентоспроможність залежно від методу можуть варіюватися. Так, у ряді випадків реальна конкурентоспроможність визначається на підставі оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства, потенційна – по аналогії з методами, заснованими на теорії ефективної конкуренції.

Визначення показників для оцінки в рамках цього методу здійснюється експертним шляхом на підставі різних оціночних таблиць і матриць.

Серед переваг підходу можна виділити те, що він водночас враховує досягнутий рівень конкурентоспроможності підприємства, а також його можливу динаміку в майбутньому.

Водночас комплексний підхід повторює недоліки, що присутні раніше розглянутим методам. До того ж цей підхід відрізняється суб'єктивністю в процесі перекладу одиничних показників конкурентоспроможності у відносні величини [2].



У сучасних умовах особливого значення набувають підходи, що забезпечують об'єктивне визначення вартості бізнесу в цілому. У зв'язку з цим представляється доцільним розглянути підхід щодо оцінки конкурентоспроможності, заснований на визначенні вартості бізнесу. Це обумовлено тим, що в центрі уваги комерційних організацій стоїть питання максимізації вартості бізнесу, зростання добробуту власників (акціонерів) [9].

Вартість бізнесу слугує інтегральним індикатором розвитку компанії, об'єднуючи в себе всі ключові показники зовнішнього і внутрішнього оточення компанії на ринку. Відповідно, зіставлення динаміки вартості різних господарюючих суб'єктів дозволяє зіставити результати і перспективи діяльності різних підприємств, а отже, оцінити і їх конкурентоспроможність.

Цей підхід вважають досить точним і достовірним у питанні оцінки конкурентоспроможності компанії. Однак він також має низку недоліків. Оцінка проводиться незалежними експертами, і, як правило, ця процедура вкрай коштовна, або потрібно, щоб цінні папери аналізованого підприємства були в обігу на фондовому ринку. Тому через ряд перелічених вище факторів цей підхід має обмежене застосування.

Результати дослідження методів оцінки конкурентоспроможності підприємства можна навести в табл. 2.

Таблиця 2

Аналіз методів оцінки конкурентоспроможності підприємства

Назва методу	Критерії оцінки						
	Простота	Точність	Об'єктивність	Універсальність використання	Враховує конкурентоспроможність продукції	Враховує всі аспекти діяльності підприємства	Сприяє розробці управлінських рішень
Матричні методи	+	+/-	+/-	+/-	+	+/-	+/-
Методи, засновані на теорії ефектвної конкуренції	-	+	+	+/-	-	+	+/-
Комплексні методи	+/-	+/-	+/-	+/-	+/-	+/-	+/-
Метод оцінки вартості бізнесу	+/-	+	+/-	-	-	+/-	+/-

Проведений аналіз свідчить, що залежно від умов визначення конкурентоспроможності підприємств на міжнародному ринку краще використовувати окремо взятий із приведених методів.

Під час вибору методики не варто орієнтуватися виключно на її переваги, адже недоліки можуть зіграти вирішальну роль у побудові найбільш орієнтованої на досягнення мети стратегії підприємства і не виявити ряд чинників, які змогли б привести до її реалізації. Деякі методи є занадто складними і трудомісткими для їхнього використання на практиці, інші оцінюють тільки одну групу чинників, і на основі отриманих даних робиться висновок про рівень конкурентоспроможності всього підприємства.

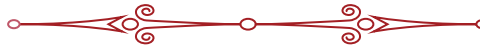
Висновок. Використання тільки одного методу не дає повного уявлення про рівень конкурентоспроможності підприємства. Таким чином, під час його визначення треба користуватися кількома методиками, що може бути витратним за часом, фінансовим аспектом і людськими зусиллями. Таким чином, є необхідність у створенні нової методики оцінки конкурентоспроможності підприємства, яка буде враховувати сучасні умови розвитку економіки.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Нікітіна А. В.

Література: 1. Грязнова А. Г., Юданов А. Ю. Микроэкономика. Практический подход. Москва : КноРус, 2011. 657 с. 2. Барабась Д. О. Конкурентний потенціал і конкурентоспроможність підприємства: суть, співвідношення та етапи оцінювання // Маркетинг: теорія і практика : матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф. (25–26 трав. 2006 р.). Київ : КНЕУ, 2006. 48 с. 3. Гросул В. А. Конкурентоспроможність торговельного підприємства: сутність та критерії оцінки. Вісник ЖДУ. 2010. № 3. С. 239–241. 4. Иванов Ю. Б., Орлов П. А., Иванова О. Ю. Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток : монографія. Харків : ВД «ІНЖЕК», 2008. 352 с. 5. Павлова В. А. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка та стратегія забезпечення : монографія. Дніпропетровськ : ДУЕП,



2006. 276 с. **6.** Романчик Т. В. Оцінка конкурентоспроможності продукції промислових підприємств з урахуванням фактору часу. *Регіональний збірник наукових праць з економіки «ПРОМЕТЕЙ»*. 2011. № 2 (35). С. 175–179. **7.** Сафронська І. М., Ярмак М. Р. Оцінювання конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства із використанням збалансованої системи показників. *The scientific method*. 2017. № 5 (5). Vol. 1. С. 77–84. **8.** Белостокова, В. Ю. Анализ методов оценки конкурентоспособности компании на промышленном рынке. *Управление экономическими системами*. 2015. № 7. URL: <http://uecs.ru/uecs-79-792015/item/3636-2015-07-14-11-33-50>. **9.** Нікітіна А. В. Особливості процесу управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства // Проблеми та перспективи розвитку підприємництва : матеріали XIV Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Харків, 27 листоп. 2020 р.). Харків : ХНАДУ, 2020. С. 341–343.



ВИЗНАЧЕННЯ НАПРЯМІВ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 657: 338.48

Дубініна К. А.

Студент 2 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті визначено сутність зовнішньоекономічної діяльності фірми, її ефективності в умовах зростаючої ролі міжнародної торгівлі. Наведено теоретичні основи оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Проаналізовано залежність ефективності від різних факторів, які впливають на зовнішньоекономічну діяльність фірми. Запропоновано напрями підвищення ефективності зовнішньоторговельної діяльності підприємства.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, ефективність, економіка, ефективність зовнішньоекономічної діяльності, оцінка ефективності, економічний аналіз, експорт, підвищення ефективності.



Annotation. The article defines the essence of the foreign economic activity of the company and its effectiveness in the growing role of international trade. The author analyses theoretical bases of estimation the efficiency of foreign economic activity of a firm. In the article the efficiency evaluation according to different factors influencing foreign economic activity of a firm is considered. The directions of increasing the effectiveness of foreign trade activities of an enterprise are proposed.

Keywords: foreign economic activity, efficiency, efficiency of foreign economic activity, economy, estimation of efficiency, economic analysis, export, increasing of efficiency.



Актуальність теми дослідження. В умовах посилення інтернаціоналізації бізнесу процес управління зовнішньоекономічною діяльністю відіграє вирішальну роль. З метою підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності доцільно розробити механізм управління, який буде включати всі сучасні аспекти сталого розвитку підприємства на інноваційній основі. Це буде сприяти відтворенню експортного потенціалу України, припливу іноземних інвестицій, інновацій та технологій. Ефективний механізм управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств повинен забезпечити конкурентні переваги завдяки впровадженню сучасних методів і форм міжнародної взаємодії, методів податкового планування та трансфертного ціноутворення.



Постановка проблеми. Оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства має велике значення для прийняття обґрунтованих управлінських рішень, отримання стійких конкурентних переваг та досягнення стратегічних цілей господарювання.

Аналіз останніх досліджень. Сучасна наукова думка базується на дослідженні зовнішньоекономічної діяльності підприємств та її ефективності в працях таких вітчизняних і зарубіжних учених, як: А. Брояка [1], Т. Васюк [3], Ю. Козак [4], О. Котиш [5], І. Кривов'язюк [6], Р. Псюк [8], А. Семенов та Г. Семенов [9], Dr. Ram Singh [10]. Проте подальшого розвитку потребує сутнісне наповнення поняття «ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємства», вимагає удосконалення методика аналізу й оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Метою роботи є дослідження теоретичних положень і методичних рекомендацій щодо оцінки та підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Основні результати дослідження. Зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) є невід'ємною частиною виробничої і комерційної діяльності фірми, що має певну мету, функції і завдання. ЗЕД є значним резервом для економічного розвитку, джерелом збільшення прибутку і стійкості підприємства і є чинником, що забезпечує виживання підприємства в умовах конкуренції. Основою зовнішньоекономічної діяльності фірми є зовнішньоекономічні зв'язки, які визначають стратегію її розвитку.

Глобалізація світової економіки ставить питання про вихід підприємств на міжнародну арену. Міжнародні ринки мають величезні можливості для товарів і послуг, для реалізації яких необхідна розробка підприємством міжнародної стратегії розвитку, реалізації нових маркетингових напрямів і ведення своєї діяльності на нових, часто погано вивчених ринках. Особливо важким це може бути для компаній, які вели свою діяльність на внутрішньому ринку і не здійснювали експортно-імпорتنі операції [3].

Незалежно від економічних показників жодна держава не може надалі розвиватися без налагоджених світогосподарських зв'язків. На сучасному етапі неможливо забезпечити їх ефективність лише на рівні підприємства, без державної підтримки та раціональної економічної політики уряду.

Аналіз теоретичних і методологічних підходів, які наведені в сучасних наукових роботах, свідчить про необхідність врахування при оцінці ЗЕД певних економічних процесів:

- відмінності у грошовій оцінці витрат і отримуваних результатів. Виручка від експорту продукції рахується у валюті держави-партнера, а витрати рахують в національній валюті. З цієї причини виникає курсова різниця – чинник, що впливає на ефективність ЗЕД;
- здебільшого, коли міжнародна діяльність підприємства є тільки частиною господарської активності, слід враховувати підсумки операцій по експорту і імпорту і розподіл виробничих витрат, що вимагає використання певних розрахунків. Остаточні підсумки – це вигода, отримана фірмою від зовнішньоекономічних операцій і виражена в грошовому вимірі, а витрати – матеріальні, фінансові, трудові витрати, також виражені в грошовому вимірі;
- підвищене значення ризику у фінансовій, інвестиційній діяльності спричиняє за собою додаткові витрати на страхування, а також різні послуги юридичних, консалтингових і інших підприємств;
- митно-тарифні й інші заходи державного регулювання обумовлюють додаткові витрати фірми;
- підвищення ефективності є результатом як економії існуючих ресурсів, так і якості розподілу наявного капіталу і господарських потужностей [5].

При визначенні ефективності зовнішньоекономічної діяльності використовується системний підхід, що дозволяє проводити комплексний аналіз зовнішньоекономічних операцій. Йому передуює встановлення критерію ефективності, за допомогою якого можна оцінити виробничу ефективність.

Показники ділять на два види (рис. 1).

Аналіз ефективності міжнародної діяльності полягає у вивченні ринкової позиції підприємства, відхиленні від цільових показників і визначенні причин, які викликали ці відхилення. Економічний аналіз дозволяє зробити оцінку діяльності фірми і її основних структур, визначити резерви, встановити існуючі проблемні питання, що вимагають вирішення. Сучасне середовище міжнародного бізнесу характеризується складністю, невизначеністю та турбулентністю, що вимагає від підприємства адекватного регулювання ефективності діяльності і конкурентоспроможності. Менеджерам керівної ланки необхідно вести моніторинг змін середовища і на підставі отриманих результатів приймати відповідні рішення, враховуючи попит і рівень конкуренції на ринку [2].

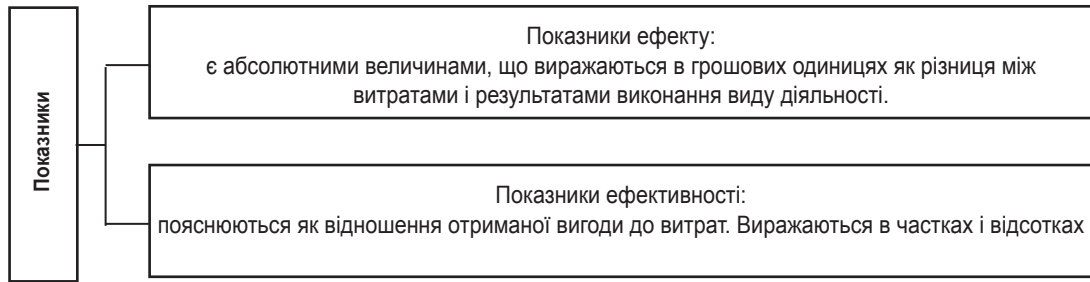


Рис. 1. Показники критерію ефективності ЗЕД [5]

Вагомим аспектом забезпечення ефективності ЗЕД є оновлення видів продукції, випуск нових товарів. Розробляючи нові види товарів і оновлюючи асортимент, підприємство скорочує залежність від одного товару і підвищує рівень продажів.

Також важливим є розробка нових технологій, застосування високотехнологічного устаткування і досягнень науково-технічного прогресу. Це збільшує рівень продуктивності праці, скорочує собівартість товарів і послуг, підвищує якість процесу контролю організації праці [6].

Аналіз міжнародного середовища вимагає поділу його чинників на такі, які підлягають впливу з боку підприємства, і неконтрольованих. Виділяють такі неконтрольовані чинники (рис. 2).

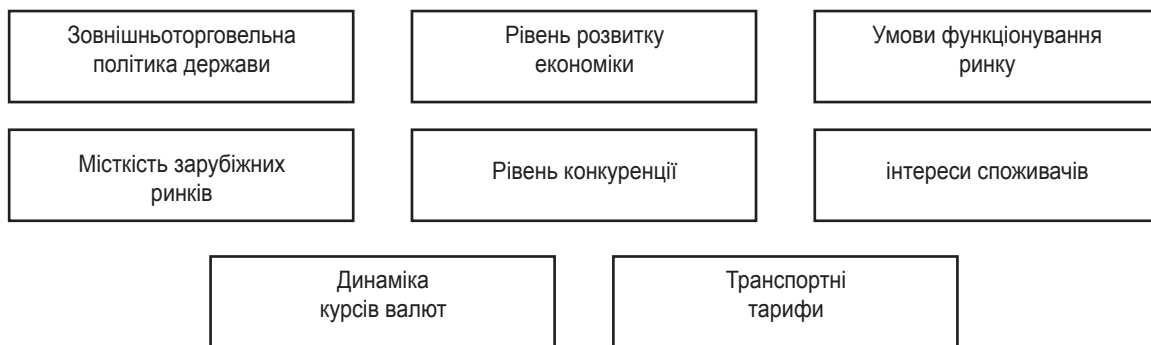


Рис. 2. Неконтрольовані чинники, що впливають на ефективність міжнародної діяльності підприємства [3]

Вказані чинники слід брати до уваги при ухваленні управлінських рішень.

До чинників, які підприємство може регулювати і змінювати для підвищення ефективності, можна віднести:

- зовнішні ринки збуту товарів, на яких функціонує підприємство;
- питома вага фірми на ринку;
- конкурентні стратегії фірми;
- інформаційний супровід ЗЕД;
- умови контрактів, що укладаються фірмою;
- експортні можливості фірми;
- співвідношення вимог споживачів з якістю товарів;
- асортимент товарів;
- функціонування системи продажів фірми;
- витрати на виробництво і реалізацію товарів;
- цінова політика підприємства;
- управління якістю.



Враховуючи вищезгадані чинники, можна визначити основні напрями підвищення ефективності зовнішньоторговельної діяльності фірми (рис. 3).

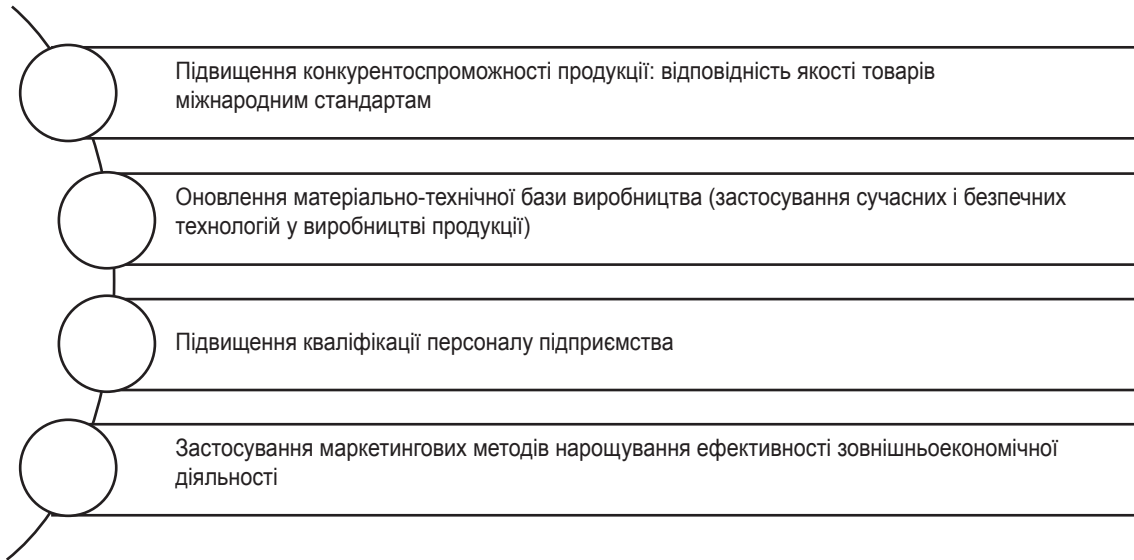


Рис. 3. Напрями підвищення ефективності зовнішньоторговельної діяльності фірми [1]

Таким чином, у процесі планування, розвитку й оцінки підсумків зовнішньоекономічної діяльності проводиться аналіз і визначення напрямів підвищення її ефективності. Процес організації і функціонування зовнішньоекономічної діяльності повинен розроблятися відповідно до фінансових, матеріальних і технічних можливостей фірми, а також з урахуванням її конкурентоспроможності на зовнішньому ринку. Оцінка ефективності здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємства відбувається шляхом застосування різних методів. Для підвищення ефективності ЗЕД підприємства слід удосконалити методологію оцінки шляхом постійного безперервного моніторингу контрольованих і неконтрольованих чинників. Надалі це дозволить не лише приймати оперативні рішення, але і визначати сезонні особливості, що вимагають коригування зовнішньоекономічної стратегії підприємства.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Піддубна Л. І.

Література: 1. Брояка А. А. Оцінка та шляхи підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства. *Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Серія : Економічні науки.* 2012. Вип. 5. Т. 2. С.46–51. 2. Вакульчик О. М., Дубицький Д. П. Аналіз ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства. *Вісник Академії митної служби України. Серія : Економіка.* 2012. № 2. С. 75–82. 3. Васюк Т. В. Методи дослідження та визначення економічної ефективності зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання. *Актуальні проблеми економіки.* 2015. № 3. С. 131–136. 4. Козак Ю. Г., Логвінова Н. С., Заець М. А. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств. Київ : Освіта України, 2012. 272 с. 5. Котиш О. М. Теоретичні аспекти ефективності зовнішньоекономічної діяльності: понятійно-категоріальний апарат // Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Харків, 17–18 листоп. 2016 р.). Харків : ФОРМ ЛІБІУРКІНА Л. М., 2016. С. 334–340. 6. Кривов'язюк І. В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навч. посіб. Луцьк : Надстир'я, 2005. 140 с. 7. Кривов'язюк І. В., Божидарнік Т. В. Комплексна економічна діагностика підприємства : монографія. Луцьк : РВВ Луцького НТУ, 2012. 226 с. 8. Псюк Р.М. Детермінанти ефективності зовнішньоекономічної діяльності промислових підприємств // Управління інноваційним процесом в Україні: налагодження взаємодії між учасниками : тези доп. V Міжнар. наук.-практ. конф., МІПУ–2014, 22–23 травня 2014 р. Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2014. С. 98–99. 9. Семенов Г. А., Семенов А. Г. Економічна ефективність зовнішньоекономічної діяльності акціонерного товариства. *Економічний вісник Донбасу.* 2009. № 4. С. 54–59. 10. Dr Ram Singh. *International trade operations.* First Edition : New Delhi, 2009. 504 p.





ФАКТОРИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ

УДК 658.562

Дубовік М. О.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті досліджено поняття якості продукції як об'єкта управління. Визначено роль удосконалення якості продукції в ефективності діяльності підприємства. Виділено основні фактори, що стимулюють підвищення якості продукції.

Ключові слова: управління якістю, якість, продукція, фактор, система управління якістю.

Annotation. The article is investigated the concept of the good's quality as the object of management. The role of good's quality improvement in the effectiveness of company's activity is defined. The factors of good's quality improvement are distinguished.

Keywords: quality management, quality, goods, factor, quality management system.

Питання забезпечення, удосконалення та управління якістю продукції на підприємстві детально розглянуто в роботах таких авторів, як Давидова О. Ю., Корнієнко Т. М., Матвеев В. В., Мережко Н. В., Дегтяренко О. Г., Фомичев С. К. та ін.

Метою статті є комплексне дослідження сучасних теоретичних і практичних основ управління якістю продукції та виокремлення факторів підвищення якості на підприємстві.

Сучасні підприємства створюють передумови для появи нових напрямів підвищення якості. Тому на ринку постійно спостерігається розвиток тенденцій у випуску високоякісної продукції. Як свідчить практика, якість продукції для споживачів – це один із основних факторів, яким вони керуються при виборі та купівлі продукції.

Як зазначає Давидова О. Ю. [1], якість являє собою складну категорію, яка розглядається з різних позицій: філософської, соціальної, технічної, правової, економічної (табл. 1).

Таблиця 1

Поняття категорії якості [1, с. 9]

Позиції	Поняття категорії якості
Філософські	Суттєва визначеність об'єкта, відповідно до якої він відрізняється від іншого об'єкта. Своєю чергою, визначеність об'єкта формується на основі окремих властивостей або їх сукупності. Властивість при цьому розуміється як спосіб прояву якості об'єкта стосовно інших об'єктів, з якими він може взаємодіяти
Соціальні	Ставлення окремих суб'єктів та/або усього суспільства до об'єкта. При цьому якість може розглядатись як категорія, яка залежить від рівня культури, релігійних і демографічних особливостей індивідуумів та суспільства у цілому (наприклад, сприйняття споживачами модних тенденцій в одязі)
Технічні	Технічні закономірності в утворенні та прояві фізичних, електромеханічних та інших технічних характеристик об'єктів однакового призначення
Правові	Сукупність властивостей об'єкта, що відповідає вимогам, які встановлені у нормативно-правових документах
Економічні	Результат задоволення потреб

Якість як економічна категорія відображає сукупність властивостей продукції, послуг, що зумовлюють ступінь їх придатності задовольняти потреби людини відповідно до свого призначення [1].



Враховуючи всі вищенаведені визначення, можна зробити такі висновки, що якість має свої властивості, ознаки та характеристики. На основі проведеного аналізу можна сформулювати власне визначення якості – це сукупність властивостей, ознак товарів або послуг, які відповідають вимогам і стандартам. Найважливішою складовою всієї системи якості є якість продукції.

На рівень якості та конкурентоспроможності продукції та послуг впливає багато різнопланових факторів. Сукупність найважливіших конкретних факторів (способів, чинників) підвищення якості продукції зображено на рис. 1 [3].

До технічних факторів належать: конструкція, схема послідовного зв'язку елементів, система резервування, схемні рішення, технологія виготовлення, засоби технічного обслуговування і ремонту, технічний рівень бази проектування, виготовлення, експлуатації та ін. Правильна оцінка ролі технічних факторів сприяє вирішенню багатьох наукових та інженерних задач під час проектування, виготовлення та експлуатації продукції. При цьому важливо знати склад і реальні можливості використання як кожного фактора окремо, так і їх сукупності.

Використання прогресивних технологічних процесів, високий рівень механізації та автоматизації, досконалість методів і засобів контролю та випробування продукції сприяють підвищенню стабільності виробничого процесу, що забезпечує постійні характеристики якості продукції. Неправильно вибрана технологія, а також її порушення у виробництві погіршують якість. Підвищення технічного рівня проектних і конструкторських організацій дозволяє глибоко та ретельно проводити експериментальну перевірку результатів досліджень та інженерних рішень, що, своєю чергою, впливає на підвищення якості продукції.



Рис. 1. Фактори підвищення якості продукції підприємства [3]

До організаційних факторів належать: розподіл праці, спеціалізація, форми організації виробничих процесів, ритмічність виробництва, форми та методи контролю, порядок розподілу та реалізації продукції, форми і способи транспортування, зберігання, експлуатації (використання), технічного обслуговування, ремонту та ін.

Ринкові умови господарювання передбачають активне та широке використання організаційних факторів підвищення якості продукції на всіх підприємствах. До пріоритетних належать [2]:

– запровадження сучасних форм і методів організації виробництва та управління ним, які уможливають ефективне застосування високочастотної техніки і прогресивної (бездефектної) технології;



– удосконалення методів технічного контролю та розвиток масового самоконтролю на всіх стадіях виготовлення продукції.

До економічних факторів належать: ціна, собівартість, форми і рівень зарплати, рівень витрат на технічне обслуговування і ремонт, ступінь підвищення продуктивності суспільної праці та ін. Економічні фактори особливо важливі у сучасних ринкових умовах. Їм властиві контрольно-аналітичні властивості (дозволяють вимірювати витрати праці, засобів, матеріалів на досягнення та забезпечення певного рівня якості продукції) та стимулюючі властивості (можуть призводити як до підвищення рівня якості, так і до його зниження). Найбільш стимулюючими факторами є ціна та зарплата. Правильно організоване ціноутворення стимулює підвищення якості.

При цьому ціна повинна покривати усі втрати підприємства на заходи з підвищення якості та забезпечувати необхідний рівень рентабельності. При цьому продукція з більш високою ціною має бути вищої якості. Нагальною потребою є розробка та використання різноманітних форм і методів дійового соціально-економічного впливу на всю низку процесів формування й забезпечення виробництва високоякісної та конкурентоспроможної продукції.

Формами та методами економічного впливу на ці процеси є, передусім, узгоджена система прогнозування й планування якості продукції, встановлення прийнятних для виробників і споживачів цін на окремі види товарів і послуг, досить потужна мотивація праці всіх категорій працівників підприємства, а формами впливу соціального – усебічна активізація людського чинника, проведення ефективної кадрової політики, створення належних умов праці та життєдіяльності [2].

Якість продукції як об'єкт управління є важливим питанням, яке потребує постійного вирішення, з метою забезпечення високої якості готової продукції.

Якість готового продукту розглядається з двох різних позицій: зі сторони споживача та позицій виробника. Поняття якості продукції для виробника і споживача має різне значення, але водночас не можна розглядати якість ізольовано з двох різних позицій. Якість продукції залишається компромісом між бажаннями споживачів і можливостями виробників, рівнем технічних характеристик продукції та вартісними показниками, які зумовлюють економічний результат діяльності підприємства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Мазоренко О. В.

Література: 1. Давидова О. Ю., Писаревський І. М., Ладиженська Р. С. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві : навч. посіб. Харків : ХНАМГ, 2012. 414 с. 2. Короткий курс лекцій з дисципліни «Управління якістю». URL: https://studme.com.ua/1455042310874/menedzhment/upravlenie_kachestvom.htm. 3. Мережко Н. В., Осієвська В. В., Ясинська Н. С. Управління якістю : підручник для ВНЗ. Київ : КНТЕУ, 2010. 216 с. 4. Управління якістю і конкурентоспроможністю продукції. URL: https://pidru4niki.com/15271128/menedzhment/upravlinnya_yakisty_konkurentospromozhnisty_produktsiyi.





ОСОБЛИВОСТІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ІТ-КОМПАНІЙ

УДК 657.623

Єрьоменко О. О.

Студент 2 курсу
факультету фінансів і обліку ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті розглянуто особливості ведення бухгалтерського обліку в ІТ-компаніях. Розібрано, як правильно обирати систему оподаткування, кому краще віддати перевагу, бухгалтеру або аутсорсинговій компанії.

Ключові слова: бухгалтерський облік, Єдиний податок, система оподаткування.

Annotation. The article considers the peculiarities of accounting in IT companies. Understands how to choose the right tax system and who to choose, an accountant or an outsourcing company.

Keywords: accounting, taxation system, single tax.

Сьогодні ІТ-компанії стрімко створюються та розвиваються. Зараз в Україні понад 1600 таких компаній. За законодавством нашої країни кожна фірма, компанія, підприємство повинно вести бухгалтерський облік, і ІТ-сфера не є виключенням. Окремого напрямку, який би міг вести облік у цій сфері, немає, та і бухгалтерів окремо не навчають, як саме вести цей облік.

Метою цієї статті є розробка рекомендацій щодо ведення бухгалтерського обліку в ІТ-компаніях.

Згідно з призначенням ІТ-компанії здійснюють діяльність у сфері інформаційних технологій і програмування.

Діяльності у сфері інформаційних технологій переважно відповідають коди за КВЕД з групи 62 «Комп'ютерне програмування, консультації і пов'язана з ними діяльність» [1].

Незважаючи на те, що чинне законодавство України націлене на полегшення роботи фізичних осіб-підприємців і фрілансерів, які надають ІТ-послуги дистанційно іноземним клієнтам, все ще існує цілий ряд обмежень для нормального функціонування ІТ-бізнесу.

Бухгалтерський облік в ІТ-компаніях здійснюється за загальними правилами. Зокрема, витрати на надання послуг з програмування діляться на прямі (нарахування зарплати, податкових виплат і ін.) і загальновиробничі, які, своєю чергою, поділяються на постійні розподільні і тимчасові. Ведення бухгалтерії передбачає і вибір способу калькулювання витрат – коефіцієнтного, пропорційного, комбінованого або нормативного. Вибирається він залежно від специфіки діяльності фірми – чи надає вона послуги з розробки певного рекламного продукту або здійснює продаж розробленої на замовлення рекламної продукції.

Підприємства, зайняті у сфері ІТ-технологій, мають свої особливості щодо оподаткування та нарахування пільг, отримання доходів і ін. Від бухгалтера потрібно знання всіх цих нюансів, оскільки від правильності ведення бухгалтерського обліку залежить успіх розвитку бізнесу. Саме тому супровід бухгалтерського обліку на умовах аутсорсингу для багатьох ІТ-компаній є найбільш виграним варіантом ведення бухгалтерії.

Що ж таке аутсорсинг та чим він вигідний? Аутсорсинг – передача на договірній основі традиційних функцій організації зовнішнім виконавцям, що спеціалізуються на відповідних видах діяльності. Аутсорсинг веде до зниження витрат.

Залучення аутсорсера дешевше утримання власної бухгалтерії, тому що: не потрібно платити заробітну плату, обчислювати і перераховувати до бюджету ПДФО та страхові внески. Також аутсорсинг забезпечує більш високу якість виконання робіт за рахунок спеціалізації аутсорсера на певному виді підприємницької діяльності [2].

Отже, бачимо, що аутсорсинг – це дуже вигідно, і, насправді, важко знайти гарного бухгалтера, який знав би ідеально всі нюанси ведення бухгалтерії в ІТ-сфері. Після того, як ми визначили, який спеціаліст краще буде



забезпечувати бухгалтерський облік в компанії, нам потрібно визначити, яку саме систему оподаткування нам потрібно обрати та яка саме буде вигіднішою для нас.

У наш час в Україні існують 2 системи оподаткування: загальна система та спрощена система (Єдиний податок).

Загальна система оподаткування передбачає сплату податків, які вираховуються від чистого доходу (валовий дохід – витрати), а саме:

- 1) 18 % ПДФО;
- 2) 1,5 % Військового збору;
- 3) 22 % ЄСВ.

Ця система не є оптимальною для ведення ІТ-діяльності.

Спрощена система оподаткування поділяється на 4 групи:

1) 1 група – ця система оподаткування тільки для ФОП. Ліміт на дохід 1,5 млн грн на рік. Ставка податку на 2021 рік – 227 грн/міс. + ЄСВ 1320 грн/міс. На цій системі не можна використовувати працю найманих працівників, навіть родичів.

2) 2 група – також система оподаткування тільки для ФОП. Ліміт на доходи 5 млн грн на рік. Ставка податку на 2021 рік – 1200 грн/міс. + ЄСВ 1320 грн/міс.

3) 3 група – ця система оподаткування в Україні підходить як для ФОП, так і для підприємств. Ліміт на доходи – 7 млн грн на рік. Ставка податку 3 % + сплата ПДВ або ставка 5 % без ПДВ+ ЄСВ 1320 грн/міс.

4) 4 група – ця група тільки для оподаткування сільськогосподарських виробників товарів – як юридичних осіб, так і ФОП. Ставки оподаткування цієї групи такі ж, як і у платників третьої групи з декількома обмеженнями і уточненнями. По цій групі існує досить багато обмежень [3].

Важливо добре обміркувати, яку саме систему краще обрати, адже, обравши спрощену систему, можна не лише зменшити витрати на податки, а й обмежити свої можливості: розмір доходу, реалізацію різних проєктів і співпрацю.

Для ІТ-компаній пропонують 2 та 3 групи спрощеної системи оподаткування. Для зручного і зрозумілішого порівняння цих двох груп нижче наведено таблицю, де вказано нюанси кожної групи.

Таблиця 1

Порівняння II та III групи Єдиного податку

Критерії	II група	III група
Кому можна надати послуги	Фізичним та юридичним особам, які є платниками Єдиного податку; населенню	Фізичним та юридичним особам на будь-якій системі оподаткування
Граничний річний дохід	1 500 000 грн	5 000 000 грн
Максимальне число найманих працівників	10	Необмежено
Ставка податку	20 % від мінімальної заробітної плати	3 % зі сплатою ПДВ 5 % без сплати ПДВ
Види господарської діяльності	1) виробництво та/або продаж товарів; 2) надання послуг єдиноподатникам та/або населенню, крім *посередницьких послуг з купівлі, продажу, оренди та оцінювання нерухомого майна (група 70.31 КВЕД ДК009:2005), а також здійснення діяльності з виробництва, постачання, продажу (реалізації) ювелірних та побутових виробів з дорогоцінних матеріалів, дорогоцінного каміння та напівдорогоцінного каміння; 3) діяльність у сфері ресторанного господарства (п. 2 пп. 291.4 ПКУ)	Будь-які види діяльності, крім заборонених для єдиноподатників (п. 3 пп. 291.4 ПКУ)
Звітний період	Календарний рік	Календарний квартал

Але варто зауважити, що підприємці на другій групі єдиного податку не можуть надавати послуги нерезидентам [3].



Для того щоб оптимізувати та звести до мінімуму податкове навантаження, потрібна правильно побудована схема трудових взаємин між компанією та найманими працівниками. Існує декілька таких схем.

1 схема:

Укладення цивільно-правових угод з фізичними особами – підприємцями (програмістами). При цьому є два варіанти провадження діяльності:

- 1) ФОП укладає угоди з замовниками щодо створення програмного продукту та отримує за це винагороду (з отриманого доходу сплачує 5 % єдиного податку та 22 % ЄСВ від мінімальної заробітної плати);
- 2) ІТ-компанія укладає угоди з замовниками, після чого має організувати бухгалтерський облік для ФОПів і сплатити за них податки. Недолік цього варіанта полягає в тому, що під час податкової перевірки, угоди ІТ-компанії з ФОПами-програмістами можуть бути визнані трудовими, через що можуть виникнути неприємні наслідки для ІТ-компанії (донарахування, штрафи).

2 схема:

ІТ-компанія працевлаштовує програмістів за трудовим договором, а це передбачає ведення бухгалтерського та кадрового обліку, відповідну звітність по найманих працівниках, а також податковий тягар:

- 1) ПДФО;
- 2) Військовий збір;
- 3) ЄСВ.

3 схема:

Ця схема поєднує 2 попередні. ІТ-компанія оформляє трудові відносини з основними працівниками, а з додатковим складом укладає цивільно-правову угоду на надання підприємницьких послуг. При цьому для уникнення непорозумінь під час перевірок ФОПи працюють, використовуючи власне обладнання, віддалено (і не тільки з цією компанією) і не перебувають в офісі компанії.

4 схема:

Аутстафінг персоналу – вивід працівників поза штат компанії та оформлення їх у штат компанії аутстафера. Останнім часом – це один з ефективних способів мінімізації витрат компанії шляхом податкової оптимізації.

У кожній зі схем, крім 4 схеми, існує податкове навантаження, десь більше, а десь менше. Уникнути його повністю не вдасться. Використовуючи четверту схему трудових взаємин, підприємство повинно включити до своїх витрат оплату послуг аутсорсингової компанії [4]. Враховуючи той факт, що ми живемо в період змін у всіх сферах життєдіяльності країни, новації не оминають і сферу ІТ.

Законопроекти, які стосуються діяльності ІТ-компаній, можуть нести як позитивні, так і негативні наслідки.

Наприклад, введення п'ятої групи платників єдиного податку має свої «плюси» і «мінуси». «Плюс» в тому, що підприємцям ІТ-галузі будуть надаватися пільги (звільнення від оподаткування на 9 місяців) на стартапи, а «мінус» в тому, що ставка податку буде підвищуватися кожного року на 1 %, починаючи від 5 % до 10 %. Крім того, передбачено застосування ставки у розмірі 15 % (якщо сума доходу буде перевищувати 7,5 млн).

До 5-ї групи будуть відноситися ФОПи, які надають такі послуги [5]:

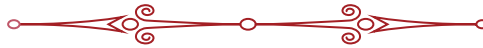
- 1) видання комп'ютерних ігор та іншого програмного забезпечення;
- 2) комп'ютерне програмування, консультування та пов'язана з ними діяльність;
- 3) оброблення даних, розміщення інформації на веб-вузлах і пов'язана з ними діяльність;
- 4) веб порталів.

Як бачимо, для ІТ-компаній в Україні створені непогані умови, які дозволяють розвиватися і розширятися у програмній сфері. Це дозволяє нам прискорити технічний процес і зайняти почесне місце в ІТ-індустрії на світовому ринку.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Серікова Т. М.



Література: 1. Національний класифікатор України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10#Text>. 2. Чи корисно ходити на сторону або Що таке аутсорсинг? URL: <https://gs.ua/uk/chi-korisno-xoditi-na-storonu-abo-shho-take-outsorsing/>. 3. Податковий кодекс України. Розділ XIV. Глава 1. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#n6941>. 4. Оптимізація оподаткування в ІТ сфері. URL: <https://pravdop.com/ua/publications/kommentarii-zakonodatelstva/optimizaciya-nalogooblozheniya-v-it-sferi-04-2020-2/>. 5. 5 група для ФОПів: розбираємо законопроекти для ІТ-сфери та стартапів. URL: <https://zmist.pl.ua/news/5-grupa-dlya-fopiv-rozbirajemo-zakonoprojekti-dlya-it-sferi-ta-startapiv>.



MONOPOLISTIC COMPETITION: THE REAL EXAMPLES IN THE WORLD ECONOMY

UDC 339.13.012.434

D. Zhdanova

The 1-st year student
of the Faculty of Management and Marketing of KHNUE S. Kuznets

Annotation. A market plays a very important role in the economy, how in the internal, and external one. Four types of the market play the significant value for the development of the market relationships. There is a lot of information about the monopolistic competition, its importance and there are several real examples of this type of market in the article. The article analyses the importance of this type of market and the main aspects of it.

Keywords: monopoly, perfect competition, price, statistics, the firms, actual examples.



Анотація. Ринок відіграє дуже важливу роль в економіці, як внутрішньої, так і зовнішньої. Чотири типу ринку відіграють важливе значення для розвитку ринкових відносин. Існує багато інформації про монополістичну конкуренцію, її значення, і в статті є кілька реальних прикладів цього типу ринку. У статті проаналізовано важливість цього типу ринку й основні його аспекти.

Ключові слова: монополія, чиста конкуренція, ціна, статистика, фірми, актуальні приклади.



Introduction. Now the economists leave the idea of the perfect competition and monopoly, as the ideal forms of the market. There are the premises and reasons for more detailed studying of the intermediate types and processes of the economic relationships of the imperfect competition, such as the monopolistic competition.

Analysis of recent research and publications. Many foreign economists studied and study this type of the market today, such as D. Begg, S. Fischer, R. Dornbusch. Among the authors, that have the works, where the main question is the theory of the competition, I can mention A. Smith, U. Kerns. Also, the representatives of the Austrian school contributed the great value for the research of the monopolistic competition, such as Joseph Schumpeter and Israel Kirzner. If we talk about the Russian economists, who influenced the development of this topic, I can mention S. Nosov, A. Anikin and E. Utkin.



The analysis of the evolution of the views of the foreign economists proves, that there is not one common view in the definition “monopolistic competition” and that it has own pros and cons. The practical value of these researches is to use these conclusions about monopolistic competition for the development of the new models of a market and for the improving of the actual mechanisms of the economical branches of the countries.

The main aim is to clarify the meaning of the “monopolistic competition”, to reveal the main features of this model of market, to represent the real examples of it in the global economy and the reader to connect these researches and information with the forecasts about global trade and economy.

Monopolistic competition is a type of imperfect competition. Monopolistic competition is a middle ground between monopoly and perfect competition (a purely theoretical state), and combines elements of each.

It’s very important to know how to distinguish these three types of the market, because it helps to analyze the chances to be the winner of a competition.

Models of monopolistic competition are often used to model industries. No doubt, this competition has many significant characteristics and features.

There are many producers and many consumers in the market. If we compare the number of firms in the pure competition, of course, it’s more, but we should remember, that a monopolistic competition is a product of these two ones. The amount of the competitors influences the competitiveness and the difficulties, which the firms have.

The second feature of this competition is the types of products. The products, which are sold, are similar, but are not the perfect substitutes. There is product differentiation. It’s important because it helps to create the diversity, choice and utility, which are so important for the consumers.

There are low barriers to entry and stop the business. Of course, there are some difficulties, but despite this fact, the firms don’t have many problems with it, like the firms of oligopoly, for instance.

Also, it should be noticed, that the producers have a degree of control over price. They are «price makers», not «price takers», but the price elasticity of demand is higher than it would be under a situation of monopoly. Namely that’s why this type of market relationships has the features of both perfect competition and monopoly. Each firm spends substantial amount on advertisement. The publicity and advertisement costs are known as selling costs. Heavy advertising and marketing is common among firms in monopolistic competition. It means, that it’s non-price competition. It’s very important in relation to economy at all, because the consumers pay not for the good quality or low price, they pay for the brand, and, as a rule it’s the most common behavior of the people, that influences the economy.

Like everything, the monopolistic competition has the advantages and disadvantages (table 1).

Table 1

The pros and cons of the monopolistic competition

Advantages	Disadvantages
Here are no significant barriers to entry; therefore markets are relatively contestable	Some differentiation does not create utility but generates unnecessary waste, such as excess packaging
Differentiation creates diversity, choice and utility. For example, a typical high street in any town will have a number of different restaurants from which to choose	Advertising may be also considered wasteful, though most is informative rather than persuasive
The market is more efficient than monopoly but less efficient than perfect competition – less allocative and less productively efficient	Assuming profit maximization, there is allocative inefficiency in both the long and short run

It becomes clear, that monopolistic competition isn’t the ideal model of the market relationships, but we can surely conclude, that it’s something intermediate, that can help to develop the economy more, that it can harm. Of course, we should pay our attention to the fact, that the behavior of the people inside this competition differs according to two runs of the economy, short and long ones.

It’s very useful to know these two types of behavior, because we can try to forecast, how the firm works having different conditions, if this firm has the future or doesn’t.

Super-normal profits attract in new entrants, which shifts the demand curve for existing firm to the left during long run. New entrants continue until only normal profit is available. At this point, firms have reached their long run



equilibrium. Clearly, the firm benefits most when it is in its short run and will try to stay in the short run by innovating, and further product differentiation.

As for short run, at profit maximisation, $MC = MR$, and output is Q and price P . Given that price (AR) is above ATC at Q , supernormal profits are possible (area $PABC$). As new firms enter the market, demand for the existing firm's products becomes more elastic and the demand curve shifts to the left, driving down price. Eventually, all supernormal profits are eroded away.

How you could understand, the monopolistic competition is the most famous and beneficial model of the market and I want to show two very interesting examples of this one.

The first example is Vertu. It was a British-based manufacturer and retailer of luxury handmade mobile phones, established by Finnish mobile-phone manufacturer Nokia in 1998. Now this company isn't actual, but it can allow us to understand the main sense of the monopolistic competition.

These mobile phones were very popular until 2010, they had some problems and could not compete more in 2010. In 2007 betting on a premium approach to phone design worked great.

At that time, standard Vertu for \$ 3000 sold up to 300 thousand units per year. Most of all premium phones were bought in Russia and China. Moreover, it's necessary to say, that more than 10000 people in every country bought these ones every day. At that time, standard Vertu for \$ 3000 sold up to 300 thousand units per year [1].

There are some reasons, why Vertu is namely an example of the monopolistic competition. Firstly, the appearance and the convenience of these phones is a question, because these ones looked like the old phones, their appearance wasn't very attracted and, moreover, there were many competitors, that had the product, which was better and was made using the same or even more expensive materials, f.e. Apple and many others, that are not used now. Also, these phones were very expensive, sometimes the price even didn't accord to the material (table 2 [2]).

Table 2

The famous models of Vertu

Material	Price
Black alligator skin	£11,800.00
Plum calfskin	£3,950.00

The prices and materials of these phones really are luxury, but we look at these phones, we can conclude, that they are not very beautiful and so on. Moreover, there are many companies with the similar products, but they are cheaper and more attractive. Despite this fact, people bought these expensive phones, because it's non-price competition, it's a brand.

The second example, which it's necessary to mention, is a product from the another industry. Pandora is the company, that produces the jewelries.

Pandora A/S (often styled PANDORA) is a Danish jewellery manufacturer and retailer founded in 1982 by Per Enevoldsen. The company started as a family-run jewellery shop in Copenhagen.

Pandora is known for its customizable charm bracelets, designer rings, necklaces and (now discontinued) watches. The company has a production site in Thailand and markets its products in more than 100 countries on six continents with more than 7,800 points of sale [3], in my opinion, these numbers are great.

It's useful to describe the evolution of the popularity of this brand according the statistics of Google since 2019 until 2020 using scale from 0 to 100. No doubt, it's very useful to know it to be sure, that it develops very fast. In the beginning of May 2019 the popularity of this winner of the producing of the jewelries was about 50. Of course, this number decreased and increased great until April 2020. In November 2019 this number (50) was stable, but since this date the popularity became to grow fast. At first, in December 2019 the number was about 55, in the end, since April 2020 until May 2020 this number was 100. Unfortunately, in December 2020, the popularity was about 30 using the scale from 0 to 100 [4].

We can surely say, that this company is very popular, but the profits became to decrease since winter 2020, because of COVID-19.

If we talk about the profits of this company, it's impressive too (table 3 [5]).



Table 3

The profits of Pandora in 2020

Kind of profit	Amount of money	Year
Total revenue	19,0 billion DKK	2020
Operating income	2,684 billion DKK	2020
Net income	1,938 billion DKK	2020
Total assets	19,824 billion DKK	2020

It becomes clear, that it develops very fast and is a successful example of the monopolistic competition.

By 2004, Pandora was available in 700 US jewelry stores; by 2005, that number had doubled. The brand has expanded to other markets - Canada, Australia and Britain.

Statistics in Ukraine is very interesting too. This brand is the third leader on Ukrainian market in 2020, after Golden Age and UkrGold, in sum their market share equals 32%. By 2004, Pandora was available in 700 US jewelry stores; by 2005, that number had doubled. The brand has expanded to other markets – Canada, Australia and Britain. The evolution of the popularity of Pandora in the world can prove, that this brand is a winner: the profit in 2012 was \$ 996 million, in 2017 it was \$ 1,79 billion and as a result the total profit was \$ 3 billion in 2020 [5].

Now, after the whole necessary information, it's necessary to tell something about this brand, like an example of the monopolistic competition. As we see, there are many competitors of Pandora, both around the world, and in Ukraine, and their products are similar, but there are some differences. Despite these facts, people buy Pandora every minute, because it's a brand, there is a lot of advertisement and if you have the jewelries from Pandora, you can say, that you are a rich man.

Conclusion. We can sum up, that monopolistic competition is an optimal choice for the people because of its features. Positive results in the global economy can be achieved with effective government regulation of competition and a competent choice of participants in each market model.

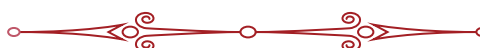
According to the given information and the researches of many foreign and native economists, we can say, that an economy has many parts and there most important ones of it are the models of market.

A monopolistic competition is the most excellent one of these models, in my opinion. It's one of the leading ones and many firms inside market are the monopolistic competitors, for example Pandora and Vertu.

We can surely conclude that if we know all aspects of the models of market, we will be able to forecast the future of the economy and a monopolistic competition can help us to do it. No doubt, this type of market will develop very fast and will influence the economy intensive.

Supervisor – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor Nikitina A. V.

Literature: **1.** Vertu. URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/Vertu>. **2.** Site (magazine) with the mobile phones "Coultery manufactory", The price of the mobile phones Vertu. URL: <https://www.coultery.com/vertu-blog/vertu-price/>. **3.** Magazine (informational agency) "Version", Pandora. URL: <https://versiya.info/stil-i-moda/152048>. **4.** Magazine (informational agency) "Version", Pandora. URL: <https://versiya.info/stil-i-moda/152048>. **5.** Pandora. URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/Pandora_\(jewelry\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Pandora_(jewelry)).





PLANNING METHOD AND TOOLS USED FOR DEVELOPMENT AND SALE OF NEW PRODUCTS

UDC 339.138

K. Zakotei

The 4-th year student
of the Faculty of Management and Marketing of KHNUE S. Kuznets

Annotation. An enterprise that expects to maintain its market for a long time and be profitable must constantly update its range of products. This line of business of the company includes a variety of activities for the development of new products: research of consumer preferences of target customers, the use of advanced technologies and modern equipment. All this determined the relevance of the chosen topic.

Keywords: new product development, new product, tools marketing, algorithm, SWOT analysis, method.



Анотація. Підприємство, яке розраховує тривалий час зберігати свій ринок і бути прибутковим, має постійно оновлювати асортимент продукції, що виробляється. Цей напрямок діяльності підприємства включає різноманітні заходи з розробки нових товарів: проведення досліджень споживчих переваг цільових клієнтів, застосування передових технологій і сучасного обладнання. Все це зумовило актуальність обраної теми.

Ключові слова: розробка нового товару, новий продукт, інструменти маркетингу, алгоритм, SWOT-аналіз, метод.



Introduction. In a market economy, the success of the firm and even an individual entrepreneur is largely determined by how professionally the management approaches the choice of strategy and tactics of its management, how correctly and consistently it implements the process of internal planning.

The purpose. Planning is an important part of the development of any enterprise. The purpose of the article is to analyze the most important planning methods for the development and release of new products for an enterprise. The new product planning process shortens time to market and stimulates new revenue streams. A product planning development process should be defined. The new product market offers an opportunity for an organization to expand its revenue streams. Every entrepreneur, both a beginner and an experienced one, must not only clearly understand the need for the future in financial, material, labor and intellectual resources and the sources of their receipt, but also be able to clearly calculate the efficiency of using these resources in the process of production and economic activities of the company.

Results. Ineffective application of development methods and tools and the sale of new products leads to the instability of the assortment due to exposure to random factors, loss of control over competitiveness of new products. In this regard, at each stage development and implementation of new products must be applied appropriate methods and tools. At the stages of formation, selection of ideas and development of an idea, an important role belongs to methods such as morphological analysis, method Delphi and brainstorming, synectics, etc. The purpose of their use is to generate ideas for new products and determine the most promising [3].

Further, at the stage of business analysis, an analysis of external and the internal environment of the enterprise. For this, is used SWOT analysis. SWOT analysis allows you to analyze the strengths and weaknesses of the investigated enterprise, as well as to determine the possibilities and threats posed by the external environment during production and output to market for new products.

Also at this stage, marketing research is carried out. With their help, marketers can solve the following tasks: studying the state of the market, its potential opportunities, determining the share market analysis, consumer analysis of new products, identification of competitors, short-term forecasting, study of the reaction to a new product and its potential, study of price policy.



To set goals for new products, the use of rules, will allow not only to avoid many planning errors, but also to make them as achievable as possible:

- use the goal tree method at this stage allows you to divide general goals for sub-goals, and their, in turn, for more detailed components;
- use of the 5K rule presupposes the following requirements for goal setting: specificity, quantitative or qualitative measurability, quality, finiteness, compromise;
- purpose of applying the SMART rule is to establish a number of requirements for goals: specific, measurable, achievable, realistic, time [5].

At the stage of forming a marketing strategy for a new product, matrix methods are used. The following matrices should be applied:

- «Growth – Market Share» developed by the Boston Consulting Group. Each of the four quadrants describes a significantly different situation, requiring a separate approach in terms of both capital investment and the development of a marketing strategy for a new product.
- the matrix «Market Attractiveness – Company Position» proposed by McKinsey provides wider opportunities for choosing strategic marketing decisions in relation to new products, allows more differentiated solutions for a new product by taking into account the potential of the enterprise, depending on the different levels of market attractiveness. After considering strategic alternatives, an enterprise must select a specific strategy that, in its opinion, can provide long-term effectiveness to new products [2].

At the stages of developing a prototype and testing it in market conditions, methods of expert assessments are used, which are based on the subjective opinions of expert experts regarding commodity policy using both their professional experience and intuition, as well as simulation modeling and economic analysis. So simulation is aimed at creating a model of a new product and its experimental application to determine changes in the real situation. It also allows you to simulate situations associated with an excessively large number of variables, the difficulty of mathematical analysis of certain relationships between variables, or a high level of uncertainty. The use of economic analysis within this stage allows you to assess the economic situation at the enterprise from the point of view of the prospects for the development and sale of a new product.

At the stage of deployment of commercial production of a new product, you can use balance, normative and statistical methods. So the balance method allows you to link the resources that the company has and the needs for them in the development of a new product. The normative method determines the norms for the costs of various types of resources for new product unit. The statistical method is aimed at developing projects for the sale of a new product based on reports, statistics and other information that characterizes the real state of the market and the activities of the enterprise [6].

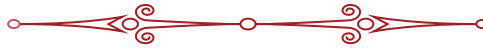
When planning a price for a new product, a company must use a value proposition, this will allow it to form an optimal price for target consumers. Channel planning for new products involves three main distribution methods: intensive, selective and exclusive. Distribution mechanism is a planning tool for distribution channels. This mechanism includes, on the one hand, the structure of distribution channels, the very process of channel selection, and on the other, actions to develop and implement marketing activities for the physical distribution of goods. The purpose of choosing one or another method and tool for organizing sales activities is to increase the volume of shipment of new products [4].

When planning the promotion of a new product in the target market, it is envisaged to use the following methods: personal selling, direct marketing, sales promotion, PR and advertising. The tools for promoting goods to the market are: exhibitions and fairs, sponsorship, merchandising, packaging, Internet sites. The highlighted methods and tools are designed to inform consumers about the existing, new or modified products of the enterprise, as well as to increase the volume of their sales.

Conclusion. Thus, the effective use of marketing methods and tools for the development and implementation of new products of the enterprise allows you to rationally organize work within the existing range of products, taking into account the stages of the life cycle, as well as to develop in advance new products for replacement goods subject to removal from production and withdrawal from the market.



Literature: 1. Ансофф И. Стратегический менеджмент. Москва : Экономика, 2015. 427 с. 2. Ассель Г. Маркетинг. Москва : Юрист, 2015. 807 с. 3. Голубков Е. П. Стратегическая направленность деятельности производителей. *Маркетинг*. 2015. № 3. С. 96–108. 4. Котлер Ф. Основы маркетинга. Москва ; Санкт-Петербург : Вильямс, 2014. 744 с. 5. Ламазарес О. Словарь по международной торговле: Ключевые определения торговых терминов и сокращений 2000 г. // Глобальный маркетинг, 2015. С. 178. 6. Шрути Б. Оптовый торговец // EconomicsDiscussion. URL: <https://www.economicsdiscussion.net>.



ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ Й ІНШИХ КРАЇН СВІТУ

УДК 327

Захарова Н. С.

Студент 1 курсу
факультету фінансів і обліку ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Ефективна інноваційна політика є важливою для розвитку всіх країн світу. На цей момент дії уряду України не є достатніми для того, щоб стимулювати інноваційну діяльність у державі.

Ключові слова: інноваційна політика, НДДКР, інкубатор, технопарк, кластер.



Annotation. Efficient innovation policy is essential for the development of every country in the world. At present, the actions of the Ukrainian's government are insufficient to stimulate innovation activities in the state.

Keywords: innovation policy, R&D, incubator, technopark, cluster.



Актуальність теми дослідження. Ми живемо в епоху, коли відбувається активне втручання технологій у життя. Їхне вдосконалення, а саме впровадження інновацій, призводить до піднесення різних галузей економіки і є необхідними для подальшого розвитку підприємства, держави й людства загалом. Саме тому будь-якій країні важливо проводити інноваційну політику.

Аналіз останніх публікацій і досліджень. Інноваційну політику, її реалізацію в Україні вивчали Л. В. Лебедева [1], Е. Туерк [6]; реалізацію в інших країнах світу – О. Я. Колещук [8].

Метою статті є дослідити та проаналізувати інноваційну політику України й інших країн світу.

Результати дослідження. Інноваційна політика – сукупність заходів держави, які спрямовані на постановку цілей та напрямів інноваційних процесів, введення законів і створення відповідних інституцій, пов'язаних з підтримкою інноваційної діяльності.

В Україні інноваційну політику проводить Кабінет Міністрів за допомогою Міністерства освіти та науки, Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства, а також створеного в 2019 р. Міністерства цифрової трансформації. Останнє відповідальне за формування й реалізацію цифрової політики та розвиток цифрової свідомості громадян.



У нашій країні декілька разів вдавалися до спроб регулювання інноваційної діяльності. У 1991 р. було затверджено Закон «Про основи державної політики у сфері науки і науково-технічної діяльності». У ньому було затверджено цілі та напрями науково-технічної політики. Схожим документом є схвалена в липні 1999 р.

Концепція науково-технологічного та інноваційного розвитку України, основні положення якої зводилися до такого: у сфері наукового розвитку повинні проводитися дослідження в галузях, у яких Україна має науковий та технологічний потенціал та які дадуть змогу вийти країні на світовий ринок; необхідно підготувати кадри з пріоритетних напрямів науково-технологічного розвитку; треба забезпечити наукову діяльність інформаційними та матеріальними ресурсами; у сфері технологічного розвитку слід створювати умови для високопродуктивної праці; розробляти засоби захисту здоров'я людини, забезпечувати населення якісним медичним обладнанням, ліками; створювати сучасні ресурсозберігаючі технології та техніки для електроенергетики, переробних галузей промисловості; у сфері виробництва сприяти: створенню та функціонуванню інноваційних структур, конкурентоспроможних переробних виробництв; технологічному й технічному оновленню галузей економіки; впровадженню інноваційних проєктів, які допоможуть започаткувати прогресивні зміни в структурі виробництва й тенденціях його розвитку.

Але, незважаючи на те, що Закон та Концепція були ухвалені більше двадцяти років тому, їх положення так і не були реалізовані повною мірою. У країні був Державний інноваційний фонд, але його закрили ще в 2000 р. У Законі «Про наукову та науково-технічну діяльність» була встановлена норма на фінансування наукової діяльності в розмірі не менше 1,7 % від ВВП, але вона ще жодного разу не була виконана.

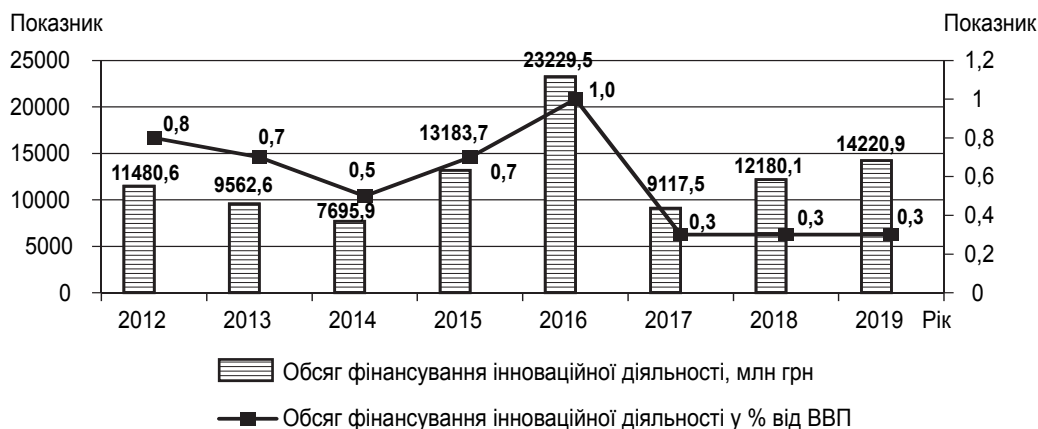


Рис. 1. Фінансування інноваційної діяльності (2012–2019 рр.) [2]

Якщо порівнювати ситуацію з країнами ЄС, то вони вкладають у науку приблизно 2–3 % ВВП.

Роль держави в загальному фінансуванні НДДКР (науково-дослідних та дослідницько-конструкторських робіт) також не дуже значна.



Рис. 2. Розподіл загального обсягу витрат на НДДКР у 2019 р. за джерелами фінансування

Джерело: побудовано автором на основі [2]



Одним із напрямів інноваційної політики є створення інноваційних структур: інкубаторів, технопарків, кластерів. Інкубатори допомагають малим інноваційним фірмам: надають їм необхідне обладнання, приміщення, інформацію, знаходять інвесторів, проводять консультації з різних питань.

Технопарки – це наукові центри, де виконуються НДДКР. Кластери є об'єднаннями підприємств, які займаються постачанням обладнання, сировини й технологій і надають наукову освіту, інформацію та технічну підтримку. Але серед цих структур в Україні дуже мало тих, які добре функціонують. Підприємцям частіше за все не вистачає ініціативи та коштів, щоб підтримувати їхню діяльність.

Зупинилася дія статей Закону «Про інноваційну діяльність», згідно з якими цим структурам повинні були надаватися деякі пільги. Великі ризики й майже повна відсутність страхування від них, високий рівень податків та корупції, монополізація ринку і низька конкурентоспроможність також сповільнюють розвиток у цьому напрямку.

У 2019 р. Кабінетом Міністрів було впроваджено Стратегію розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року, метою якої є підвищення інноваційності економіки, покращення освіти та законодавчої бази, залучення інвестицій в інноваційну діяльність та створення сприятливого середовища для неї. У Стратегії було розглянуто стан інноваційної сфери, перелічено наявні проблеми та способи їх розв'язання.

Європейською економічною комісією ООН було проаналізовано Стратегію та координацію інноваційної політики України.

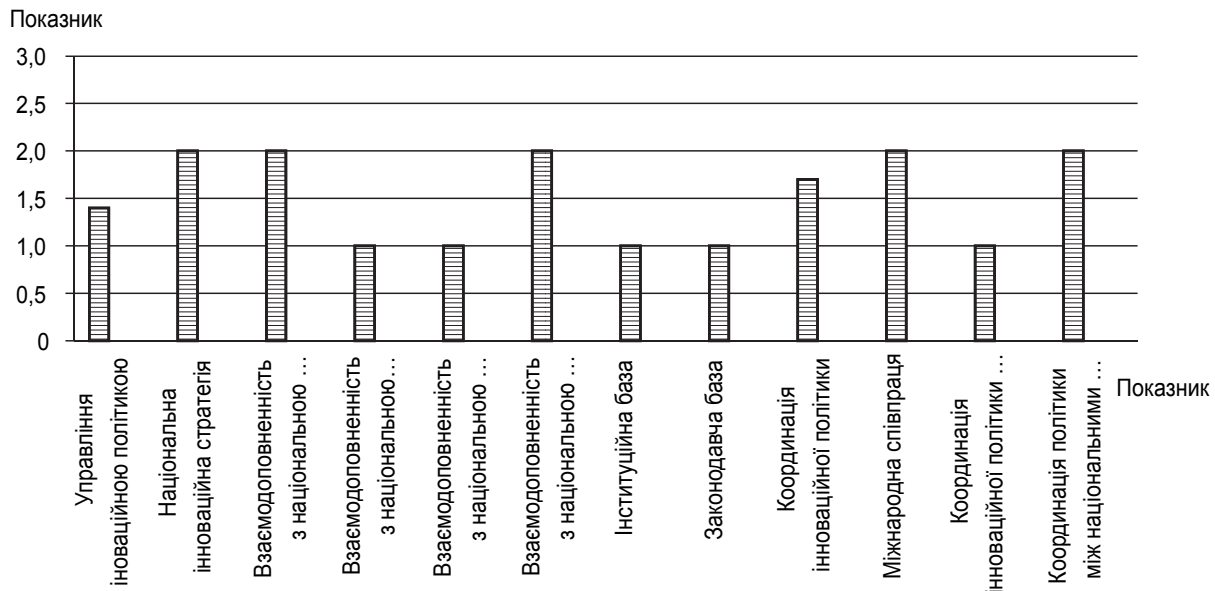


Рис. 3. Управління інноваційною політикою

Джерело: побудовано автором на основі [6]

3 бали відповідають повноцінній політичній ініціативі чи механізму, 2 бали – працюючій політичній ініціативі чи механізму, 1 бал – політичній ініціативі чи механізму на стадії розробки, 0 балів – у країні немає політичного механізму, стратегічного документа чи політичної ініціативи.

Кабінетом Міністрів та комісією були виявлені такі проблеми, як: політики нездатні успішно формулювати й впроваджувати політичні ініціативи, а законодавчі акти часом є суперечливими та погано виконуються; обмеження на дослідну діяльність, постійні моніторинги й необхідність робити велику кількість звітів значно стримують інноваційний потенціал фірм; слабка координація між державними установами; стратегія розвитку малого та середнього бізнесу не діє через нестачу фінансування; позитивні зрушення в науковій та інноваційній політичній ініціативах часто руйнуються переборами у фінансуванні та змінами пріоритетів політики; обмежений захист прав інтелектуальної власності; низький попит на інновації серед підприємств; законодавство накладає надмірні обмеження на те, як вітчизняні організації можуть використовувати гранти на дослідження, що негативно впливає на їх участь у міжнародних науково-дослідних та інноваційних проєктах; зміна напрям-



ків експорту з країн СНД до країн ЄС, де попит на вітчизняні НДДКР низький, ризикує призвести до зменшення кількості інноваційних підприємств та зниження комерціалізації наукових досліджень; освітня система не дає достатню кількість професіоналів з необхідними навичками та компетентностями.

Щоб вирішити ці та інші проблеми, державі необхідно: збільшити фінансування НДДКР та інноваційних підприємств; створити сприятливі умови для інноваційної діяльності, впровадити податкові пільги, спростити процедури створення та звітності інноваційних підприємств; сприяти створенню венчурних фірм й інноваційних структур; стимулювати впровадження інновацій; збільшити інноваційну обізнаність підприємців; забезпечити необхідну освіту для збільшення кількості фахівців; налагодити зв'язки між інституціями, відповідальними за інноваційну політику; відкоригувати законодавчі акти, позбавити їх від суперечливості та зробити більш конкретними; покращити систему захисту прав інтелектуальної власності.

Останнім законодавчим актом, пов'язаним з інноваційною політикою, є указ Президента України від 28 грудня 2020 р., яким він увів у дію постанову РНБО «Щодо вдосконалення державної політики інноваційного розвитку України».

Постанова мала на меті прискорити інноваційний розвиток країни, вдосконалити підготовку кадрів і проведення наукових досліджень. Було вирішено утворити Міжвідомчу комісію з координації діяльності органів виконавчої влади у сфері національної безпеки і оборони.

Існує декілька моделей розвитку інноваційної діяльності: євроатлантична (традиційна), східноазійська, альтернативна та «потрійної спіралі».

Євроатлантична модель охоплює повний інноваційний цикл – від формування ідеї до втілення її в життя. Методами стимулювання інноваційної діяльності є: спрощене оподаткування інноваційних підприємств; програми щодо зниження ризиків, пов'язаних з інноваційною діяльністю; активне фінансування наукових проєктів (державні кошти покривають до 50 % витрат підприємств); створення бізнес-інкубаторів; інтеграція молодих фахівців. Цією моделлю користуються Франція, Німеччина, Велика Британія, Італія, Данія, Швейцарія та деякі інші західноєвропейські країни.

Східноазійська модель характеризується відсутністю етапу формування інноваційної ідеї. Країни з цією моделлю (Японія, Південна Корея, Гонконг, Тайвань) експортують і запозичають технології, скуповують патенти у винахідників з різних країн і залучають спеціалістів з-за кордону.

До альтернативної моделі переважно належать аграрні та індустріально-аграрні країни: Таїланд, Чилі, Туреччина, Португалія тощо. Вони не мають значного потенціалу в науково-технічній сфері, тому здебільшого зосереджують увагу на підготовці кадрів та розвитку інших сфер. Наприклад, у Таїланді та Туреччині створюють технопарки, у Чилі та Португалії науковий розвиток здебільшого відбувається в університетах за підтримки уряду.

Моделю «потрійної спіралі» полягає у взаємодії трьох інститутів: «науки», «держави» та «бізнесу». Значну роль у розвитку інновацій грають університети – вони займаються науковими дослідженнями й трансфером технологій, створюють інкубатори. Бізнеси проводять власні дослідження й частково займаються освітою, а держава не тільки видає закони, а й займається інвестуванням, зокрема венчурним. Ці інститути активно співпрацюють і навіть можуть деякою мірою взаємозамінювати один одного. Ця модель найбільш розвинута в США.

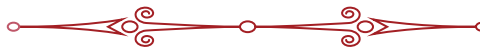
Висновки. Попри наявність в Україні відповідних інституцій та законодавчих актів, регулювання інноваційної політики в країні є слабким, існує безліч проблем і перешкод інноваційній діяльності. Уряд поки що зробив недостатньо для покращення ситуації. Чи будуть втілені в життя цілі Стратегії розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року та постанови РНБО й чи будуть вони мати якийсь результат, покаже час.

Більш розвинені країни світу (країни всіх моделей розвитку інноваційної діяльності, крім альтернативної) мають і більш розвинену інноваційну політику, і хоча шляхи її реалізації різні, вона є ефективною та забезпечує необхідний розвиток науково-технічної сфери.

Науковий керівник – д-р екон. наук, доцент Мащенко М. А.



Література: 1. Сучасна інноваційна політика держави в Україні: проблеми та перспективи реформування. Електронний журнал «Ефективна економіка». URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2664>. 2. Міністерство освіти і науки України. URL: <https://mon.gov.ua/ua/news/ukrayinska-nauka-2019-na-sajti-mon-rozmisheno-masshtabne-analichne-doslidzhennya>. 3. Організаційні форми інтеграції науки та виробництва. URL: <https://subject.com.ua/economic/innovative/30.html>. 4. Про наукову і науково-технічну діяльність : Закон України від 26.11.2015 № 848-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/848-19#Text>. 5. Про схвалення Стратегії розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року : Розпорядження Кабінету Міністрів Укоаїни від 10.07.2019 № 526-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/526-2019-p#Text>. 6. Sub-regional Innovation Policy Outlook 2020: Eastern Europe and the South Caucasus. URL: https://mon.gov.ua/storage/app/media/innovatsii-transfer-tehnologiy/2020/12/08/Prezentatsiya_rezultativ_doslidzhennya_sfery_innovatsiynoyi_diyalnosti.pdf. 7. Президент України. Володимир Зеленський. Офіційне інтернет-представництво. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/5892020-36129>. 8. Моделі формування та розвитку інноваційної діяльності: міжнародний досвід. URL: https://ev.nmu.org.ua/docs/2019/1/EV20191_086-095.pdf. 9. Модель «потрійної спіралі» як основа інноваційного розвитку країни. URL: http://www.rusnauka.com/17_PN_2015/Economics/14_194501.doc.htm.



ПРОГНОЗУВАННЯ ФІНАНСОВОГО РОЗВИТКУ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА В МАТРИЦІ ФІНАНСОВИХ СТРАТЕГІЙ ФРАНШОНА–РОМАНЕ

УДК 658.15:005.21

Захарова Ю. С.

Магістрант 1 року навчання
факультету фінансів і обліку ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Досліджено методичний підхід до стратегічного позиціонування підприємства із застосуванням матриці Франшиона–Романе. Оцінено фінансову, господарську та фінансово-господарську діяльність підприємства ДП «Завод «Електроважмаш» на підставі його позиції в матриці фінансових стратегій Франшиона–Романе. Розглянуто ймовірні варіанти зміни фінансової рівноваги підприємства.

Ключові слова: підприємство, позиціонування, матриця фінансових стратегій Франшиона–Романе, результат.



Annotation. The methodical approach to the strategic positioning of the enterprise with the use of the Franchon – Romance matrix is studied. The financial, economic and financial-economic activity of the enterprise SE «Plant «Elektovazhmash» is estimated on the basis of its position in the matrix of financial strategies Franchon–Romane. Probable variants of change of financial balance of the enterprise are considered.

Keywords: enterprise, positioning, matrix of financial strategies Franchon-Romane, result.



На сучасному етапі розвитку перед кожним підприємством постає питання щодо розроблення та контролю за реалізацією фінансової стратегії підприємства. Ця необхідність, насамперед, викликана складністю та



невизначеністю економічного становища. Саме тому визначення стратегічного позиціонування підприємства і розробка належних стратегічних заходів набувають особливого значення.

Дослідженням питань щодо застосування матриці фінансових стратегій займалися і надалі займаються чимало науковців, серед них Бланк І. А. [1], Дорофеев М. Л., Горовий В. М., Лукіна Ю. М., Мостенська Т. А., Семенов А. Г., Стоянова Е. С. та ін. Однак, незважаючи на наявність численних теоретичних розробок щодо практичного застосування матриці фінансових стратегій, потребують подальшого поглибленого дослідження її особливості використання для оцінки фінансового потенціалу підприємства.

Метою написання статті є визначення стратегічної позиції підприємства машинобудівної галузі із використанням матриці фінансових стратегій Франшона–Романе та виявлення подальших перспектив його розвитку.

Одним із найбільш ефективних методичних підходів для визначення стадії фінансового розвитку підприємства та оцінення альтернативних варіантів подальшої зміни його фінансового стану є застосування матриці фінансових стратегій (фінансової рівноваги), яка розроблена французькими вченими Ж. Франшоном та І. Романе [2]. Ця методика дає змогу визначити поточне положення суб'єкта господарювання з точки зору фінансового ризику, розглядати ситуацію в динаміці, визначити стратегічний напрямок фінансової стратегії залежно від зміни ключових показників діяльності [3].

Для здійснення позиціонування підприємства у матриці фінансових стратегій розраховуються ключові показники: результат господарської діяльності, результат фінансової діяльності та результат фінансово-господарської діяльності. Результат господарської діяльності (РГД) є сумою коштів, яка залишається у розпорядженні підприємства після фінансування виробничого розвитку. Результат фінансової діяльності (РФД) є зміною обсягу заборгованості підприємства, скориговану на обсяг фінансових витрат, дивідендних та податкових виплат. Результат фінансово-господарської діяльності (РФГД) дає змогу оцінити обсяг «вільних» грошових коштів підприємства після фінансування ним усіх витрат та виробничого розвитку [3].

Позиціонування проведено на основі даних машинобудівного підприємства ДП «Завод «Електроважмаш».

Розрахунок показника результату господарської діяльності аналізованого підприємства наведено у табл. 1 та показника результату фінансової діяльності – у табл. 2.

Таблиця 1

**Розрахунок показника результату господарської діяльності
ДП «Завод «Електроважмаш» за 2017–2019 рр.**

Показник	Джерело інформації або формула для розрахунку	2017 р.	2018 р.	2019 р.
1	2	3	4	5
1. Додана вартість (ДВ)	$ДВ = ТП + ГП_{ср} + НЗВ_{ср} - МВ$	3640314	5078682	3957868
Вартість зробленої продукції (ТП)	$ф. №2, р. 2550 + р. 2090$	1966165	2746055	2130353
Запаси готової продукції (ГП _{ср})	$ф. №1 (ряд. 1103н + 1103к)/2$	141829	110875	46767
Незавершене виробництво (НЗВ _{ср})	$ф. №1 (ряд. 1102н + 1102к)/2$	322032	438098	395192
Вартість спожитих матеріальних засобів виробництва (МВ)	$ф. №2, р. 2500$	1210288	1783654	1385556
2. Брутто-результат експлуатації інвестицій (БРЕІ)	$БРЕІ = ДВ - ПДВ - ВП - ОП - П$	3030802	4193464	3117773
Податок на додану вартість (ПДВ)	$ф. 2 ряд. 2000/6$	287464	468371	378947
Витрати на оплату праці (ВП)	$ф. №2, р. 2505$	268833	346939	378905
Обов'язкові платежі, пов'язані з оплатою праці (ОП)	$ф. №2, р. 2510$	65206	76498	83094
Середня за звітний період поточна заборгованість за розрахунками з бюджетом (П)	$ф. №1, р. 1620 - р. 1130$	-11991	-6590	-851
3. Зміна величини фінансово-експлуатаційних потреб	$\Delta ФЕП = ФЕП2 - ФЕП1$	-73647	19824	-29634
Матеріальні запаси на початок періоду (Зан поч)	$ф. №1, р. 1100 на поч$	337487	686681	723920



Закінчення табл. 1

1	2	3	4	5
Матеріальні запаси на кінець періоду (Зап кін)	ф. №1, р.1100 на кін	684389	806276	684389
Дебіторська заборгованість підприємства на початок періоду (Дз поч)	ф. №1, р.1120 поч + ... + р.1155 поч	520992	382772	556310
Дебіторська заборгованість підприємства на кінець періоду (Дз кін)	ф. №1, р.1120 кін + ... + р.1155 кін	386772	539628	590118
Кредиторська заборгованість підприємства на початок періоду (Кр поч)	ф. №1, р.1605 поч + ... + р.1650 поч	334664	620993	877620
Кредиторська заборгованість підприємства на початок періоду (Кр кін)	ф. №1, р.1605 кін + ... + р.1650 кін	620993	877620	901531
ФЕП на початок (ФЕП1)	ФЕП1 = Зап поч + Дз поч – Кр поч	523815	448460	402610
ФЕП на кінець (ФЕП2)	ФЕП2 = Зап кін + Дз кін – Кр кін	450168	468284	372976
4. Виробничі інвестиції (ВІ)	ф. №1, р.1011 кін – р.1011 поч	8 891	13 423	30082
5. Звичайні продажі майна (ПМ)	ф. №2, р.2220	8837	4810	1522
Результат господарської діяльності (РХД)	РХД = БРЕІ – ΔФЕП – ВІ – ПМ	3086721	4155407	3115803

За даними розрахунку бачимо, що результат господарської діяльності у 2017 році склав 3086721 тис. грн, у 2018 році – 4155407 тис. грн, у 2019 році – 3115803 тис. грн. Додатне значення цього результату свідчить про те, що підприємство забезпечує реалізацію принципу самофінансування свого розвитку.

Таблиця 2

**Розрахунок показника результату фінансової діяльності
ДП «Завод «Електроважмаш» за 2017–2019 рр.**

Показник	Джерело інформації	2017 рік	2018 р.	2019 рік
1. Зміна позикових коштів підприємства (ПК)	ПК = ПКК – ПКН	278322	213394	-79263
Позикові кошти підприємства на початок періоду (ПКН)	ф. №1, р.1595 + р.1695 поч	1011510	1289832	1504609
Позикові кошти підприємства на кінець періоду (ПКК)	ф. №1, р.1595 + р.1695 кін	1289832	1503226	1425346
2. Відсотки банку (ВБ)	ф. №2, р.2250	72227	67679	76347
3. Податок на прибуток (ПП)	ф. №2, р.2300	649	1209	-162
4. Виплачені дивіденди (ВД)	ф. №2, р.2605 + 2650	0	0	0
5. Суми, отримані від емісії акцій (ЕА)	ф. №2, р. 2200	0	0	0
6. Кошти, вкладені в статутні фонди інших підприємств (УФ)	ф. №2, р.2255 + р.2270	58120	48736	16398
7. Довгострокові фінансові вкладення (ДФср)	ф. №1, р.1030 + р.1035	1047	523	0
8. Отримані відрахування від прибутку заснованих підприємств і доходи від інших довгострокових фінансових вкладень (ОПУ)	ф. №2, р.2220 + р.2240	48900	61196	98627
Результат фінансової діяльності (РФД)	РФД = ПК – ВБ – ПП – ВД + ЕА – – УФ – ДФср + ОПУ	195179	156443	-73219
Результат фінансово-господарської діяльності (РФГД)	РФГД = РХД + РФД	3281900	4311850	3042584

Результат фінансової діяльності у 2017 році склав 195179 тис. грн, у 2018 році – 156443 тис. грн, у 2019 році – -73219 тис. грн. Від'ємне значення цього показника свідчить про неефективну господарську діяльність підприємства. Підприємству не вистачає власних позикових ресурсів для фінансування своїх виробничих потреб, тому воно залуцає позикові ресурси.



На основі розрахованих значень ключових показників здійснено позиціонування ДП «Завод «Електоважмаш» у матриці фінансових стратегій. За умовний «0» взято 10 % від доданої вартості підприємства. Позиціонування досліджуваного підприємства наведено у табл. 3.

Таблиця 3

Позиціонування ДП «Завод «Електоважмаш» у матриці фінансових стратегій у 2017–2019 рр.

	$РФД < 0$	$РФД \approx 0$	$РФД > 0$
$РХД > 0$	1. Батько сімейства $РФХД \approx 0$	4. Рантьє $РФХД > 0$ 2017, 2018, 2019	6. Холдинг $РФХД \gg 0$
$РХД \approx 0$	7. Епізодичний дефіцит $РФХД < 0$	2. Стійка рівновага $РФХД \approx 0$	5. Атака $РФХД > 0$
$РХД < 0$	9. Кризовий стан $РФХД \ll 0$	8. Дилема $РФХД < 0$	3. Хитка рівновага $РФХД \approx 0$

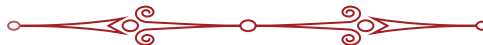
За результатами аналізу, наведеними в табл. 3, можемо стверджувати, що ДП «Завод «Електоважмаш» протягом 2017–2019 рр. знаходилося у квадраті 4 «Рантьє», який належить до зони успіхів матриці. Це свідчить про те, що діяльність підприємства характеризується незначними темпами зростання та підтримує заборгованості на нейтральному рівні. З квадрата 4 можливий перехід у 1-й або 7-й квадрат за невисокого та незмінного рівня економічної рентабельності, а також у квадрат 2 за зростання економічної рентабельності [2].

Таким чином, на основі аналізу матриці Франсона–Романе для ДП «Завод «Електоважмаш» можна припустити, що за стабільної економічної ситуації, що характеризується зростанням, або стабільного рівня рентабельності та незначної конкуренції на ринку можливі переміщення до квадрата 1, а за погіршення показників – до квадрата 7.

За значного зростання рентабельності та прискорення оборотності коштів можливе переміщення до квадрата 2. За рахунок фінансової діяльності підприємство може лише утримуватися у цьому квадраті, але не може поліпшити свій фінансовий стан.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Журавльова І. В.

Література: 1. Бланк И. А. Финансовая стратегия предприятия. Киев : Эльга ; Ника-Центр, 2006. 520 с. 2. Іванюта С. М. Антикризове управління : навч. посіб. Київ : Центр учб. літ., 2007. 288 с. 3. Фінансова стратегія : методичні рекомендації до лабораторних робіт та самостійної роботи студентів спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування» другого (магістерського) рівня / уклад. І. В. Журавльова, С. В. Лелюк. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. 76 с.





ВПЛИВ КРИПТОВАЛЮТ НА СВІТОВІ ФІНАНСИ

УДК 336.744

Іванцов Є. П.

Студент 2 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

***Анотація.** У статті розглянуто актуальний стан питання криптовалют у світі та вплив їх ринку на світову систему фінансів. Проаналізовано відношення світових систем до криптовалют, рівень їх прийняття, можливих перспектив розвитку питання, ризики та переваги криптовалют у сучасному світі. Увагу приділено історії криптовалют та їх технологічній базі.*

***Ключові слова:** криптовалюти, світ, фінанси, вплив, система.*

***Annotation.** The article considers the current state of cryptocurrencies in the world and the impact of their market on the global financial system. The relation of world systems to cryptocurrencies, the level of their acceptance, possible prospects of development of the question, risks and advantages of cryptocurrencies in the modern world are analyzed. Attention is paid to the history of cryptocurrencies and their technological base.*

***Keywords:** cryptocurrencies, world, finance, influence, system.*

Постановка проблеми. Інформація про криптовалюти все частіше з'являються у новинах, і вони отримують все більший вплив на світові фінанси, а тому тема статті є актуальною. Одним із найвагоміших досягнень людства в останні 150 років стало виокремлення криптографії в окрему науку. З розвитком інформатики криптографія стала особливо актуальною.

Одним із наслідків її розвитку можна вважати розвиток технології блокчейн, яка спричинила справжню революцію в останні 12 років разом з появою криптовалют загалом, та монети біткойн. Варто також вказати, що криптовалюти існували задовго до створення вищевказаного біткойна та приймали вигляд, наприклад, ігрових жетонів у комп'ютерних іграх, для всіх видів було характерним існування в закритих системах і прив'язка до паперових грошей, але серед таких грошей не існувало уніфікованості, всі вони будувались на різних технологіях. У 2009 році цю ситуацію було змінено появою біткойна, і хоча потім з'являлося ще багато різних криптовалют, він і по сьогодні зберігає лідерський статус за рахунок власної поширеності та капіталізації. Разом з поширенням технології блокчейн вплив ринку криптовалют постійно зростає і наразі починає грати велику роль у світовій фінансовій системі.

Вплив криптовалют на фінансову систему розглядається науковцями не так давно, але можемо виділити ряд робіт, в яких розглядалися це та суміжні питання. До таких належать роботи таких науковців, як: П. Вінья, М. Кейсі, А. Антонопулос, А. Нараньян, Н. Бікалова та ін.

Мета статі – розглянути те, наскільки криптовалюти впливають на сучасні фінанси, стан їх прийняття та можливі перспективи. Почати необхідно з наведення визначення поняття «криптовалюта». Криптовалюта – різновид цифрової валюти, створення і контроль за якою базуються на криптографічних методах. Термін закріпився після статті «Cryptocurrency», яка була опублікована у 2011 році у журналі «Forbes».

За основу було взято принцип децентралізації, тобто користувач має певний обсяг коштів, які може використовувати як забажає, однак жоден контролюючий орган не може втрутитись у систему та змінити її. Таку особливість можна вважати ключовою можливістю цифрової валюти, але до її особливостей також можна віднести і можливість використання пірінгової архітектури P2P (система рівноправних взаємовідносин програм користувачів) та процес емісії – майнінг, який фактично є експлуатацією обчислювальних потужностей комп'ютерних систем, безперервність якої визначає тривалість циклу віртуальної валюти. Криптовалюти створюються власне її користувачами – «майнерами».



Найбільш популярними трендами сфери цифрових грошових одиниць є: біткойн (BTC) – лідер серед віртуальних грошей, на основі блокчейна постійно створюються різноманітні технічні рішення, а розробники постійно працюють над їх модернізацією; ефіріум (ETH) – стимулює появу децентралізованих стартапів на основі блокчейна, що базуються на смарт-контрактах; BitcoinCash; Ripple (XRP) – найбільш швидка криптовалюта; ІОТА – розроблена для розрахунку в Інтернеті речей; Лайткоїн (LTC) – мережа, готова до експериментів, саме вона одна з перших активувала цифрові гроші для швидких транзакцій – SegWit/Лайткоїн; NEO – валюта «розумних контрактів» [1].

До головних переваг можна віднести такі особливості:

- 1) неможливість підробки;
- 2) швидкість та анонімність транзакції;
- 3) відсутність можливості будь-якого зовнішнього втручання у фінансову операцію;
- 4) операції здійснюються без посередників.

Виходячи з дослідження Європейського банку управління ризику, пов'язані з використанням криптовалют:

- 1) повна відсутність гарантій;
- 2) відсутність регулюючих механізмів;
- 3) високий рівень волатильності для більшості валют;
- 4) ризик заборони [2].

Відношення до криптовалют у різних країнах суттєво відрізняється. Наприклад, Сінгапур, Іспанія, Німеччина, Австралія, Нідерланди, Нова Зеландія у будь-який спосіб стимулюють їх обіг та гарантують суцільну підтримку. З іншого боку, Федеральне управління фінансового контролю у Німеччині не вважає біткойн електронними або фіатними грошима, альтернативою є посилання на категорії «приватні гроші» і «фінансовий інструмент», в країні діяльність з криптовалютою потребувала отримання спеціального дозволу, та для користувачів було встановлено підвищені вимоги: наявність бізнес-плану, професійно-кваліфікованого штату співробітників, стабільної звітності, а також вимоги до статутного капіталу. Іспанія ще у 2014 р. визнала біткойн офіційною платіжною системою. На Кіпрі криптовалютою можливо оплатити навчання в університеті. У Канаді дозволено отримувати цифрову заробітну плату, а криптовалюта, отримана в результаті майнінгу, обкладається податком на дохід. З квітня 2017 р. біткойн офіційно визнаний платіжним засобом на території Японії і процес загального визнання продовжується [3].

Особливості використання. Важливу роль у процесі розвитку та прийняття криптовалют займають довгострокові інвестиції, адже за рахунок представників великого капіталу, готових вкладати чималі гроші в цифрові монети, розвивається ціла екосистема, і з'являються нові робочі місця для людей, які підтримують інфраструктуру біткойну й альткоїнів. Більш того, такі вливання можуть стати запорукою сталого зростання і захисту від серйозних економічних проблем.

Варто згадати і про розподіленого реєстру (блокчейн), яка і є запорукою існування сучасних криптовалют, наразі вона застосовується не тільки у великих корпораціях, а й на державному рівні. Варто зазначити і те, що експерти МВФ рекомендували цю технологію до аналізу та використання Центробанками.

Глобальний економічний форум дав зрозуміти, що технологія децентралізованого реєстру вже всерйоз розглядається багатьма державами як перспективна модель майбутнього планети. ГЕФ протягом 2016 р. займався вивченням блокчейну й обговорював це явище з великими фінансовими інституціями з усього світу, включаючи JPMorgan Chase, Visa і MasterCard. 80 % банків збираються запустити експериментальні проекти на базі технології розподіленого реєстру, а 90% центробанків обговорюють таку можливість, тому готовність до прийняття технології стимулює впровадження профільних інновацій [4].

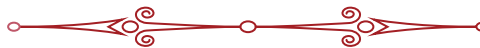
Звичайно, не можна залишити поза увагою той факт, що цифрові активи використовуються не тільки трейдерами, роздрібними інвесторами, а й спекулянтами, що прагнуть до миттєвого збагачення. Сьогодні криптовалюта дає змогу приватним підприємцям і цілим державам відкривати нові ринки. Незважаючи на високу волатильність і прибутковість альтернативних грошей, багато фінансових установ і регуляторів усе частіше виявляють до них інтерес. Нині з приводу використання технологій блокчейн та криптовалют на базі нього існують не тільки позитивні прогнози. Звісно, розподілений реєстр не є панацеєю, але цю технологію варто розглядати як один із можливих базисів для фінансових сервісів нового покоління.



Висновки. Проведений аналіз актуального стану ринку криптовалют продемонстрував його активно взаємодію з економікою, не можна не помітити стрімкі темпи розвитку вказаної вище взаємодії. Через технологічну та репутаційну унікальність криптовалюти можуть виступати не лише додатком до існуючої фінансової системи, але і докорінно її змінити. Можна стверджувати, що уряди різних країн світу й України працюють у напрямі регламентації та стимулюванні розвитку криптовалют, а питання їх визнання вже не є актуальним. Перспективи використання як технології блокчейн, так і криптовалют стають зрозумілі світу, а тому у подальшому необхідно продовжити вивчення питання прогнозування розвитку криптовалют та зменшення їх волатильності.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Астахова І. Е.

Література: 1. Карчева Г. Т., Нікітчук С. М. Віртуальні інноваційні валюти як валюти майбутнього. *Фінансовий простір*. 2015. № 2 (18). С. 23–29. 2. Бачо Р. Й. Державне регулювання ринків фінансових послуг в умовах функціонування віртуальних валют (криптовалют). *Бізнес Інформ*. 2015. № 11. С. 294–298. 3. Біткоїн – валюта майбутнього. URL: https://media.slovoidilo.ua/media/infographics/4/33161/33161-1_ru_origin.png. 4. Financial Services Comm. The future of financial infrastructure: An ambitious look at how blockchain can reshape financial services. An ambitious look at how blockchain can reshape financial services // WEF. 103 p.



ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ ТА ЕКОНОМІКА УКРАЇНИ

УДК 331.56

Іщенко Д. О.

Студент 1 курсу
факультету міжнародної економіки і підприємництва ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. З'ясовано основні економічні галузі України. Проаналізовано статистичні данні щодо економіки України. Виділено головні напрямки, що належать до державного управління у галузі економіки. У статті розглянуто моделі державного управління, сформовано за роки незалежності України. Розкрито основні напрямки розвитку економіки України, наданий сам механізм державного управління.

Ключові слова: політика, фінанси, управління, внутрішній ринок.



Annotation. The main economic sectors of Ukraine have been clarified. Statistical data on the economy of Ukraine are analyzed. The main areas related to public administration in the field of economics are identified. The article considers the models of public administration formed during the years of independence of Ukraine. The main directions of development of the economy of Ukraine are revealed, the mechanism of public administration is given.

Keywords: policy, finance, management, internal market.





Актуальність цієї теми зумовлена тим, що на сучасному етапі державне управління та економіка України знаходяться на етапі покращення та розвитку, що має забезпечити вдосконалення цих сфер у нашій державі. Головна ціль нового реформування – це формування ефективної системи державного управління та нові схеми щодо покращення показників економіки, а також створення стандартів, які б відповідали висококласній правовій державі з соціально сформованою ринковою економікою.

Постановка проблеми. На певних ступенях розвитку економіки будь-якої країни, в тому числі і нашої, перед представниками, що наділені повноваженнями, з'являються різні завдання та обов'язкова мета, і саме через це економічна сфера в державі не буває повністю визначена. Але її найголовніші напрями мають змогу бути цілком сформованими і можуть будувати потрібну модель економіки щодо розвитку держави. Важливий внесок у цій сфері зробили В. К. Мамутова, Н. П. Свиридюк, В. С. Щербина, О. М. Вінник та ін.

Метою поданої статті є покращення та розвиток економіки, що повинне забезпечити вдосконалення фінансового становища в нашій державі, розглянути функції держави, її поведінку в різних економічних ситуаціях, недоліки негативних наслідків управління економікою, що базуються на галузевих принципах.

Результати дослідження. Нинішня держава є надзвичайно важливою частиною економічного процесу. Вона виконує свої регулюючі функції в різноманітних напрямках, користуючись різними способами та механізмами впливу на економічну ситуацію. Основними в економічній галузі України є: промисловість; комплекс агропромисловості; будівельна сфера; транспорт; зв'язок; торговельні комплекси; побутове життя громадян; галузь користування й охорони ресурсів нашої природи.

Всі зазначені галузі знаходяться між собою в певному поєднанні. Проте окремо кожна з них має в своєму складі ще декілька підгалузей. Для підгалузей характерна певна самостійність, а з іншого боку – залежність з економікою в цілому [1].

Керування зазначеною галуззю суспільного та економічного життя формує собою важкий процес спрямованого впливу країни на всі форми економіки з цілю її розвитку та покращення. Важливим є вчасне й правильне врахування економічного характеру відносин у суспільстві й конкретний період щодо певного розвитку та об'єднання держави у всесвітні економічні корпорації [2].

Управління держави у галузі економіки базується на конституційних засадах щодо соціальної спрямованості економіки (ст. 13 Конституції України). Керування ставить собі за мету ефективне формування заходів для економічного підвищення та фінансової стабільності з ініціативною соціальною політикою, яка буде спрямована на збільшення життєдіяльного рівня населення [3]. Головними напрямками, що належать до державного управління у галузі економіки, є:

- підвищення управління у державній галузі економіки;
- зовнішня та економічна політика й приєднання іноземного капіталу;
- знищення кризи в економіці;
- регулювання заробітної плати;
- мотивування малого бізнесу
- стабілізація фінансової політики;
- покращення банківської системи;
- новітня інвестиційна діяльність;
- прискорення приватизаційних процесів [4].

Участь України в глобальних економічних процесах передбачає вибір між азійською моделлю модернізації економіки, прикладом якої є Китай, і європейською, визначеною раціональною зовнішньою і внутрішньою політикою розвитку національної економіки. Це сприятиме визначенню місця України і формуванню нової архітектури світового економіки.

Перейдемо до статистичних даних щодо економіки України. В промисловості держави в грудні перший раз починаючи з травня 2019 року було зафіксовано підвищення, а саме 4,8 % р/р [5]. Але варто звернути увагу, що такий результат віддає низькій базі порівняння, а не високим показникам виробництва. Зростання в енергетиці було 15,8 % р/р. А слабкі виробничі показники кінця 2019 року сформували підвищення добування металевих руд на цілих 20 % р/р. Незважаючи на зростання у грудні, українська промисловість завершила 2020 рік скороченням виробництва на 5,2 % [6].



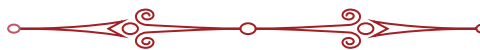
Українська економіка активно відновлювалася у III кварталі. Відповідно до оперативної оцінки Державної служби статистики реальний ВВП України у III кварталі 2020 року збільшився на 8,5 % до попереднього кварталу (з урахуванням сезонності), а отже, стрімко скоротив зниження у річному вимірі до 3,5 % р/р.

Це відображає ефект пом'якшення карантинних обмежень – подібна динаміка спостерігалася і у багатьох країнах світу. Проте у зв'язку із посиленням рівня захворюваності коронавірусною хворобою існує імовірність запровадження нової серії жорстких карантинних обмежень, що може відтермінувати економічне відновлення [7].

Висновок. Формуючи висновок з вищезазначеної інформації, можна сказати, що найважливішою цілю регулювання економіки у державі є виконання роботи, яка сприяє формуванню ринку, ринкових і конкурентних відносин, досягнення цілей не лише в економічному секторі, а й політичному та соціальному, формування правильного поділу коштів з метою спонукання інвесторів на структуру національного продукту. Подальші дослідження в економічній сфері допоможуть знайти оптимальний шлях для вирішення управлінських проблем у специфічних умовах українського ринку.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Шифріна Н. І.

Література: 1. Державне регулювання економіки / за ред. І. Р. Михасюка. Львів : Національний університет ім. І. Франка, «Українські технології», 1999. 640 с. 2. Про зовнішньоекономічну діяльність : Закон України від 16.04.1991 № 959. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#Text>. 3. Стеченко Д. М. Державне регулювання економіки. Київ : Вища школа, 2000. 392 с. 4. Конституція України : Закон України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>. 5. Державне управління економікою: методи, функції та завдання // Освіта. 2021. URL: https://ru.osvita.ua/vnz/reports/gov_reg/17874/. 6. Голосніченко І. П. Адміністративне право України (основні категорії і поняття) : навч. посіб. Ірпінь : Державна податкова адміністрація України ; Український фінансово-економічний інститут, 1998. 7. Макроекономічні показники, Макроекономічний аналіз на 24 грудня 2020 року // Національний банк України. URL: <https://nabu.ua/ru/makroekonomichni-pokazniki.html>.



EMOTIONAL BURNOUT SYNDROME IN TODAY'S STUDENTS

UDC 159.942.5

A. Klymenko

The 2-nd year student
of the Faculty of Management and Marketing of KHNUE S. Kuznets

Annotation. The article is devoted to the problem of «professional burnout» in students. The notion of emotional burnout in students and stages of its formation is studied. The research among Kharkov students was carried out in order to study the real picture of students' moral state. Thus, the analyzed data allowed us to study and present the manifestations and causes of the phenomenon of emotional burnout in the student environment and the specifics of students' learning motivation. Ways of preventing such a state and options for getting out of it were also highlighted.



Keywords: *burnout in students, depersonalization, emotional burnout syndrome (EBS), emotional exhaustion, professional burnout, reduction of personal achievements.*



Анотація. Статтю присвячено проблемі «професійного вигорання» в студентському середовищі. Вивчено поняття емоційного вигорання в студентів і етапи його формування. Було проведено дослідження серед студентів Харкова для вивчення реальної картини морального стану студентів. Таким чином, проаналізовані дані дозволили вивчити і представити прояви і причини феномену емоційного вигорання в студентському середовищі та специфіку навчальної мотивації студентів. Також виділено способи запобігання такому стану і варіанти для виходу з нього.

Ключові слова: *вигорання у студентів, деперсоналізація, синдром емоційного вигорання (СЕВ), емоційне виснаження, професійне вигорання, редукація особистісних досягнень.*



Introduction. Domestic and foreign psychophysiologicals are currently facing a rather acute problem of studying so-called emotional burnout. And, naturally, this problem is quite «wide», because it affects a whole range of different phenomena to be studied, and stimulates creative and scientific search of specialists in different fields. For example, specialists in psychophysiology, psychology, business, etc. are interested in developing this problem.

Modern psychophysiological studies mostly concern workers of social professions (doctors, psychologists, teachers, managers of different ranks, service workers, lawyers, military men). But not only adults are exposed to emotional burnout. Nowadays more and more teenagers and young people are facing this problem. Among pupils, high school students are often susceptible to burnout during exams. Preparation under tight deadlines, pressure from others and a high study load can lead to exhaustion. To avoid this, it is necessary to identify the symptoms of emotional burnout in a teenager as early as possible. This is what makes the topic of this study so topical.

Brief Literature Review. Studies of emotional burnout carried out by C. Maslach [5], H. Freudenberger [3], L. Mitina [6] and others.

The purpose of this article is to study the emotional state of young people today, to understand how widespread emotional burnout is among students and to establish its causes.

The following objectives were set in line with the aim:

1. Explore the concept of emotional burnout in students and the stages of its formation.
2. Conduct a survey among Kharkiv pupils to explore the real picture of pupils' morale.
3. To study and present the manifestations and causes of the phenomenon of emotional burnout in a student environment.
4. Identify ways of preventing such a condition and options for getting out of it.

The problem of emotional burnout has a more applied meaning, though it has attracted researchers' interest rather recently. As a rule, it is studied in the problem field of organizational psychology as a specific professional situation that occurs at different stages of a specialist's working activity. But in the last few years more and more attention is paid to burnout among teenagers and young people.

Regular information loads, overload, pressure for examinations, hence conflicts with parents, teachers or peers, as well as quarantine conditions and more, all become a source of stress. This situation is characterised as stressful, which in turn affects the mental and physical health of all those involved in the learning process.

«Emotional burnout syndrome» is a concept introduced into psychology by American psychiatrist Freudenberger in 1974. This syndrome, often called «professional burnout», is characterized by a growing emotional exhaustion. But, as a rule, starting in the professional sphere, the syndrome is not limited to professional activity, but spreads to other spheres of a person's life.

Emotional burnout syndrome manifests as growing indifference to what is going on in the classroom, dehumanisation in the form of growing negativism towards both the learning process and classmates, as a feeling of dissatisfaction with oneself and, finally, as a sharp deterioration in the quality of life. Neurotic disorders and psychosomatic illnesses can develop later on. The free atmosphere of interested co-operation in one lesson may be replaced by cold indifference in another [3].



There are many models of the development of emotional burnout syndrome. But on average they include four stages.

Stage 1 – Tension. Which occurs in two cases: either the student's skills and abilities are inadequate, or the learning process or its outcomes do not meet expectations. Tension arises between the work environment and the individual, which is a trigger for the development of SEA.

Stage 2 is stress. This is when we either develop coping mechanisms to get out of a stressful situation, or the situation becomes a chronic condition.

Stage 3 – physiological, affective, behavioural reactions. That is, distress develops and, depending on the individual, "system failures" occur.

Stage 4 – physical and emotional exhaustion. A state of constant fading, dejection and psychological discomfort.

It should be noted that SSE develops gradually and is usually not given importance until it develops into chronic apathy and fatigue. The problem is that even if a person is aware of the difficulty of the situation, they expect to cope with it on their own and the inability to control their emotions and feelings is denied. And this is the main mistake and cause of the development of SEB [1].

As already mentioned, emotional burnout stems from stresses in the professional sphere, in our case study. Persons experiencing burnout have higher levels of stress and less endurance, resilience. So, what are the causes of emotional burnout in students? The following factors were identified: excessive academic demands; perfectionist demands from parents or teenagers themselves in relation to academic results; overload of extracurricular activities; uncertainty of future prospects; excessive pressure from teachers and school authorities (for example, regarding exams); family difficulties and conflicts; lack of encouragement in emotional terms and devaluation of difficulties; interpersonal interaction with friends and classmates

Any uncertainty and uncertainty increases both situational and personal anxiety. For pupils in 2020-2021, in addition to the uncertainty of prospects and the problem of important life choices at a young age, there is also complete uncertainty about what is happening due to quarantine and the introduction of quarantine measures in studies and examinations.

In order to understand and assess the real picture, a sociological survey was conducted among high school students in Kharkiv in order to identify the extent of emotional burnout.

For the study, a test was administered with 22 statements about feelings and experiences related to life and learning. Such as «I am well aware of how my friends and classmates feel, but I use it to my advantage» or «I can easily create an atmosphere of friendliness and cooperation in the team». If this feeling is not peculiar to him/her, he/she should mark position 0 – «never» on the answer sheet. If it is peculiar to him/her, the person indicates how often in a score from 1 (very rarely) to 6 (always) [7].

Then the sum of scores for the three main indicators is counted, according to the multifactor theory of burnout. This theory was developed in 1970s by American researchers K. Maslach and S. Jackson. They tried to find structures in the phenomenon of emotional burnout, which would allow to study this phenomenon more deeply and to diagnose its presence in specialists qualitatively. K. Maslach gives her own definition of emotional burnout: «burnout is a long-lasting reaction of a worker to chronic interpersonal stressors at work» [5]. Also, the authors distinguish three main nuclear structures of a burnout: emotional exhaustion, depersonalization and reduction of professional achievements.

Emotional exhaustion. Emotional exhaustion refers to feelings of emotional exhaustion and fatigue caused by your own work or study. It is the result of the accumulated stress of your personal or work life or a combination of both. Emotional exhaustion is one of the signs of burnout. People who experience emotional exhaustion often feel that they have no power or control over what happens in life. They may feel 'stuck' or 'trapped' in a situation. Employers whose employees are overworked and emotionally exhausted may begin to notice changes in productivity and overall team morale.

Emotional exhaustion is caused by a long period of constant life stress, whether due to personal stress at home or work-related stress. What causes emotional exhaustion differs from person to person. What may be stressful for one person may be completely manageable for another person. Lack of energy, poor sleep and reduced motivation can make it difficult to cope with emotional exhaustion.

Depersonalisation. Depersonalisation in this theory is understood as a negative, cynical, overly detached reaction (communication) with other people. It occurs as a response to emotional exhaustion and is primarily a protective reac-



tion of the body (a kind of emotional buffer). However, there is a risk of depersonalisation turning into dehumanisation. This component can be called an interpersonal component of burnout.

Depersonalisation, expressed in cynicism and detachment. It is a defense mechanism of the psyche. When a person no longer has any resources at all, they withdraw from other people, from new emotions, and become cynical and apathetic. By withdrawing, it is as if the person does not exist within the situation, and since he does not exist, nothing can happen to him. From the outside, this can look like rude and indifferent behaviour.

Reduction in personal achievement. This is either a tendency to negatively assess oneself, one's professional achievements and successes, negativism about one's own merits and capabilities, or a reduction of one's own dignity, limitation of one's capabilities, responsibilities towards others, and a removal of responsibility from oneself and shifting it to others.

Defining the reduction of personal achievements as one of the three components of "burnout" and emphasizing, first of all, the reduced work productivity, among the most significant characteristics of this component of professional deformations are the following: reduction of self-esteem of one's competence, negative self-perception as a professional, dissatisfaction with oneself, negative attitude towards oneself as a personality [2].

In simple terms, a person begins to devalue his or her own professional achievements, feels unable to cope with tasks and begins to believe that he or she is haunted by failures at work. There may be self-evaluations as well as a real decline in productivity against a background of emotional exhaustion and deterioration in relationships with co-workers due to depersonalisation.

This test does not determine the level of emotional burnout itself, but shows the level of indicators that can lead to burnout and are its components. That is, by this survey we did not just find out if teenagers have emotional burnout, we disclosed the state of affairs concerning their condition in a deeper way. Emotional state is interpreted according to Table 1.

Table 1

Interpretation of test results

Indicators	Low level	Middle level	High level	
Emotional exhaustion		0–16	17–26	27 and up
Depersonalisation	0–6	7–12	13 and up	
Reduction of personal attainment	39 and up	38–32	31–0	

So, 70 students of Kharkiv educational institutions took part in the survey. Processing of the survey data showed the following (Fig. 1).

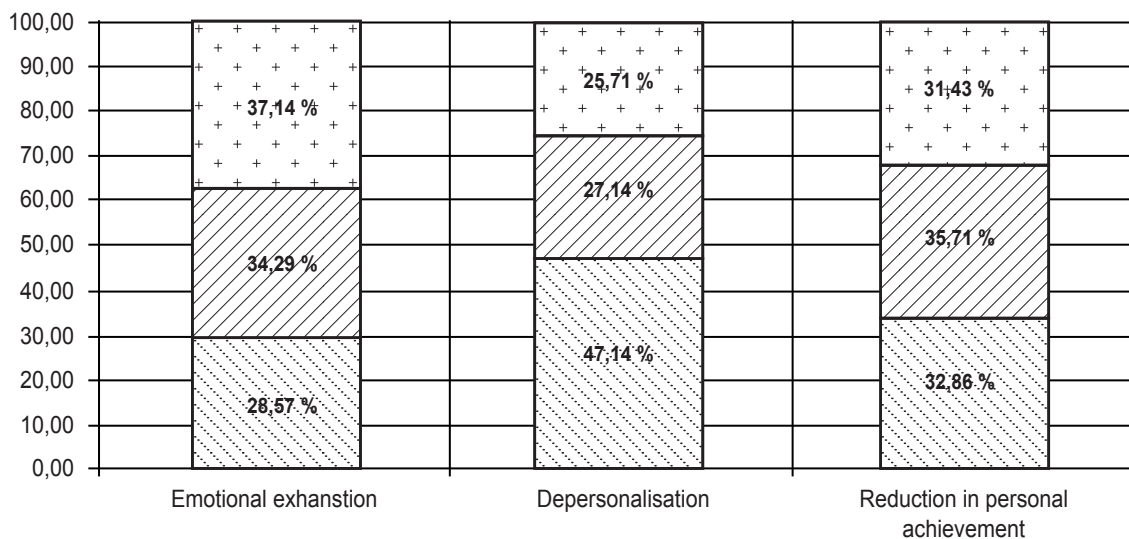


Fig. 1. Overall results of diagnosing the level of emotional burnout among high school students according to 3 indicators



According to the table, emotional exhaustion dominates at a high level in more than 37%, while in depersonalisation, almost half have a low level. On average, a third of those surveyed have each level of burnout.

Looking at the situation as a whole, we have a rather unpleasant picture. It is worth bearing in mind that some may misinterpret just their intense fatigue and in fact the high level is a couple of per cent lower. But even this does not save the situation. Every 4th student has a high score, indicating a condition close to emotional burnout. Violations of such character in the best case would lead to sleep problems, loss of appetite, and in the worst case – to the formation of diseases on the background of psychosomatic disorders. Of course it is impossible to get ideal indicators with zero emotional burnout, but you can strive for it if you care about mental health of teenagers.

The following are practical recommendations for pupils and students, useful for the prevention of burnout syndrome, the main ones being the following:

1) Clearly defining short- and long-term plans to maintain sustainable motivation, awareness of intermediate success, self-improvement, etc.

2) timely rest to ensure physical and mental wellbeing. «Working too hard» has a quick but short-lived effect, for which you later pay the price in terms of health, physical and mental health;

3) mastering self-regulation skills such as relaxation, self-training, etc. are good helpers in the prevention of many psychological problems, including those related to emotional burnout;

4) avoiding unnecessary competition, setting priorities. To be the best at everything is a good wish, but, alas, unattainable. The dispersion of energy and resources into different activities usually leads to failure in each of them. Therefore, first of all, you need to identify your priorities, those areas that are most valuable to you, and that is where you should allocate most of your mental and physical resources;

5) emotionally open communication – a way of avoiding excessive psycho-emotional strain. [8]

Of course, this does not only depend on the teenagers themselves, but also on the parents/teachers. On the part of adults, it is necessary to stop pressuring children for exams, university choices and admission; to let them choose their priorities and follow them, not to force them to be the best at everything; to let the student work to the best of their ability, without comparing them with others, thus pushing them towards competition. And one of the main things in our view is not to devalue the difficulties and problems of adolescents, to listen and help if necessary.

For those who are close to or in one of the stages of emotional burnout, we can offer the following recommendations. First of all, you should understand with whom it would be easier to live through this condition. It is possible to ask your relatives and friends for help. Support from family and friends can help you to feel full of energy much more quickly. It is also important to share your condition with your loved ones because it is important not to hide your emotions but to share them with someone who is willing to listen to you.

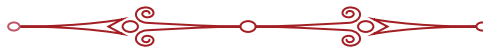
You may feel more comfortable talking to a professional (you can always seek help and support from a psychologist or other professional). It is also perfectly normal to want to be alone with yourself. It is worth setting aside time that is all yours, do something nice, let yourself relax and forget about the dozens of unfinished tasks for a while, give yourself time to rest, reduce your workload.

Adjust your schedule (prioritize your work; set your most productive time of the day and use it for the most important things; create a work/rest schedule that suits you best); take breaks (take regular breaks, give yourself time to relax and forget about pressing issues); accept failures (analyze mistakes and learn from them, but don't dwell on them). It's also a great option to find an activity to your liking (choose an activity that will energise and lift your spirits even on the most mundane days).

Conclusions. So we can conclude that the problem of emotional burnout is quite common among high school students. Studying takes a lot of physical and mental resources. Heavy workload together with inability to distribute one's resources can lead to a variety of behaviours and states that make up a single complex of the system concept of emotional burnout. This is not a disease, but it is a condition that prevents you from performing your activities and communicating with people actively and effectively, that is why it is very important to be able to notice in time the appearance of relevant symptoms and to structure your activities and communication so as to minimize the probability of a pronounced symptomatology of emotional burnout.



Literature: 1. Бабанова С. А. Профессиональный стресс, или профессиональные поражения эмоциональной сферы. *РМЖ*. 2014. С. 43–52. 2. Бойко В. В., Фетискин Н., Козлов В. В., Козлов Г. М. Диагностика эмоционального выгорания личности // Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп. Москва : Изд-во Института психотерапии. С. 82–91. 3. Фройденбергер Х. Дж. Выгорание персонала. Журнал социальных проблем. 1974. Т. 30. С. 159–165. 4. Лапина И. А. Эмоциональное выгорание: причины, последствия. *Молодой ученый*. 2016. № 29. С. 35–39. 5. Маслач Ч., Джонс Дж. У. Выгорание в медицинских профессиях: социально-психологический анализ // Социальная психология здоровья и болезней / Г. Сандерс, Дж. Сулс (ред.). Парк Ридж, Иллинойс : Лондонский дом, 1982. С. 227–251. 6. Митина Л. М. Психология профессионального развития учителя : учеб.-метод. пособие. Москва : МПС, 1998. С. 198–201. 7. Социальная психология и общество: история и современность // Материалы научно-практической конференции с международным участием памяти академика РАО А. В. Петровский. Москва : ФГБОУ В МХГПУ, 2019. С. 131–136, 121–125. 8. Воробьева В. В., Родионова О. А. Исследование факторов синдрома эмоционального выгорания и способов его коррекции. *Вестник медицинских Интернет-конференций*. 2015. С. 15–18.



ПРОСУВАННЯ БІЗНЕСУ У СУЧАСНОМУ СВІТІ

УДК 339.743.44

Кирилюк Д. В.

Студент 1 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Описано принцип роботи основних методів поширення бізнесу в Інтернеті, перелічено конкурентні переваги бізнесу, який використовує декілька каналів зв'язку із аудиторією, та кроки, які потрібно пройти бізнесу для виходу в інтернет-простір.

Ключові слова: поширення, бізнес, Інтернет, діджиталізація, конкуренція, цільова аудиторія, реклама, маркетинг.



Annotation. The principle of operation of the main methods of promoting a business on the Internet is described, the competitive advantages of a business that uses several channels of communication with the audience and the steps that a business needs to go through to enter the Internet are listed.

Keywords: promotion, business, internet, digitalization, competition, target audience, advertising, marketing.



З появою Інтернету досить сильно розширились можливості кожної людини, а особливо можливість взаємодіяти з більшою кількістю людей. Така зміна призвела до певних наслідків, за якими ми можемо спостерігати у всіх сферах життя. Не оминули такі нововведення й сфери бізнесу та підприємництва, де популярність і впізнаваність твого бренду означає процвітання та розвиток.

Постановка проблеми. Через те, що у світі поширюється ідея самостійного заробітку, на ринку почало з'являтися все більше і більше малого бізнесу, тільки в Україні за 2020 рік відкрилося більше 247,5 тисяч ФОПів.



Проте такому бізнесу досить важко розвиватись через захоплення ринку монополіями, транснаціональними корпораціями та просто «гігантами» ринку, які кожного року стають ще впливовішими. Отже, як вижити малому та середньому бізнесу та як привернути до себе увагу у таких тяжких умовах? Це питання ми розглянемо в рамках цієї роботи [1].

Мета роботи – визначити основні методи просування бізнесу та взаємодії із потенціальними клієнтами в Інтернеті.

Інтернет-маркетинг – ведення маркетингу на основі електронних технологій. Практично це стосується інтернет-технологій, завдяки яким організації збільшують продажі: електронної комерції, наприклад, і традиційної комерції, яка використовує засоби Інтернету як допоміжну технологію.

Якщо маркетинг – це залучення і утримання клієнтів, то інтернет-маркетинг – залучення і утримання клієнтів в Інтернеті.

На сьогодні в Інтернеті існує багато видів просування, кожен з яких ми розглянемо у цій роботі, проте слід розібратись, із чого все почалось.

У XXI ст. світ переходить на електронний цифровий формат. Зникають всі обмеження на збереження й використання інформації. Людське суспільство стає інформаційно насиченим, а інформація – основним продуктом, з яким буде мати справу людина у своїй діяльності як на роботі, так і вдома.

Інтернет-маркетинг вперше з'явився на початку 1990-х років, коли текстові сайти почали розміщувати інформацію про товари. Через деякий час інтернет-маркетинг переріс у щось більше, ніж продаж інформаційних продуктів. Зараз іде торгівля інформаційним простором, програмними продуктами, бізнес-моделями й багатьма іншими товарами та послугами. Такі компанії, як Google, Yahoo, і MSN, піднялися на новий рівень і сегментували ринок інтернет-реклами, пропонуючи малому і середньому бізнесу послуги з локальної реклами. Рентабельність інвестицій зросла, а витрати вдалося знизити. Цей тип маркетингу став основою сучасного капіталізму, яка дозволяє будь-кому, у кого є ідея, товар або послуга, досягти максимально широкої аудиторії [2].

Отже, розглянемо основні види реклами в Інтернеті (рис. 1).



Рис. 1. Види інтернет-маркетингу [2]

А тепер давайте розглянемо кожний вид інтернет-маркетингу окремо.

SEO-адміністрування («search engine optimization») – пошукова оптимізація сайтів, тобто оптимізація під пошукові системи. Принцип роботи SEO-оптимізації заснований на тому, що мільйони користувачів щохвилини в різних куточках планети шукають інформацію шляхом введення запиту в пошуковий рядок. Моментально пошукові системи шукають найкращу відповідь на запит користувача і видають його на сторінці пошукової видачі [3].



SEO-адміністрування – інструмент, що повинен супроводжувати сайт протягом усього його життя. Гарно зроблене SEO потенційно може знизити ціну іншого інструменту – контекстної реклами.

Контекстна реклама – принцип розміщення реклами, коли реклама орієнтується на зміст інтернет-сторінки вручну або автоматично, може бути у вигляді банера чи текстового оголошення. Наприклад, на сайті, присвяченому мотоциклам, контекстна реклама пов'язуватиметься з мотоциклами та мотоциклістами. Принцип контекстної реклами характерний також для друкованих ЗМІ, де відповідно до змісту матеріалів чи тематики видання публікується та чи інша інформація [4].

Однією із переваг контекстної реклами є геотаргетинг, можливість обирати географію показу сторінок. Також застосовуються рамкові обмеження за часом показу.

Якщо ми налаштуємо рекламу на пошукову систему, то, наприклад, у Google перші та останні 4 сторінки, які вам показала видача при вашому запиті, є рекламою.

Отже, контекстна реклама дозволяє випередити SEO ваших конкурентів, проте при гарно налаштованому попередньому інструменті ви будете витрачати менше грошей на цей.

Таргетована реклама. Такий вид реклама існує лише в соціальних мережах, де люди вказують свою особисті дані або дають дозвіл на їх обробку.

Таргетована реклама (цільова, або вибіркова реклама) – це спосіб онлайн-реклами, у якому використовуються методи і налаштування пошуку цільової аудиторії відповідно до заданих параметрів (характеристиками та інтересами) людей, які можуть цікавитися рекламованим товаром або послугою.

Існує спеціальний механізм вибірки – таргетинг, який використовується для налаштування таргетованої реклами. Виділяють такі параметри налаштувань у таргетингу:

- демографічні (орієнтовані на національність, економічний статус, стать, вік, рівень освіти, рівень доходу та зайнятість);
- психографічні (засновані на цінностях споживача, його особистості, відносинах, думці, способі життя і інтересах);
- поведінкові (відображаються в історії браузера, історії покупок та інших недавніх діях користувача на сайті);
- тимчасові (відповідно до годин або днів тижня, в які продаж товару або послуг можлива, наприклад, актуально для громадського харчування);
- географічні (поширюється для людей, що знаходяться в певний проміжок часу в певному районі зареєстрована або постійно проживає в конкретній місцевості) [5].

Таргетована реклама є досить потужним інструментом просування, особливо для товарів, які тільки з'явилися на ринку, і люди про них ще не знають. Контекстна реклама для таких товарів спрацьовує погано.

Маркетинг у соціальних мережах, або SMM (англ. social media marketing) – комплекс заходів щодо використання соціальних медіа як каналів для просування компаній та вирішення інших бізнес-завдань [6].

Цей тип рекламної діяльності включає в себе роботу спеціалістів низки інших професій: дизайнерів, менеджерів по продажах, таргетологів (людей, що займаються таргетованою рекламою), креаторів (щоб продукувати контент-план, рубрикатори та ін.).

Email-маркетинг, або прямий маркетинг, – один із інструментів інтернет-маркетингу. Розсилка по e-mail може бути виконана в найкоротші терміни і дозволяє охопити велику цільову аудиторію. Проте віднедавня такий інструмент використовується все менше через перенасиченість ринку цих послуг і найчастіше використовується у корпоративних цілях [7].

Комплексний інтернет-маркетинг – вид маркетингу, який включає в себе усі перераховані вище види маркетингової діяльності в Інтернеті. Наданням такого широкого спектра послуг на практиці може займатись лише рекламне агентство повного циклу, а дозволити собі такі послуги може лише середній та великий бізнес.

Висновок. Отже, за той час, що існує Інтернет, з'являється все більше і більше нових методів просування товарів або послуг, і, як показує реальна практика, – неіснуючих або застарілих методів не існує, є лише ті методи, які необхідні в окремо взятій ситуації.



Література: 1. Електронний журнал «НВ Бізнес». URL: <https://biz.nv.ua/markets/kak-ukrainskie-fory-i-kompanii-perezhili-koronavirusnu-2020-u-novosti-ukrainy-50148443.html#:~:text=Всього%20в%20разных%20отраслях%20оптовой,открылось%20почти%20261%2C7%20тыс.> 2. Інтернет-маркетинг // Вікіпедія – вільна енциклопедія. URL: <http://uk.wikipedia.org/wiki/>. 3. Оптимізація для пошукових систем // Вікіпедія – вільна енциклопедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Оптимізація_для_пошукових_систем. 4. Google AdWords: Довідка. Google. 5. Цільовий маркетинг // Вікіпедія – вільна енциклопедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Цільовий_маркетинг. 6. Маркетинг у соціальних мережах // Вікіпедія – вільна енциклопедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Маркетинг_у_соціальних_мережах. 7. E-mail-маркетинг // Вікіпедія – вільна енциклопедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Email-маркетинг>.



СУЧАСНІ ФОРМИ І СИСТЕМИ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ

УДК 331.2

Козачок Ю. Р.

Студент 1 курсу
факультету фінансів та обліку ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті розглянуто питання сучасних систем оплати праці, їх форми та види. Також проаналізовано мінімальну місячну та погодинну зарплату в Україні за останні роки, індекс реальної заробітної плати за роками та по областях.

Ключові слова: заробітна плата, номінальна заробітна плата, реальна заробітна плата, тарифна сітка, тарифні ставки, тарифно-кваліфікаційні довідники.



Annotation. The article deals with the issues of modern systems of remuneration, their forms and types. Also analyzed the minimum monthly and hourly wages in Ukraine in recent years, the index of real wages by years and regions.

Keywords: wages, nominal wages, real wages, tariff grid, tariff rates, tariff-qualification directories.



Актуальність теми дослідження. Отримання заробітної праці є обов'язковим процесом, який реалізується між працівником і роботодавцем. Власник виплачує її працівникові за виконану ним роботу. Заробітна плата – це важливий якісний показник економічного господарювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми, пов'язані із формами організації оплати праці, досліджують багато науковців, а саме: Д. Богині [1], В. Волик [2], А. Базилюк [2], В. Плаксов [3] та ін. Однак, незважаючи на велику кількість досліджень, проблеми ефективності оплати праці не втрачають своєї актуальності та потребують постійного вивчення.

Постановка проблеми. Заробітна плата в Україні має найбільш низький показник серед інших країн у світі. Низька оплата праці є важливою соціальною проблемою. Тому аналіз рівня зарплат в Україні є основною діяльністю задля розробки ефективної системи оплати праці та підвищення її економічного стану.



Результати дослідження. Згідно з Держкомстатом України [4] за 2020 р. середньомісячна заробітна плата збільшилась на 8,05 %, а за 2019 р. – на 13,8 %, а з 2019 по 2021 рік оплата праці збільшилась на 33,8 %.

Заробітна плата – винагорода за виконану роботу. Оплата праці складається з основної заробітної плати і додаткової оплати праці, які знаходяться приблизно у співвідношенні: 70 % – основна заробітна плата, 30 % – додаткова.

Функції заробітної плати: відтворювальна, стимулююча, розподільча. В Україні існують дві форми оплати праці: почасова та відрядна.

Почасову форму оплати праці застосовують на основі **кількості відпрацьованого часу**, а **відрядну – кількості виготовленої продукції**.

Водночас запроваджується змішана (комбінована) форма заробітної плати, яка поєднує дві попередні форми оплати.

Відрядна оплата праці поділяється на: пряму (розцінка за одиницю продукції); відрядно-преміальну (фактичний виробіток за відрядними розцінками і преміями); відрядно-прогресивну (основні розцінки і виробіток більше встановленого часу); непряму відрядну (результати праці працівників); акордну (увесь комплекс виконаних робіт).

Почасова оплата праці поділяється на: просту почасову (зарплата залежить від окладу і кількості відпрацьованого часу); почасово-преміальну (розраховується за відпрацьований час і премії).

Законом України «Про Державний бюджет на 2021 рік» була встановлена мінімальна оплата праці за місяць – 6500 грн, а погодинна – 39,12 грн. Таким чином, у 2021 році зарплата зросла на 1500 грн, що складає 30 % до рівня 2020 року [4]. А у період з 01.01.2014 по 31.12.2019 рр. заробітна плата збільшилась на 2955, тобто на 242,6 % (табл. 1).

Таблиця 1

Мінімальна зарплата в Україні з 2014 по 2021 рр. [5]

Період	Мінімальна зарплата	
	місячна	погодинна
з 01.12.2021 по 31.12.2021	6500	39,12
з 01.01.2021 по 30.11.2021	6000	36,11
з 01.09.2020 по 31.12.2020	5000	29,2
з 01.01.2020 по 30.08.2020	4723	28,31
з 01.01.2019 по 31.12.2019	4173	25,13
з 01.01.2018 по 31.12.2018	3723	22,41
з 01.01.2017 по 31.12.2017	3200	19,34
з 01.12.2016 по 31.12.2016	1600	9,59
з 01.05.2016 по 30.11.2016	1450	8,69
з 01.01.2016 по 30.04.2016	1378	8,29
з 01.09.2015 по 31.12.2015	1378	8,29
з 01.01.2015 по 31.08.2015	1218	7,29
з 01.01.2014 по 31.12.2014	1218	7,3

У сучасній економіці застосовуються такі системи заробітної плати: тарифні, преміальні, колективні форми оплати. Вибір тієї чи іншої заробітної плати залежить від трьох факторів: 1) кількість і якість виробленої продукції; 2) ретельності продукції; 3) рівня витрат.

Згідно зі ст. 96 КЗпП в Україні **тарифна система** відіграє основну роль в організації оплати праці.

Тарифна система, яка містить такі елементи: сітку; тарифні ставки; тарифно-кваліфікаційні довідники; схеми посадових окладів.

Частиною 3 статті 96 Кодексу законів про працю України, у редакції від 5 жовтня 2016 року «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України», було передбачено, що тарифна сітка визначається на основі тарифної ставки робітника першого розряду, що перевищує розмір мінімальної заробітної плати [6].



Преміальні системи застосовуються в роботі одноманітних операцій, виконуються в темпі, який підлягає контролю окремої особи або групи робітників.

Колективна або бригадна система – це форма оплати праці, при якій заробіток робітника залежить від кількості і якості продукції, яку виробив увесь колектив (бригада).

Підприємства самостійно визначають форми та системи оплати праці, дотримуючись норм та гарантій, передбачених законодавством (ч. 2 ст. 97 КЗпП і ст. 15 Закону про оплату праці).

Існує номінальна і реальна заробітна плата.

Номінальна заробітна плата – оплата, яку отримує працівник за виконану роботу.

Реальна заробітна плата – це кількість товарів і послуг, яку людина може придбати на номінальну заробітну плату.

Середнє значення індексу реальної заробітної плати за 2020 рік складає 110,2, але це не дуже гарний результат порівняно з лютим 2021 року, адже він знизився на 9,5 % (табл. 2).

Таблиця 2

Індекси реальної заробітної плати за останні роки, % [7]

	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.
Січень	80,3	91,7	86,6	86,4	87,3	85,9
Лютий	105,3	102,3	100,6	101,7	101,4	100,7
Березень	106,2	106,8	105,9	107,6	104,8	
Квітень	96,1	97,7	100,4	99,2	90,4	
Травень	101,6	101,4	102,9	99,0	100,8	
Червень	107,2	105,8	104,8	105,8	109,5	
Липень	100,9	99,5	101,0	102,4	102,6	
Серпень	97,1	97,0	97,9	96,3	97,2	
Вересень	101,2	101,3	98,8	100,7	104,3	
Жовтень	97,0	99,2	100,2	99,7	100,5	
Листопад	99,3	100,5	98,0	99,5	97,2	
Грудень	118,6	116,2	114,5	115,1	117,2	
За рік	106,5	118,9	109,7	111,4	110,2	86,5

Якщо порівнювати індекси реальної заробітної плати по областях, то найвищий результат у Дніпропетровській області (96,0 %), а найнижчий – у Закарпатській області (77,9 %).

Таблиця 3

Індекс реальної заробітної плати по всіх областях України в 2021 р., % [7]

Область	За рік
1	2
Вінницька	87,1
Волинська	85,4
Дніпропетровська	96,0
Донецька	92,0
Житомирська	84,9
Закарпатська	77,9
Запорізька	91,0
Івано-Франківська	86,3
Київська	87,5
Кіровоградська	84,3
Луганська	78,9
Львівська	87,2
Миколаївська	84,7
Одеська	86,1



Закінчення табл. 3

1	2
Полтавська	87,8
Рівненська	80,2
Сумська	85,2
Тернопільська	82,5
Харківська	85,8
Херсонська	84,4
Хмельницька	81,9
Черкаська	88,5
Чернівецька	81,1
Чернігівська	89,8
м. Київ	79,7
Україна	85,9

Для більш детального аналізу потрібно дивитися на індекси інфляції. У 2020 році він склав 105,0 %, з цього випливає, що індекс реальної зарплати перевищує індекс інфляції. Але, наприклад, у 2016 році інфляція перевищувала оплату праці на 5,9 %, хоча потрібно, що було навпаки (табл. 3, табл. 4).

Таблиця 4

Індекси інфляції за останні роки, % [8]

	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.
Січень	100,9	101,1	101,5	101,0	100,2	101,3
Лютий	99,6	101,0	100,9	100,5	99,7	101,0
Березень	101,0	101,8	101,1	100,9	100,8	
Квітень	103,5	100,9	100,8	101,0	100,8	
Травень	100,1	101,3	100,0	100,7	100,3	
Червень	99,8	101,6	100,0	99,5	100,2	
Липень	99,9	100,2	99,3	99,4	99,4	
Серпень	99,7	99,9	100,0	99,7	99,8	
Вересень	101,8	102,0	101,9	100,7	100,5	
Жовтень	102,8	101,2	101,7	100,7	101,0	
Листопад	101,8	100,9	101,4	100,1	101,3	
Грудень	100,9	101,0	100,8	99,8	100,9	
За рік	112,4	113,7	109,8	104,1	105,0	

З графіка видно, що після 2016 року індекси інфляції та реальної заробітної плати розійшлися в різні боки, індекс зарплати коливається в межах 100 % і перевищує індекс інфляції, що є нормою. У 2016 та 2018 роках індекси наближаються один до одного через політику соціальних стандартів з метою відновлення купівельної спроможності громадян.

Висновок. Отже, за результатами дослідження можна зробити висновок, що реальна заробітна плата кожним роком збільшується, але на лютий 2021 року маємо не дуже задовільний результат, адже оплата зменшилась на 9,5 %.

Рівень реальної зарплати залежить від:

- 1) номінальної заробітної плати;
- 2) індексу вартості життя;
- 3) податків, які сплачують робітники до бюджету держави і фондів соціального страхування.

Реальна заробітна плата прямопропорційна змінам номінальної заробітної плати і обернено пропорційна змінам рівня цін. Вона стимулює структуру і розвиток виробництва, а отже, зниження реальних доходів працівників призводить до скорочення виробництва.

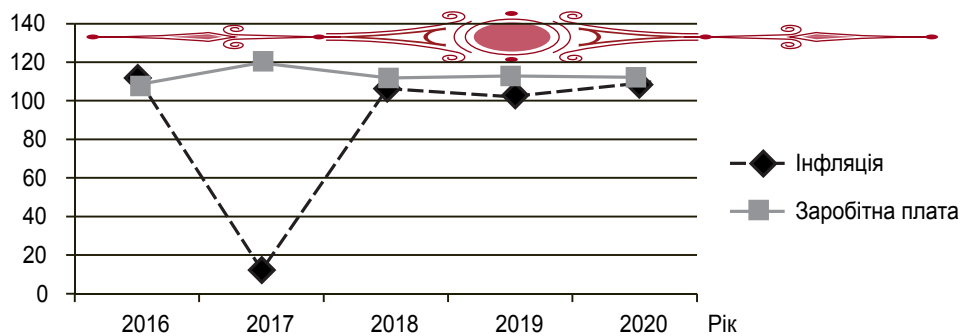


Рис. 1. Динаміка індексів інфляції та реальної заробітної плати за 2016–2020 роки

Джерело: побудовано автором на основі [7; 8]

Науковий керівник – д-р екон. наук, доцент Мащенко М. А.

Література: 1. Богиня Д. Критерії і показники оцінки стану мотивації праці на підприємствах різних форм власності // Трудовий потенціал України і його реалізація в умовах розбудови національної економіки : матеріали Міжнар. наук. конф. Львів, 1997. С. 147–151. 2. Волик В., Базиліук А. Реформування соціально-трудова відносин. *Україна: аспекти праці*. 1995. № 1–2. С. 4–9. 3. Пласков В. А. Нормативна оцінка результативності праці // Проблеми економіки, оплати и нормирования труда в условиях формирования рыночных механизмов : сб. докл. Междунар. науч.-практ. конф. Хмельницький, 1995. С. 142–144. 4. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. 5. Мінімальна зарплата в Україні. URL: <https://services.dtkk.ua/catalogues/indexes/2>. 6. Кодекс законів про працю України URL: http://www.ccu.gov.ua/sites/default/files/3_3593.pdf. 7. Індекс реальної заробітної плати. URL: <http://index.minfin.com.ua/index/real/>. 8. Індеси інфляції за останні роки. URL: <https://buhgalter.com.ua/dovidnik/norma-robochogo-chasu/tablistsya-indeksiv-inflyatsiy/>.



PHASES OF ENTERPRISE STRATEGY DEVELOPMENT

UDC 656.7

I. Kobzar

Студент 4 курсу
факультету міжнародних економічних відносин і журналістики ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Annotation. This article is about phases or stages of strategy development for enterprise. Global experience shows that companies which have well-developed strategy are the most successful. The influence of strategy is huge, because due to it a company can be either successful or outsider.

Keywords: strategy, strategy development, development stages, strategic planning, influence of strategy.





Анотація. Описано фази або етапи розробки стратегії для підприємства. Глобальний досвід показує, що компанії, які мають добре розвинену стратегію, є найбільш успішними. Вплив стратегії величезний, тому що завдяки їй компанія може бути успішною або залишитися позаду.

Ключові слова: стратегія, розробка стратегії, етапи розробки, стратегічне планування, вплив стратегії.



To be successful means knowing how to use own talent and resources to best advantage, and it's very difficult to "win" if don't having a game plan in place [1], that's why the topic is actual from theoretical and practical sides.

The theoretical basis for the development of problems of strategy development were established in the works of P. Drucker, J. K. Galbraith, A. Marshall, K. Marx, K. McConnell, J. Robinson, P. Samuelson, J. Schumpeter, O. Mazorenko and others.

The purpose of the article is to disclose the phases or steps of enterprise strategy development.

There are several phases of the development of a strategy.

The first step is to analyze environment and gather the facts. Environmental analysis is a strategic tool. It is a process to identify all the external and internal elements, which can affect the organization's performance. The analysis entails assessing the level of threat or opportunity the factors might present. The analysis helps align strategies with the firm's environment [2].

The second step is to create a vision statement. This statement should describe the future direction of the business and its aims in the medium to long term. It's about describing the organization's purpose and values. A vision statement should stretch the imagination while providing guidance and clarity. It will help inform direction and set priorities while challenging employees to grow. But most importantly, a vision statement must be compelling not just to the high-level executives of a company, but to all employees.

Vision statements may fill the following functions for a company [3]:

- serve as foundations for a broader strategic plan;
- motivate existing employees and attract potential employees by clearly categorizing the company's goals and attracting like-minded individuals;
- focus company efforts and facilitate the creation of core competencies by directing the company to only focus on strategic opportunities that advance the company's vision;
- help companies differentiate from competitors, for example, profit is a common business goal, and vision statements typically describe how a company will become profitable rather than list profit directly as the long-term vision.

A completed vision statement should give employees a clear idea of a company's path forward. Then it's up to a company to nurture and support that vision and to inspire employees to do the same.

The third step is to create a mission statement. A mission statement is a short statement of an organization's purpose, identifying the goal of its operations: what kind of product or service it provides, its primary customers or market, and its geographical region of operation. A commercial mission statement consists of three essential components [4]:

- key market: the target audience;
- contribution: the product or service;
- distinction: what makes the product unique or why the audience should buy it over another.

The sole purpose of a mission statement is to serve as a company's goal or agenda; it outlines clearly what the goal of the company is.

The fourth and fifth steps are to identify strategic goals and objectives. At this stage, the aim is to develop a set of high-level goals for all areas of the business. They need to highlight the priorities and inform the plans that will ensure delivery of the company's vision and mission [5].

Crucially, goals must be SMART (Specific, Measurable, Achievable, Realistic and Time-related). Goals must also include factors such as KPI's, resource allocation and budget requirements.

SMART goal setting includes [6]:



Specific: creating objectives that are very specific. The more specific they are, the easier it is for company to achieve them.

Measurable: objectives should be able to identify exactly what it is company will see, hear and feel when they are fulfilled. They should be broken down into measurable elements.

Attainable: while it is ok to set very challenging objectives, company should not set them so high that it fails to achieve them.

Relevant: company needs to make sure goals are relevant and meet all the needs as expected.

Timely: if there is no deadline to the objective, there will be no hurry or focus to get it done. It doesn't necessarily have to be very rigid, company can keep them realistic and flexible.

It must be distinguished a difference between goals and objectives [7]:

Goals establish where company intends to go and tell when it gets there. They help improve company's overall effectiveness as a company. The more carefully company defines its goals, the more likely it is to do the right things and achieve what it wanted to accomplish in the first place.

Objectives are the specific steps company needs to take in order to reach each of the goals. They specify what you must do and when.

It is needed to think of goals and objectives this way:

- goals tell company where it wants to go; objectives tell company exactly how to get there;
- goals can increase effectiveness; objectives back your goals and make company more efficient;
- goals are typically described in words; objectives often come with numbers and specific dates.

The sixth step is performance management. Managing and monitoring a whole strategy is a complex task, which is why many directors, managers and business leaders are looking to alternative methods of handling strategies.

The last step is assessment of strategy implementation in order to understand strong and weak points of the strategy and correct it if needed.

The strategy might not be implemented due to the following reasons [8]:

- incomplete alignment between strategy and organizational structure;
- insufficient knowledge of all managers involved in the implementation of plans, of what, why and when should be achieved as a result, as well as of what specific changes in behavior and actions are required from each of them;
- incomplete elaboration of the issues of identification, provision and distribution of resources necessary for implementation of the strategy;
- low effectiveness of mechanisms for monitoring the effectiveness of implemented strategies and making necessary adjustments in identifying deviations;
- the lack in the organization of an atmosphere of responsibility for the success of a strategy supported throughout the period of its implementation;
- the unpreparedness of managers to overcome the resistance associated with the new strategies of change.

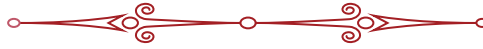
So, strategy development, also known as strategic planning, is fundamental to creating and running a business. Simply put, it's a game plan that sets specific goals and objectives but like a game plan, it is capable of being changed in response to shifting market dynamics.

Supervisor – Candidate of Sciences (Law), Associate Professor Mironova O. M.

Literature: **1.** Developing your strategy. URL: <https://www.mindtools.com/pages/article/developing-strategy.htm>. **2.** Duermyer R. Marketing strategy for home business success. URL: <https://www.thebalancesmb.com/marketing-strategy-for-home-business-success-1794314>. **3.** Fernandes P. What is a vision statement? URL: <https://www.businessnewsdaily.com/3882-vision-statement.html>. **4.** Burke A. Goal vs mission. URL: <https://smallbusiness.chron.com/goal-vs-mission-37563.html>. **5.** Difference between goals and objectives. URL: <http://www.differencebetween.net/business/difference-between-goals-and-objectives/>. **6.** Smart goals. URL: [175](https://www.yourcoach.be/en/coaching-</p></div><div data-bbox=)



tools/smart-goal-setting.php. 7. Norman I. What is the business difference between objectives & goals? URL: <https://smallbusiness.chron.com/business-difference-between-objectives-goals-21972.html>. 8. Реализация стратегии. URL: <http://topknowledge.ru/strategicheskij-menedzhment/1662-realizatsiya-strategii.html>.



СТАН І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ МІЖНАРОДНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ

УДК 339.138:339.5

Кожевнікова М. О.

Студент 4 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. В роботі досліджено сучасний стан комплексу управління міжнародною маркетинговою діяльністю торгового підприємства та проаналізовано тенденції у веденні управлінської діяльності міжнародним маркетингом з огляду на потреби споживачів і зміни на ринку міжнародних торговельних мереж.

Ключові слова: міжнародний маркетинг, система управління маркетингом, тенденції розвитку, торговельні мережі.



Annotation. The article analyzes the complex of management of international marketing activities of a trading company, analyzes the current state of the market and examines trends in the management of international marketing in view of the needs of consumers in the market of international trade networks.

Keywords: international marketing, marketing management system, development trends, trade networks.



Актуальність теми дослідження. У сучасних ринкових умовах, схильних до непередбачуваності економічних явищ і процесів, все більшої актуальності для підприємств набувають питання, пов'язані з системою управління, яка забезпечує ефективність господарської одиниці в нових умовах.

Постановка проблеми. Динамічний розвиток торгівлі зумовлює загострення конкуренції, і зміна характеру конкурентної боротьби в цій сфері обумовлює необхідність розширення сфери застосування засобів маркетингу в управлінні торговельними підприємствами. Однак швидкі темпи глобалізації світової економіки, високий ступінь схожості товарів різних виробників і індивідуалізація запитів споживачів знижують ефективність методів ведення конкуренції і застосування традиційних засобів маркетингу.

Аналіз останніх досліджень. Питання проведення комплексу управління міжнародною маркетинговою діяльністю та сучасні напрямки та тенденції розвитку міжнародного маркетингу були досліджені такими зарубіжними вченими, як Шталь Т. В., Євстигнеєва Т. В., Орлов П. А., Савицька Н. Л., Ансофф І., Багієв Г., Діденко Н., Дей Д., Деніелс Дж., Котлер Ф., Ключач В., Колз Р., Холленсен С., Ципкін Ю.

Метою дослідження є аналіз стану та виявлення тенденцій розвитку ринку торговельних мереж і виокремлення тенденцій в системі управління міжнародним маркетингом у торговельних мережах.



Основні результати досліджень. Маркетинг пропонує дієві засоби для підвищення конкурентоспроможності та позиціонування підприємства на ринку, тому можна стверджувати, що маркетинг – це ринкова система управління діяльністю господарської одиниці. Про зростання значення маркетингу в глобальному масштабі свідчать, зокрема, результати спеціальних досліджень, згідно з якими понад 75 % комерційних невдач на світовому ринку відбувається з причин, пов'язаних з помилками в маркетинговій діяльності, і лише менше чверті їх обумовлено іншими причинами.

Досконало побудована система управління маркетинговою діяльністю забезпечує: надійну, достовірну інформацію про ринок, структуру і динаміку потреби і попиту, смаки і бажання споживачів, тобто інформацію про зовнішні умови функціонування підприємства; створення товару, товарного асортименту, який відповідає вимогам ринку, краще, ніж товар конкурента, задовольняє попит, вирішує проблему споживача; необхідний вплив на споживача, на попит, на ринок, що забезпечує максимально можливий контроль над сферою реалізації [7].

Узагальнення досліджень зарубіжних учених дозволяє відзначити, що сучасні напрями становлення міжнародного маркетингу тісно пов'язані з загальними тенденціями розвитку світового економічного процесу: наявністю сформованої світової господарської системи, включаючи глобальну продовольчу, торгову і логістичну системи; активізацією процесів інтернаціоналізації; сучасний науково-технічний розвиток визначає тенденції і пріоритети функціонування світової торгівлі, в тому числі по окремих продуктових ринках (зерно, молоко і молочні продукти, м'ясо і м'ясні продукти і ін.); тенденції та напрямки інвестиційних процесів характеризуються територіальними і галузевими аспектами.

У сучасних умовах сфера роздрібної торгівлі, як опорна складова розвинених економічних відносин, багато в чому сприяє вирішенню головного завдання суспільного виробництва – задоволення різнобічних потреб людей. Саме роздрібна торгівля, реалізуючи вироблену споживчу вартість, пов'язує виробництво зі споживанням і підтримує баланс між попитом і пропозицією.

Проте питання впровадження ефективної маркетингової системи у торгову мережу потребує подальшого дослідження. Ця система має бути здатною об'єднати зусилля менеджерів, виробників, технічних фахівців, комерційних працівників з метою швидкого реагування на зміни навколишнього середовища і вибору вибіркового впливу на неї за певними напрямками.

Система управління маркетингом на підприємстві піддається впливу багатьох чинників: політична нестійкість, непередбачуване зовнішнє середовище, зміна конкурентних позицій тощо. Цілі маркетингової діяльності завжди спрямовані на те, щоб перетворити потреби покупців у прибуток підприємства і досягти конкретних результатів на певних ринках. Напрямок і характер цілей підприємства змінюється під впливом швидких темпів науково-технічного прогресу, швидкої зміни попиту споживачів, ускладнення виробництва і зростання його масштабів та інших чинників [2].

Як наслідок бажання стимулювати попит, активно розвиваються торговельні мережі формату дискаунтер, частка яких за останні 5 років збільшилася на 33 %. Підвищений попит на власні торговельні марки стимулював ритейлерів нарощувати кількість позицій під своїми торговими марками. Норма для європейського дискаунтера – 50–60 %. Для інших форматів єдиних оцінок немає.

У цей час глобальні торговельні мережі відіграють все більш помітну роль на світовому роздрібному ринку. Головною причиною цього є постійні інвестиції материнських структур в розширення мережі та її популярність, а також відпрацьовані маркетингові технології ведення бізнесу, які отримують франчайзі (рис. 1).

Для відстеження темпів зростання ринку торговельних мереж складається щорічний перелік Топ-250 компаній ритейлу. Щоб увійти до Топ-250 у 2019 фінансовому році, компанії була потрібна роздрібна виручка не менш 3,7 млрд дол. США, що трохи вище порівняно з 3,6 млрд дол. США в попередньому році. 18 компаній з 250 найбільших компаній перевищили 50 млрд дол. США. У роздрібній виручці в 2019 фінансовому році, в той час як 55 компаній представили роздрібну виручку нижче 5,0 млрд доларів США, в середньому компанії мали роздрібні операції в 10 країнах і отримали 23,6 % їх сукупної роздрібної виручки від зарубіжних операцій. Як ми бачимо, спостерігається зростання міжнародних мереж і збільшення сукупного прибутку компаній (рис. 2).

Так само ми бачимо, що у 2018–2019 роках зростання сукупного прибутку припадає на 83 % компаній з Топ-250 компаній, що відповідає кількості компаній з прибутком більше 5 млрд доларів.

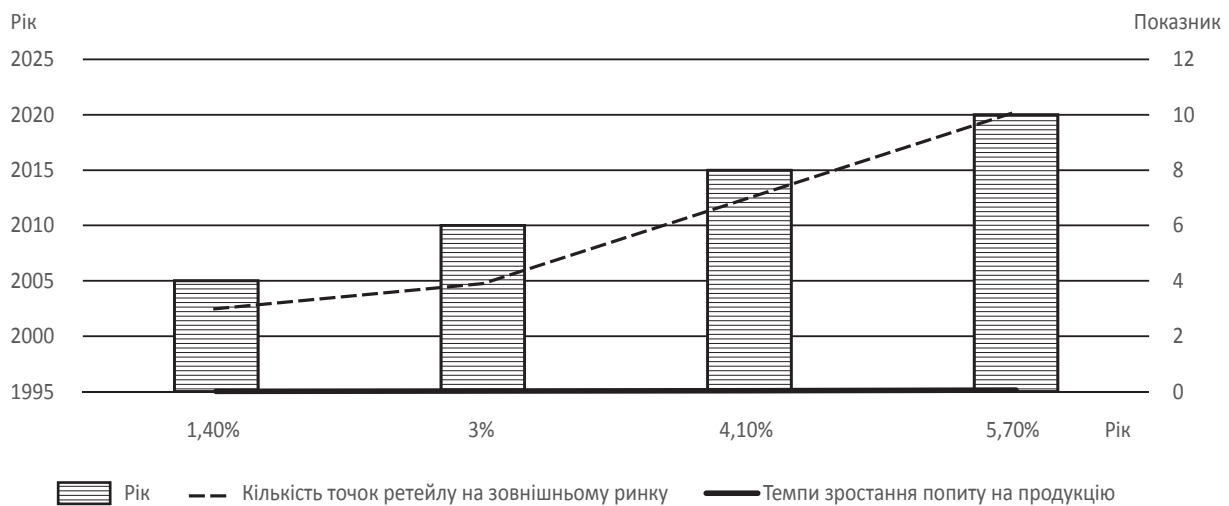


Рис. 1. Динаміка зростання філій торговельних мереж на зовнішніх ринках

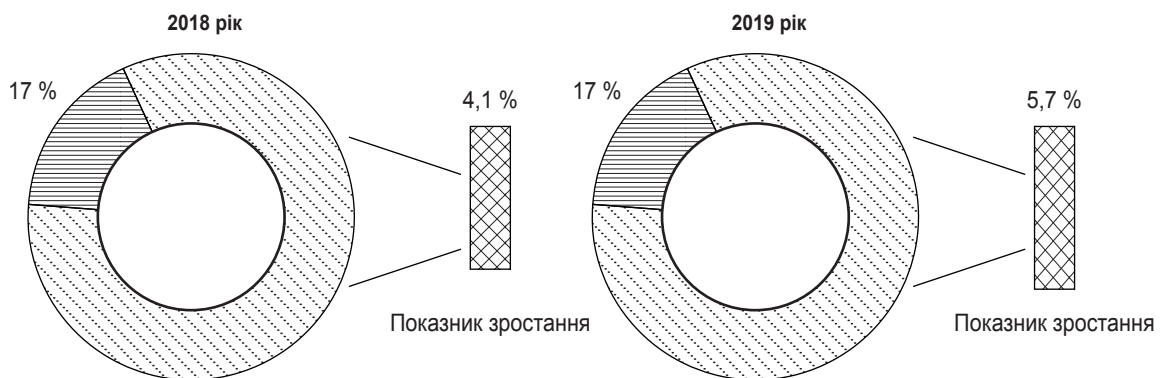


Рис. 2. Динаміка сукупного прибутку Топ-250 торговельних мереж

Водночас частка місцевих компаній ритейлу на ринках зменшується через неможливість витримувати конкуренцію з іноземними мережами. У той час як міжнародні компанії вкладають мільйони у розроблення маркетингового комплексу, стратегії просування, малі підприємства не мають коштів і вважають за краще використовувати традиційні методи маркетингу, які використовуються протягом багатьох років, через що організаційна структура торговельних підприємств слабо орієнтована на споживачів. Крім того, діяльність торговельних мереж, що направлена на виявлення потреб (такі як маркетингові дослідження для виявлення прихованих потреб покупців, оцінка їх задоволеності якістю обслуговування), що лежать на поверхні, недостатньо застосовуються в діяльності торговельних підприємств [1].

Тому протягом останніх років простежується тенденція до експансії гігантами ринку та стабільного скорочення присутності місцевих мереж.

Сучасні тенденції розвитку міжнародного маркетингу в провідних країнах світу (Європейський Союз, США, Японія) можна охарактеризувати такими положеннями:

- високими темпами розвитку інфраструктури міжнародного маркетингу (створюються і функціонують центри з маркетингових досліджень, аналітичні лабораторії, міжнародні рекламні агентства, навчальні центри);
- збільшенням частки витрат на маркетинг (наприклад, за даними досліджень Інституту маркетингу Німеччини, в собівартості традиційних товарів індивідуального користування витрати на маркетинг становлять приблизно 25 %, а в новій продукції – до 70 %);
- використанням сучасних інформаційно-аналітичних і технічних засобів у маркетингу (програми з математичним забезпеченням, кредитна і чекова системи, мережа Інтернет, міжнародні статистичні бази даних



COT, Організація економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР), Продовольча і сільськогосподарська організація ООН (ФАО));

– орієнтацією на концепцію соціально-етичного маркетингу: зміни, що відбуваються в суспільстві, тягнуть за собою трансформації в системі цінностей споживачів, ставлення людей до навколишнього середовища і безпеки, що впливає на розробку маркетингової стратегії;

– вивченням попиту з метою детальної сегментації продуктових ринків в умовах сучасної міжнародної та регіональної торгово-економічної конкуренції [4].

У зв'язку з тенденцією підвищення вимог споживачів до індивідуалізації пропозицій методи масового маркетингу стають малоефективними. Зростає інтерес до диференціації пропозиції на рівні роздрібних торговельних мереж.

У цих умовах торговельним мережам необхідно забезпечувати споживачів не тільки можливістю з мінімальними зусиллями здобувати потрібні товари і послуги, але і гарантувати їм відповідність пропонованих товарів і послуг їх індивідуальним потребам. Як результат, виникла необхідність внесення коригувань до технологій і підходів до організації діяльності роздрібних торговельних мереж, особливо у сфері маркетингу. Одним із таких коригувань є впровадження до діяльності торговельних підприємств клієнтоорієнтованого підходу та формування системи маркетингу на основі концепції маркетингу відносин.

Ф. Котлер в книзі «Маркетинг 3.0: від продуктів до споживачів і далі – до людської душі» ставить у центр уваги маркетингологів людські емоції, на основі яких формуються цінності споживачів [3].

Суть цього підходу в загальному випадку можна звести до впровадження трьох найбільш важливих моментів:

1) орієнтація на утримання існуючих клієнтів. Внаслідок того, що збільшення частки ринку і залучення нових споживачів стає все дорожче, компаніям раціональніше використовувати потенціал вже наявної бази клієнтів і забезпечувати зростання продажів за рахунок збільшення частки споживання вже існуючими клієнтами;

2) індивідуальні комунікації з клієнтами. Особистісне інтерактивне спілкування між споживачем і компанією дозволяє останній пропонувати продукти з урахуванням індивідуальних особливостей кожного споживача. З розвитком інформаційних технологій та Інтернету рішення цього завдання стало цілком реальним;

3) співробітництво, засноване на відносинах, а не на продукті. У зв'язку з тим, що товари і послуги стають все більш одноманітними, основою для формування і розвитку співпраці між компанією та її клієнтами стають відносини. Споживачі сприймають компанію як носія певної ідеї, яка має для них особливу цінність. Тобто система управління робить акцент на впровадженні механізмів, що будуть робити процес придбання максимально легким, зручним і комфортним для споживача [6].

Головне завдання підприємства торгівлі при використанні всіх інструментів в рамках проведення маркетингової політики – сприяти тому, щоб покупець прийшов за товаром саме до цього торговельного підприємства, використовувати багатий спектр можливостей впливу на споживача для закріплення особливого іміджу торговельного підприємства в свідомості споживачів.

Тому поряд з основними послугами, пов'язаними з реалізацією товарів, торговельні мережі починають надавати також і додаткові послуги, в тому числі передреалізаційні та післяреалізаційні.

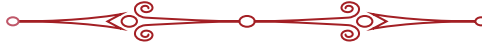
Цей підхід спирається, перш за все, на розширений комплекс маркетингу і вимагає більш докладного його розгляду. Найбільш визнаною моделлю розширеного комплексу маркетингу в сфері послуг є модель «7Р», запропонована Б. Бумс і М. Бітнером. Концепція чотирьох і більше Р досить гнучка. Компанія самостійно може доповнювати свій комплекс маркетингу будь-якою кількістю Р, залежно від того, який у неї продукт і специфіка бізнесу [5].

Таким чином, з урахуванням особливостей виявлених тенденцій на сучасному етапі розвитку торговельних мереж система управління маркетингом є необхідною складовою просування та забезпечення функціонування точок ритейлу та повинна включати у свій комплекс орієнтацію на клієнта не лише на етапі реклами, а й у передреалізаційній та післяреалізаційній моменти, роблячи акцент на клієнтоорієнтований підхід.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Шталь Т. В.



Література: 1. Божкова В. В., Птащенко О. В., Сагер Л. Ю., Сигида Л. О. Трансформації інструментарію маркетингових комунікацій в умовах глобалізації. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2018. № 1. С. 73–82. 2. Бурліцька О. Маркетинговий підхід у управлінні розвитку продовольчої торгової мережі // Теоретичні та прикладні аспекти розвитку економіки : матеріали II наук.-практ. конф. (м. Тернопіль, 18 квіт. 2012 р.). Тернопіль : ТНТУ, 2012. С. 83–85. 3. Герчикова И. М. Менеджмент : учебник. Москва : Банки и биржи, Юнити. 1997. 200 с. 4. Диденко Н. И., Скрипнюк Д. Ф. Международный маркетинг: теория и анализ конкретных ситуаций : учебник. Москва : Юрайт, 2015. 556 с. 5. Евстигнеева Т. В. Маркетинг отношений на предприятиях розничной торговли. Ульяновск : УлГТУ, 2009. 135 с. 6. Котлер Ф., Армстронг Г, Сондерс Дж., Вонг В. Основы маркетинга. Киев : Вильямс, 2010. 1055 с. 7. Цахал Р. К. Маркетинг : учебник. Москва : Дашков и К, 2013. 552 с.



ПРОДУКТИВНІСТЬ ПРАЦІ В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ

УДК 338.2

Коноваленко А. В.

Студент 1 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті досліджено особливості продуктивності праці в Україні на сучасному етапі її розвитку. Охарактеризовано методи, за допомогою яких можна мотивувати працівників. Проаналізовано вплив, який продуктивність праці здійснює на економіку України.

Ключові слова: продуктивність праці, мотивація, екстенсивність, інтенсивність, COVID-19, якості освіти, прогноз, законодавство України, безробіття, зростання.



Annotation. The article examines the features of labor productivity in Ukraine at the present stage of its development. The methods by which you can motivate employees are characterized.. Analyzed the impact that labor productivity has on the economy of Ukraine.

Keywords: labor productivity, motivation, extensiveness, intensity, COVID-19, quality of education, forecast, legislation of Ukraine, unemployment, growth.



Актуальність. Актуальність питання продуктивності праці в Україні полягає в тому, що ефективне використання трудових ресурсів забезпечує конкурентну здатність господарюючому суб'єкту. Адже узагальнюючим показником результативності праці є його продуктивність, яка характеризує обсяги випущеної продукції або вироблених послуг на одиницю витрат праці. Звідси витікає необхідність більш детального вивчення цього питання задля розуміння всіх переваг і недоліків продуктивності праці України й подальшого збільшення її ефективності.

Метою розгляду цієї теми є дослідження продуктивності праці в Україні та виявлення, за рахунок виконання яких завдань можна підвищити її рівень.



Сучасна економічна ситуація в Україні та кризовий стан справ на підприємствах зумовили необхідність підвищення ефективності праці як на рівні підприємства, первинної ланки суспільного виробництва, так і на рівні усього народного господарства загалом. Підвищення продуктивності праці є безперечною умовою прогресу і розвитку виробництва. Систематичне зростання продуктивності праці має пріоритетне значення для підвищення ефективності функціонування будь-якого підприємства, галузі промисловості, всього господарського комплексу, для підвищення матеріального добробуту кожного працюючого. Саме тому обрана тема є досить актуальною.

Багатогранна проблема підвищення продуктивності праці стала предметом уваги багатьох зарубіжних дослідників, зокрема – Д. Сінка, Ф. Тейлора, Г. Емерсона, Б. Генкіна, Р. Колосової, Р. Яковлева та ін. Серед українських дослідників істотний внесок у вивчення цієї проблеми належить А. Ревенко, А. Колоту, Т. Заяць, Г. Кулікову, О. Грішнівій ін.

Вимірювання продуктивності праці має ґрунтуватися на розумінні економічного її змісту, визначенні показників, які можуть характеризувати рівень продуктивності праці у часі і просторі.

Методи обліку продуктивності праці мають відповідати таким вимогам:

- одиниця виміру не може викривляти показники продуктивності праці;
- повністю враховувати фактичний обсяг робіт і затрати робочого часу;
- забезпечувати єдність методів вимірювання продуктивності праці;
- показники продуктивності праці мають бути наскрізними, зведеними, порівняльними, мати високий ступінь узагальнення, бути універсальними у застосуванні.

Розрізняють продуктивність у масштабі суспільства, регіону, галузі, підприємства, організації, цеху, виробничої ділянки, бригади й окремого працівника [1].

Вимірювання продуктивності праці здійснюється шляхом зіставлення результатів праці у вигляді обсягу виробленої продукції з витратами праці (середньообліковою чисельністю персоналу). Рівень продуктивності праці характеризується показником виробітку, який показує кількість продукції, що виготовлено за одиницю часу або приходиться на одного середньооблікового працівника.

Вихід України з економічної кризи і вирішення стратегічних завдань, які стоять перед її народом зі створення національної економіки, можливі за умови значного підвищення ефективності всієї сукупної праці суспільства. Від цього залежить ступінь задоволення потреб її громадян і місце у світовому співтоваристві. А це, своєю чергою, не можливе без подальшого підвищення продуктивності. Національний дохід, або валовий національний продукт, у разі підвищення продуктивності збільшується швидше, ніж показники витрат. Зниження продуктивності призводить до інфляції, пасивного торговельного балансу, повільних темпів зростання або спаду виробництва і до безробіття [2].

Рівень екстенсивного використання праці показує ступінь її продуктивного використання та тривалість протягом робочого дня при незмінності інших характеристик. Чим повніше використовується робочий час, чим менше простоїв та інших втрат робочого часу і чим триваліший робочий день, тим вищий рівень екстенсивного використання праці, а отже, продуктивності праці. Однак зростання продуктивності праці за рахунок екстенсивних характеристик має чіткі межі: законодавчо встановлену тривалість робочого дня і робочого тижня. Якщо протягом законодавчо встановленої тривалості робочого часу останній цілком витрачається на продуктивну працю, то це і є верхня межа рівня екстенсивного використання праці. Інтенсивність праці характеризує ступінь її напруженості і визначається кількістю фізичної та розумової енергії людини, витраченої за одиницю часу.

Підвищення інтенсивності праці також має свої межі, а саме: фізіологічні та психічні можливості людського організму. Нормальна інтенсивність праці означає таку витрату життєвої енергії людини протягом робочого часу, яку можна повністю поновити до початку наступного робочого дня при реально доступній для цієї людини якості харчування, медичного обслуговування, використання вільного часу тощо. Отже, рівень екстенсивного використання праці та інтенсивність праці – це важливі фактори зростання продуктивності праці, які, однак, мають чіткі обмеження, тобто не можуть використовуватися безкінечно [3].

Аналізуючи наведені у табл. 1 розрахунки, можна констатувати, що за період 2014–2016 рр. показник проодуктивності праці в Україні має стійку тенденцію до зростання. Загальна ситуація, яка склалася в економіці України, незважаючи на збереження низки істотних проблем та ризиків, свідчить про поступове формування якісного підґрунтя для подальшого стабільного економічного розвитку в нових економічних реаліях.



Таблиця 1

Продуктивність праці в Україні у 2001–2016 роках [4]

Рік	Продуктивність праці (одного зайнятого)		
	у фактичних цінах, грн	у постійних цінах 2010 року, грн	індекс фізичного обсягу, відсотків до попереднього року
2014	87804	58982	99,9
2015	120934	58494	99,2
2016	146549	60534	103,4

У 2020–2021 роках темпи зростання потенційного ВВП в умовах нарощування інвестиційної активності економічних агентів, що дозволить здійснювати якісні зміни в основних виробничих потужностях, а також продовження процесів реформування ринку праці, що стимулюватиме зростання зайнятості населення України, поступово збільшуватимуться. Деяке уповільнення темпів зростання потенційного ВВП у 2019 році обумовлюватиметься особливостями року, на який припадуть подвійні вибори, що безпосередньо формуватиме стриману вибірковою позицію не лише інвесторів, а й роботодавців.

Враховуючи таку динаміку потенційного ВВП в табл. 2., а також формуючи систему припущень, які впливатимуть, в першу чергу, на динаміку попиту, розроблено прогноз економічного і соціального розвитку України на 2019–2021 роки.

Поширення гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2, докорінно змінило тренд економічного розвитку більшості країн світу, у тому числі і України. Так, у першому кварталі 2020 року було зафіксовано зниження темпів реального ВВП (-1,3 % р/р), який, за даними Держстату, у другому кварталі 2020 року продовжив скорочення, як порівняно з I кварталом 2020 року (на -9,9 %), так і до II кварталу 2019 року (на -11,4 % р/р).

Таблиця 2

Зміни ВВП та потенційного ВВП, % до попереднього року [5]

Рік	ВВП (%)	Потенційний ВВП (%)
2010	4	6
2011	6	2
2012	0	-2
2013	0	2
2014	-8	-6
2015	-10	-8
2016	-2	-2
2017	2	0
2018	2	2
2019	2,5	2,5
2020	3	4
2021	3	4

Найглибше падіння економіки припало саме на II квартал, і економічна активність почала відновлюватись у міру пом'якшення карантинних заходів. Крім того, падіння ВВП України у II кварталі 2020 року хоча і було доволі глибоким, але цілком зіставне з аналогічними показниками економічної активності в інших країнах світу [6].

Реалізація комплексу заходів держави, зокрема, у сфері освіти (підвищення якості освіти на всіх етапах її здобуття), у сфері охорони здоров'я (у напрямку покращення якості системи надання медичних послуг та інше), позитивно впливатиме на продуктивність праці. Водночас позитивний вплив на динаміку продуктивності праці справлятимуть матеріальні стимули, пов'язані із подальшим підвищенням рівня заробітної плати, та продовження модернізаційних процесів в економіці з урахуванням інноваційних рішень, що забезпечувати-



муть підвищення технічного та технологічного рівня виробництва. У 2021 році зростання продуктивності праці прогнозується на рівні 4,4 %, що дещо вище, ніж середнє значення у 2017–2019 рр. (2,4 %).

Прогнозом також передбачено два альтернативних сценарії розвитку економіки. Першим є оптимістичний, відповідно до якого більшість економічно розвинених країн швидко подолають наслідки пандемії, що позитивно позначиться на темпах економічного розвитку в світі та в Україні, а другим є песимістичний, із пролонгованим негативним ефектом від продовження пандемії [6].

Висновок. Підсумовуючи вищевикладене, доцільно зазначити, що продуктивність праці України має збільшувати свою ефективність і мати великий вплив на економіку. В умовах поширення COVID-19 треба розробити план, який збільшив би показники продуктивності в Україні. Реалізація цього завдання залежить від правильно скоординованої роботи працівників на підприємстві на усіх етапах функціонування, починаючи від розроблення стратегії підприємства та закінчуючи впровадженням окремих програм розвитку, зокрема програми з підвищення продуктивності праці на підприємстві. Вдосконалення програми управління продуктивністю праці на підприємстві може бути предметом подальших розроблень і досліджень.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пивавар І. В.

Література: **1.** Докладніше про продуктивність праці: показники та методи вимірювання. URL: https://ru.osvita.ua/vnz/reports/econom_pidpr/19413/. **2.** Про продуктивність праці. URL: https://pidru4niki.com/15060913/ekonomika/ponyattya_znachennya_produktyvnosti_pratsi. **3.** Екстенсивне використання праці та інтенсивність праці в Україні. URL: https://web.posibnyky.vntu.edu.ua/fmib/17nebava_ekonomika_organizaciya_virobnichoyi_diyalnosti/81.htm. **4.** Департамент економічної стратегії та макроекономічного прогнозування. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=d5f5b5a2-7689-488d-afab-6420bb349679&title=ProduktivnistPratsiTaProduktivnistKapitalu>. **5.** Прогноз економічного і соціального розвитку України на 2019–2021 роки – портал новин. URL: <https://www.me.gov.ua>. **6.** Про державний бюджет України на 2021 рік : Закон України від 15.12.2020 № 1082-IX. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/GI03183A.html.



СУТНІСТЬ КРЕАТИВНОГО ОБЛІКУ

УДК 657

Кононенко О. І.

Студент 3 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті досліджено підходи вітчизняних і зарубіжних науковців до визначення поняття «креативний облік» і розкрито його сутність. Сформульовано основні передумови та мотиви виникнення й застосування на практиці цього різновиду обліку. Відображено переваги та недоліки творчого підходу до ведення обліку на підприємствах. Визначено напрямок подальшого вивчення проблематики креативного обліку.

Ключові слова: креативний облік, творчий облік, бухгалтерський облік, звітність, баланс.



Annotation. The article examines approaches of domestic and foreign scientists to the definition of the concept of "creative accounting" and discloses its essence. The main prerequisites and motives for the emergence and application in practice of this type



of accounting are formulated. The advantages and disadvantages of the creative approach to accounting at enterprises are reflected. The direction of further study of the problems of creative accounting has been determined.

Keywords: creative accounting, creative accounting, accounting, reporting, balance.



В умовах сучасної економіки, яка динамічно розвивається, у підприємств постійно зростає кількість облікових завдань. Крім того, процес ведення обліку децю ускладнюється періодичними змінами правил визнання, оцінки та відображення результатів господарської діяльності. Водночас варто зазначити, що темпи розвитку бізнесу важко зіставити із темпами вдосконалення й адаптації бухгалтерського обліку до нових економічних умов – останні значно відстають. Усе це стає передумовами для виникнення та утвердження практики ведення креативного або так званого творчого обліку на підприємствах.

Метою цієї статті є дослідження проблематики трактування поняття «креативний облік», його сутності та мотивів застосування для відображення фактів господарської діяльності підприємств.

Актуальність проведення такого дослідження підтверджується тим, що останнім часом спостерігається поширена тенденція до застосування креативних методів обліку великими компаніями розвинених країн з метою фіктивного збільшення їхньої біржової вартості, завищення чистого прибутку тощо. Причому, незважаючи на очевидні негативні прояви такого явища, у науковців і практиків в усьому світі немає єдиної загальноприйнятної думки щодо оцінки впливу креативного обліку на підприємництво та економіку в цілому. Більше того, з кожним роком популярність творчого підходу до ведення обліку значно зростає, у тому числі й в Україні, незважаючи на той факт, що його методи далеко не завжди збігаються з основоположними принципами бухгалтерського обліку й фінансової звітності, закріпленими Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [1].

Вивченню питань креативного обліку присвячено чимало досліджень і праць як зарубіжних, так і українських учених. Наприклад, перші посилання до розгляду цієї теми можна віднайти у роботах видатного представника облікової думки й основоположника балансоведення Й.Ф. Шера. Після нього детальним оглядом креативного обліку займалися такі науковці, як М. Метьюс, М. Перера, М. Пушкар, К. Насер, О. Амаг та багато інших.

Як уже зазначалося, початок дослідженням проблематики креативного обліку було покладено у 1925 році висновками з учення Йоганна Фрідріха Шера про «вуалювання та фальсифікації балансу» як засобу ділової політики, що забезпечує потрібний для підприємства «розподіл світла та тіней» у балансі. Відомий науковець вважав, що «глибоке вивчення теми вуалювання балансу дозволить пролити світло на таємниці балансових майстрів, які ставлять собі за мету представити у кращому чи в гіршому вигляді становище та розміри майна підприємства та його дохідність, ніж це було б можливо за умов правильного балансоведення, приховати ділові факти, затушувати їх, надати їм непрозорий вигляд і взагалі так видозмінити майновий та вихідний баланс за формою й змістом, що для непосвячених справжнє положення справ стає замаскованим і завуальованим» [1].

Ідеї Шера отримали подальший розвиток у доробках багатьох відомих вчених. Отже, сам термін «creative accounting» (креативний, творчий облік) був уведений у 1986 році завдяки британському журналісту й економічному досліднику І. Гріффітсу, який опублікував книгу з однойменною назвою, в якій написав таке: «Кожна компанія намагається прикрасити свої фінансові показники. Цифри, якими «годуєть» інвесторів, часом змінюються до непізнаваності, а креативний напрям ведення обліку – це взагалі найвишуканіша хитрість з часів Троянського коня» [2].

Після цього чимало науковців займалися питанням пошуку трактування цього явища в обліку, проте, як зазначають у своїх працях М. Метьюс та М. Перера [3], у світовій практиці й досі не існує однозначного визначення поняття «креативний облік», адже по суті під цим терміном розуміють творчий підхід до ведення бухгалтерського обліку на підприємстві, необхідність якого виникає в умовах постійного виникнення нових форм і методів у сфері бізнесу. Тобто з цієї точки зору креативним можна назвати будь-який обліковий метод, що не відповідає загальноприйнятим стандартам і принципам ведення обліку. Водночас вказані вище вчені наголошують на тому, що креативний облік може мати й інше трактування, яке відобразатиме негативний бік цього явища, а саме – це процес підгонки звітів підприємства, щоб вони подавали його діяльність у більш прийнятному та вигідному світлі в очах акціонерів, інвесторів та інших зацікавлених осіб.



Погоджуючись з дуалістичною природою креативного обліку, вітчизняний вчений, професор М. Пушкар надає йому власне визначення, яке зосереджує увагу саме на позитивних аспектах використання креативних методів обліку: «Креативний облік – це творчий облік, який вимагає від облікових працівників організації фактів і правил їх групування, виходячи з інтересів менеджменту, з метою отримання знань про нові об'єкти спостереження» [4]. Тобто, на думку українського вченого, цей вид обліку можна розглядати як доповнення до фінансового й управлінського обліків.

Варто зазначити, що у середовищі науковців все ж креативний облік сприймається здебільшого негативно, як поняття, що є синонімічним до навмисної підтасовки показників підприємства. Отже, О. Амаат описує цей підхід до ведення обліку як «вибір правил обліку, оцінки й формування звітності для зниження варіативності показників за періодами до тих значень, які визнаються менеджментом нормальними для підприємства, та ретушування звітних показників таким чином, щоб сформувати більш сприятливе враження про фінансовий стан цього підприємства у користувачів його звітності, але цей вибір здійснюється у межах закону й загальних облікових принципів» [5]. Схоже трактування поняття, що досліджується, можна побачити й у доробках К. Насера, який визначає креативний облік як трансформацію даних фінансового обліку та звітності з їх фактичного до бажаного для менеджерів значення за допомогою умілого застосування існуючих правил або ігнорування деякими з них [6].

У наукових працях іноземних учених можна віднайти ще велике розмаїття різних визначень креативного обліку, проте більшість з них все ж сходяться на думці, що природа цього поняття зумовлена корисливими мотивами менеджерів і бухгалтерів ввести в певний ступінь омани користувачів звітності підприємства з метою досягнення поставлених бізнес-цілей.

Ознайомившись із твердженнями науковців і відомими кейсами застосування креативного обліку для відображення господарської діяльності компанії, можна сформулювати основні причини, з яких творчі методи набувають популярності серед бухгалтерів і керівників:

- дозволяє згладити варіаційний розкид фактичних фінансових показників до їхнього середнього планового значення;
- дозволяє компанії хоча б на паперах виправдовувати очікування ринку;
- уможливорює поліпшення ринкової позиції підприємства;
- сприяє оптимізації податків;
- дає змогу залучати додаткові фінансові інвестиції [7];
- дозволяє індивідуалізувати систему обліку під специфічні потреби підприємства;
- доповнює управлінський та фінансовий обліки на підприємстві.

Отже, підсумовуючи все вищезазначене, можна дійти висновку, що креативний облік – це творчий підхід до ведення обліку результатів господарської діяльності підприємства, який здійснюється хоча й з дотриманням букви закону, але такими методами й прийомами бухгалтерського обліку, які завдяки професіоналізму бухгалтерів дозволяють штучно підвищувати привабливість звітності підприємства та наводити певний рівень омани на користувачів цієї звітності для досягнення бізнес-цілей. Проте, окрім цього, креативний облік можна охарактеризувати як інструмент обліку, що дозволяє підлаштовувати загальноприйнятну облікову систему під індивідуальні потреби підприємства, необхідність застосування якого обумовлена відставанням темпів адаптації й удосконалення бухгалтерського обліку до темпів розвитку економіки. Тобто креативний облік не можна визначити як явище абсолютно негативне, бо як мінімум цьому твердженню в літературі немає обґрунтувань.

Таким чином, проблематику подальшого дослідження поняття креативного обліку слід дещо змістити з питання його легітимності на питання визначення допустимих меж застосування цього виду обліку на підприємствах, за яких він би міг розвиватися, не наносячи шкоди інтересам користувачів звітності.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Серікова Т. М.



жизнь, 1925. 575 с. **3.** Griffiths I. Creative Accounting. London : Sidgwick & Jackson, 1986. 75 p. **4.** Мэтьюс М. Р., Перера М. Х. Б. Теория бухгалтерского учета. Москва : Аудит, ЮНИТИ, 1999. 663 с. **5.** Пушкар М. С Креативний облік (створення інформації для менеджерів) : монографія. Тернопіль : Карт-бланш, 2006. 334 с. **6.** Amat O., Gowthorpe C. Creative Accounting: Nature, Incidence And Ethical Issues. URL: <http://www.econ.upf.edu/docs/papers/downloads/749.pdf>. **7.** Naser K. Creative Financial Accounting: Its Nature and Use. Hemel Hempstead : Prentice Hall, 1993. 205 p. **8.** Івахів Ю. Сутність і практика креативного обліку. *Економіст. Функціональна економіка*. 2011. № 12. С. 50–53.



ABC ANALYSIS FOR ASSORTMENT FORMATION

UDC 658.628

A. Korobka

Undergraduate 2 years of study
of the Faculty of Management and Marketing KhNEU S. Kuznets

Annotation. The article examines ABC analysis for assortment assessment. Generalized description of the essence and idea of method were given. The stages of implementation, conditions for its correct application, as well as advantages and disadvantages of the method were described.

Keywords: assortment, product range, ABC analysis, formation of assortment.



Анотація. У статті розглянуто аналіз ABC для оцінки асортименту. Наведено узагальнений опис сутності та ідеї методу. Описано етапи проведення аналізу, умови його коректного застосування, а також переваги та недоліки методу.

Ключові слова: асортимент, ABC-аналіз, формування асортименту.



In modern conditions, when buyers are becoming more and more selective in their preferences, and competition in the market is increasing, a quantitative assessment of the state of the product assortment is an important task for the management of any retail trade enterprise. It allows timely identify problems in the assortment management of the range, as well as reveal their causes. Therefore, the relevance of this publication is quite obvious.

Nowadays large number of scientists dedicated their research question to different tools of assortment formation. Thus, consideration of these issues is carried out in scientific writings of T. Vollmann, L. Cheng, T. Wild, A. Uitsch, D. Kringel, B. Pawelek and others.

The purpose of the article is to describe the application of ABC method for evaluating the assortment, the stages of its implementation, as well as its advantages and disadvantages.

One of the most common assortment analysis tools is ABC analysis. The task of the analysis is to systematize the data and select on their basis the optimal solution and subsequent actions in order to improve the assortment policy [1]. In particular, the method allows you to systematize all the available resources of the company, to structure them depending on the degree of importance and priority.



The method of ABC analysis involves the passage of several stages [2].

1. Firstly, you need to select the object of analysis and the parameter that will be used to compare objects. Usually, in retail trade, the objects of this analysis are product categories, product units, etc. Each of the objects can be characterized by different parameters, such as sales (in monetary or quantitative terms), income, inventory, etc.

2. Next, you need to compile a rating list of objects, placing them by the decreasing value of the selected parameter.

The next stage involves the assignment of objects to the group A, B or C. To do this, it is necessary:

- calculate the share of a particular parameter in the total amount of parameters of the selected objects;
- calculate the resulting share with the cumulative effect;
- assign selected objects to a specific group.

Products of group A are objects, the accumulated amount of which is 50% of the total amount. These objects require constant planning and control. It is needed regular inventory, constant tracking of demand, inventory, volume of order, insurance stock. Products of group B are objects with a total accumulated share from 50 to 80%. For this group, the same measures apply as for group A, but with less intensity. Group C consists of objects with a total accumulated sum from 80 to 100%. These are low-value objects, which are characterized by simplified methods of planning, accounting and control.

For a more complete and in-depth analysis of the assortment with this technique, you can use different indicators (Fig. 1) [3]. The most significant is the analysis of turnover (vertical axis) and profitability (horizontal axis). After the ABC analysis on two parameters, can be drawn the appropriate conclusions.

First indicator			
A	AA	AB	AC
B	BA	BB	BC
C	CA	CB	CC
	A	B	C
Second indicator			

Fig. 1. **ABC analysis with two indicators**

Products that fall into certain rectangles have certain characteristics [4]:

- AA are products that represent the greatest value for the company. They are in demand, well sold and provide a high income;
- AB are products that have high turnover and average level of profitability;
- AC are products with high turnover and low profitability. Usually there are consumer goods, prices for which are known and approximately equal for all competitors. These goods do not help to earn, but provide a stream of buyers;
- BA are a products that have an average turnover and a high level of profitability. Such products require the maintenance or increase of sales volumes, otherwise they can go down to the CA group;
- BB are goods. that have average turnover and average profitability;
- BC are goods with average turnover and low level of profitability. It is highly probable that these goods can move to the CC group and become low-income and poorly sold. It is necessary to monitor the increase in sales and profitability of this group;
- CA are products with low turnover and high profitability. These are rare exclusive products with a high price and extra charge. This group requires efforts to promote and increase sales;
- CB are products that have low turnover and the average level of profitability. There is a possibility of moving such goods into the CC group, therefore it is necessary to increase sales and profitability;
- CC are products that represent the lowest value for the company. This group suggests the possibility of considering the replacement of certain products or the exclusion of the least profitable.



The ABC analysis has a number of limitations. Firstly, for a correct analysis, the statistical period for which the evaluation is carried out, must be large enough. Secondly, the products that were introduced recently into the assortment will have underestimated indicators, since they did not have time to «raise sales». Therefore, the conclusion of the range must be approached carefully, the product must be fully able to prove itself. Thirdly, the correct analysis requires adequate comparability of objects. Products should be compared with products, and categories – with categories.

The wide spread and application of the ABC analysis method can be explained by its advantages:

Transparency. The method is simple and straightforward; it involves relatively simple calculations that can be easily verified if necessary.

Versatility. The method allows analyzing the turnover within the product category and the product categories themselves, and their contribution to the activities of the enterprise.

Resource optimization. Optimization is the main purpose of the method. The successful use of ABC analysis allows you to reduce and release a huge amount of temporary and financial resources. This is achieved by concentrating on the most important elements.

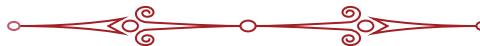
Despite its effectiveness and simplicity, ABC analysis has several disadvantages:

- analysis doesn't allow to assess the seasonality of sales fluctuations;
- analysis is not applicable where the monthly update of the assortment is carried out, for example, in clothing stores. In this case, it is advisable to conduct an analysis of brands, trademarks;
- analysis gives false results if there is not enough data for analysis;
- analysis is not applicable if the product nomenclature contains a very small number of items, for example, less than 10 [5].

Conclusion: ABC-analysis is a tool that helps identify key groups of goods, services, or suppliers and customers. The method is widely spread and has its advantages and disadvantages. To achieve the most effective use of this tool, it is necessary to “adjust” the method to the specific conditions of a particular company and not to forget about the limitations inherent in the method.

Supervisor – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor Mazorenko O. V.

Literature: 1. Любушин Н. П. Экономический анализ. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. 423 с. 2. Бодряков Р. ABC-анализ для повышения эффективности работы склада. URL: <http://rombcons.ru/stati/avs-analiz-dlya-povysheniyaeffektivnosti-raboty-sklada-upravlenie-zapasami.html>. 3. Бузукова Е. А. Ассортимент розничного магазина: методы анализа и практические советы. Санкт-Петербург : Питер, 2007. 176 с. 4. Грек П. В. Двухфакторный ABC-анализ. URL: <http://www.recipe.ru/analitika/dvuhfaktornyiy-avs-analiz>. 5. Бузукова Е. А. Закупки и поставщики: управление ассортиментом в рознице. Санкт-Петербург : Питер, 2011. 422 с.





A SYSTEM OF CONCEPTS THAT CHARACTERIZE COMPETITIVE POSITION AND CONNECTION BETWEEN THEM

UDC 339.137

V. Korobka

Undergraduate 2 years of study
of the Faculty of Management and Marketing KhNEU S. Kuznets

Annotation. The article analyzes the conceptual apparatus which is connected with the formation of the enterprise competitive position by establishing a logical relationship between the basic categories. The essence of the concepts «competitiveness», «competitive potential», «competitive policy», «competitive strategy», «competitive advantage», «competitive status», «competitive position» is defined.

Keywords: competitiveness, competitive potential, competitive policy, competitive strategy, competitive advantage, competitive status, competitive position.



Анотація. У статті проаналізовано понятійний апарат з проблем формування конкурентної позиції підприємства шляхом встановлення логічного зв'язку між базовими категоріями. Уточнено сутність понять «конкурентоспроможність», «конкурентний потенціал», «конкурентна політика», «конкурентна стратегія», «конкурентна перевага», «конкурентний статус», «конкурентна позиція».

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентний потенціал, конкурентна політика, конкурентна стратегія, конкурентна перевага, конкурентний статус, конкурентна позиція.



Exploring the problem of competitive position, we often faced with following terms, which describe position of the enterprise compared to competitors: «competitive potential», «competitive policy», «competitive strategy», «competitive advantage», «competitive status» and «competitiveness». Let's define essence of these terms, and outline the interconnection between them, and their impact on the competitive position of the enterprise.

Authors S. Romanishin, M. Gageljuk, U. Kohut [1] define «competitive potential» as potential opportunity of the enterprise to maintain competitiveness. Other scientists argue that competitive potential is systematic set of opportunities and resources of the enterprise's internal environment, which ensures the obtaining of competitive advantages in conditions of changing external environment and limited resources, contributes achievement of the competitive objectives (goals) and with a rational use provides the enterprise with high competitive status [2] or potential opportunity of the enterprise to maintain and increase competitiveness in the long run with the help of forming a set of parameters that will ensure opportunity and ability to function effectively in the future [3].

In our opinion, competitive potential of enterprise is a set of indicators or factors of the enterprise, which characterize its strength, sources, opportunities, means, tools, capabilities, resources, and many other reserves that create, maintain and develop sustainable competitive advantages on the market, contribute to the achievement of strategic competitive objectives, providing enterprise with a high competitive status.

In today's economic conditions, the issue of competitive policy of an enterprise becomes more and more relevant, as well-formed competitive policy allows companies to achieve a high level of competitiveness.

According to some authors [2; 4–6] competitive policy is: a complex of focused and agreed measures, arising from the state of current competitive potential and existing competitive advantages, and aimed at strengthening the competitive position in the future [2]; determines the directions of support and development of competitiveness of the enterprise in the conditions of the established competitive environment in the country [4]; a general guide to action and decision making that simplifies the achievement of the goals of competitive development [5]; a set of measures, mostly economic and organizational and administrative, that enable company to effectively realize its competitive advantages, and to provide high competitiveness in the current competitive environment [6].



The conducted theoretical analysis provides grounds to assert that competitive policy of an enterprise means a policy, formed on the basis of its competitive potential and competitive advantages, aimed at ensuring high competitiveness in the current competitive environment and strengthening the competitive position in the long run.

Effectively chosen competitive strategy is one of the success factors of the enterprise on the market. The economic literature contains many different definitions of nature and essence of the term “competitive strategy”.

For instance, the authors V. Aranchy, S. Zorya, A. Lantuch [7] point that competitive strategy is a complex of inter-related measures based on internal competitive advantages and the ability of the enterprise to neutralize influence of external factors with maximum benefit in order to obtain the priority advantages in the competition and conquer and maintain strong market positions, achievement, rise and maintenance the desired level of competitiveness. Y. Kulinyak [8] considers a competitive strategy as a set of measures based on competitive advantages and implemented by the organization in order to achieve and maintain a competitive position and neutralize the influence of competitive forces.

An overview of literature, provided an opportunity to formulate the own definition of the concept “competitive strategy of the enterprise”. Thus, the competitive strategy of the enterprise is a set of measures based on competitive potential and competitive advantages, aimed at achieving the strategic goals in a particular market.

Competitive advantage serves as the basis for ensuring the competitiveness of the enterprise, as well as an integral part of the competitive potential. Exactly competitive advantage acts as a seeds of solid competitive position of the enterprise and determines the nature of its strategy.

Notwithstanding the importance of the studied category and increased attention of domestic and foreign scientists, the unique and generally accepted concept of competitive advantage has not yet been developed.

D. Reznichenko [3] understands the competitive advantages as a set of tools and competencies owned by an enterprise, which grant the advantage over competitors. Other authors define competitive advantages as properties of a product/enterprise, providing it benefit over a competitor [1], or characteristics, which creates a certain advantageous position among competitors [2].

Based on literature review, we can state that competitive advantage – effectiveness of using the competitive potential of the enterprise, which giving the advantage over competitors, contributing to preserve and conquer new strong positions in the market.

Ability of subjects of competition to compete effectively with others in turn reflects the level of competitiveness of the enterprise.

M. Yermolov [9] defines competitiveness as a relative characteristic that reflects differences in the process of development of certain manufacturer from manufacturer-competitor by the degree of satisfaction of products and the efficiency of production activities. V. Vinokurov [10] states that competitiveness – ability to perform a successful competition, and resist it. And A. Kotlik [11] points that competitiveness of enterprise is ability to effectively perform its functions in a competitive environment, contributing to the harmonious satisfaction of the interests of key stakeholders.

Thus, we can understand competitiveness as ability of enterprise to rationally use its competitive potential and competitive advantages to achieve its objectives in real time or in the long run.

I. Ansoff [12] describes the concept of competitive status as the position of the company in the competition, practically assimilating term to «competitive position». On the other hand, D. Reznichenko [3], S. Romanishin, M. Gageljuk, U. Kohut [1] consider this interpretation to be false because, in their opinion, the competitive status is a broader concept that encompasses not only the position of the enterprise, but also the extent of ownership of certain competitive advantages. Since the company at the initial stage of its development may not have a very favorable competitive position, but due to certain competitive advantages (innovative product, low price, etc.) the company has a somewhat higher competitive status than similar enterprises. I. Kyrchata and H. Poyasnyk [2] determines the competitive status as the position of the company on the market at a particular point of time, based on a complex comparative characteristic relatively to competitors and reflects its competitiveness and competitive position.

Thus, competitive status means status of the enterprise, which reflects its competitive potential, competitive position at specific segment of market at a particular point of time taking into account influence destabilizing factors and serves as framework for achieving the strategic competitive advantages in the long run.

Interconnection of the studied concepts of competition theory, taking into account the direct and bilateral arrows (links) between them, can be presented as follows (fig. 1).

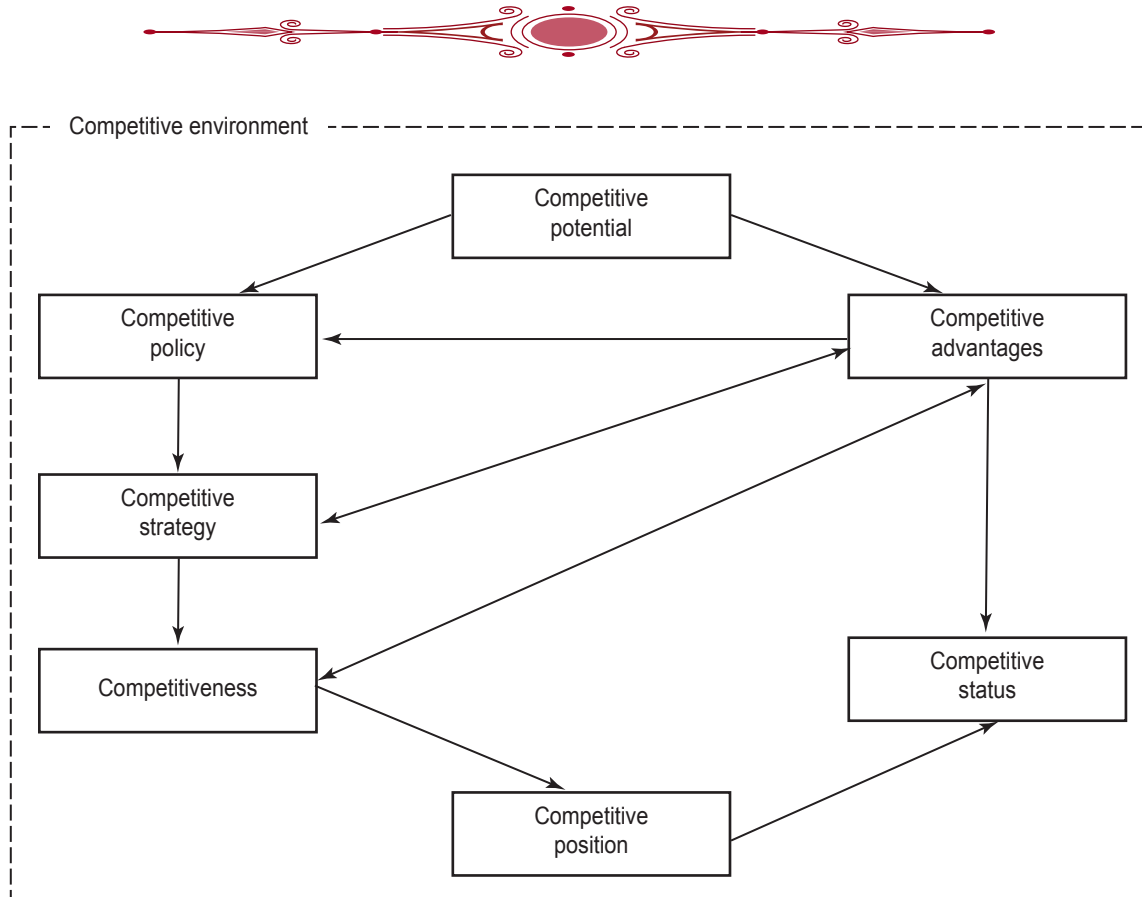


Fig. 1. Interconnection between categories of the theory of competition

It should be pointed out, that each of the elements of the above-mentioned model can be described as a complex open system of factors that are related and interact with each other in accordance with the objectives of the enterprise in the specific conditions for managing them. In addition, the openness of the system involves the active influence of the external environment on each system, which in turn needs adaptability and adequacy in responding to changes of whatever nature.

Supervisor – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor Mazorenko O. V.

Literature: 1. Романишин С. Б., Гагелюк М. М., Когут У. І. Система понять, які характеризують конкурентний стан підприємства. *Науковий вісник НЛТУ*. 2009. № 19.1. С. 174–181. 2. Кирчата І. М., Поясник Г. В. Управління конкурентоспроможністю підприємства в глобальному середовищі : монографія. Харків : ХНАДУ, 2009. 160 с. 3. Резніченко Д. В. Категоріальний апарат конкурентоспроможності соціально-економічної системи. *Інноваційна економіка*. 2012. № 8. С. 171–175. 4. Кашуба Я. М. Реалізація конкурентної політики підприємства з урахуванням впливу інституційних механізмів та процесів самоорганізації // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. Львів : Вид-во Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2011. 475 с. 5. Полянська А. С. Формування конкурентної політики вітчизняних підприємств в сучасних умовах господарювання. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2009. № 657. С. 293–298. 6. Воржакова Ю. П. Основні складові формування конкурентної політики поліграфічного підприємства. *Економіка Крима*. 2012. № 3. С. 241–245. 7. Аранчій В. І., Зоря С. П., Лантух А. О. Теоретичні аспекти формування конкурентних стратегій аграрних підприємств. *Наукові праці Полтавської державної аграрної академії*. 2012. Т. 3. № 2. С. 3–7. 8. Кулиняк Ю. І. Проблеми визначення сутності конкурентної стратегії організації. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2011. № 714. С. 87–95. 9. Ермолов М. О. Чем отличается конкурентоспособность фирмы от конкурентоспособности товара, как продать товар на вашем рынке. Москва : Мысль, 1990. 364 с. 10. Винокуров В. А. Организация стратегического управления на предприятии. Москва : Центр экономики и маркетинга, 1996. 458 с. 11. Котлик А. В. Дослідження сутності ключових понять теорії конкурентоспроможності підприємства та зв'язків між ними. *Управління розвитком*. 2011. № 4. С. 135–136. 12. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. Санкт-Петербург : Питер Ком, 1999. 416 с.



СУТНІСНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА Й ОЦІНКИ ЙОГО ПОТЕНЦІАЛУ

УДК 330.34253

Корольчук М. С.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Визначено сутність і зміст поняття «потенціал розвитку підприємства». Виокремлено основні фази розвитку підприємства та наведено їх детальну характеристику. Обґрунтовано доцільність оцінки потенціалу розвитку підприємства для визначення можливого рівня його конкурентоспроможності.

Ключові слова: потенціал, розвиток, підприємство, оцінка, розвиток підприємства, потенціал розвитку підприємства.



Annotation. The essence and content of the concept of «enterprise development potential» are defined. The main phases of development of the enterprise are highlighted and their detailed characteristics are given. The expediency of assessing the development potential of the enterprise to determine the possible level of its competitiveness is substantiated.

Keywords: potential, development, enterprise, assessment, enterprise development, enterprise development potential.



Проблема використання потенціалу українських підприємств є дуже актуальною в умовах турбулентної економіки та невпинної глобалізації ринку. Найважливішою умовою динамічного розвитку підприємства є забезпечення раціонального використання його потенціалу, тобто внутрішніх ресурсів і зусиль щодо їх оптимального залучення. При цьому, коли підприємство здійснює пошук прихованих ресурсів та зусиль шляхом їх перетворення та або внаслідок саморозвитку з урахуванням зовнішніх обмежень, йдеться про потенціал розвитку підприємства. Здатність підприємства здійснювати пошук прихованих зусиль сфери використання ресурсів відображає його бажаний майбутній проектний стан. Оцінка потенціалу розвитку підприємства неможлива без визначення його сутності та змісту.

Мета статті – вивчення сутності й економічного змісту потенціалу розвитку підприємства.

Аналіз публікацій з проблем оцінювання потенціалу свідчить про актуальність цього питання. Зокрема, проблеми оцінки потенціалу розвитку підприємства розглядали в своїх працях А. Е. Воронкова, Н. С. Краснокутська, Є. В. Лапін, О. С. Федонін, а також науковці з моєї кафедри університету: Т. І. Лепейко, О. В. Мазоренко, А. О. Малюкіна, К. Р. Немашкало та ін.

У сучасних умовах оцінка потенціалу розвитку підприємства виступає як загальноекономічний чинник раціонального споживання ресурсів та ефективного функціонування виробничої системи. Відомо, що навіть ті підприємства, які мають близькі за рівнем потенціали розвитку, часто розрізняються за результатами їх діяльності. В цих умовах різницю в результатах можна пояснити лише неоднаковим ступенем точності цільової орієнтації системи. Інакше кажучи, за інших рівних умов величина результату буде тим більша, чим вдалішою буде система оцінки потенціалу розвитку підприємства.

На сьогодні термін «потенціал розвитку» не дуже широко використовується в економічній літературі, тому доцільно окремо вивчити його сутність. При вивченні сутності будь-якого поняття необхідно приділити належну увагу дослідженню його етимології. Щодо терміна «потенціал», то більшість учених погоджуються з тим, що він походить або від латинського слова «potencia», що означає «сила», «можливість», «напруга», або від французького слова «potentiel», що перекладається як «здатний». Глумачний словник української мови під цим терміном розуміє «приховані можливості, сили для якої-небудь діяльності, що можуть виявитися за певних умов» [3, с. 286]. Таке широке трактування сутності потенціалу дає змогу застосовувати його в різних галузях науки та діяльності людини, залежно від того, які засоби, запаси та джерела, приховані можливості та сили мають на увазі. Будь-який розвиток – це процес закономірних змін, що ведуть до появи нової якості і розширення функціональних можливостей системи.



У зв'язку з цим у розвитку підприємства можна виокремити п'ять основних фаз, наведених на рис. 1 [4, с. 213–214].

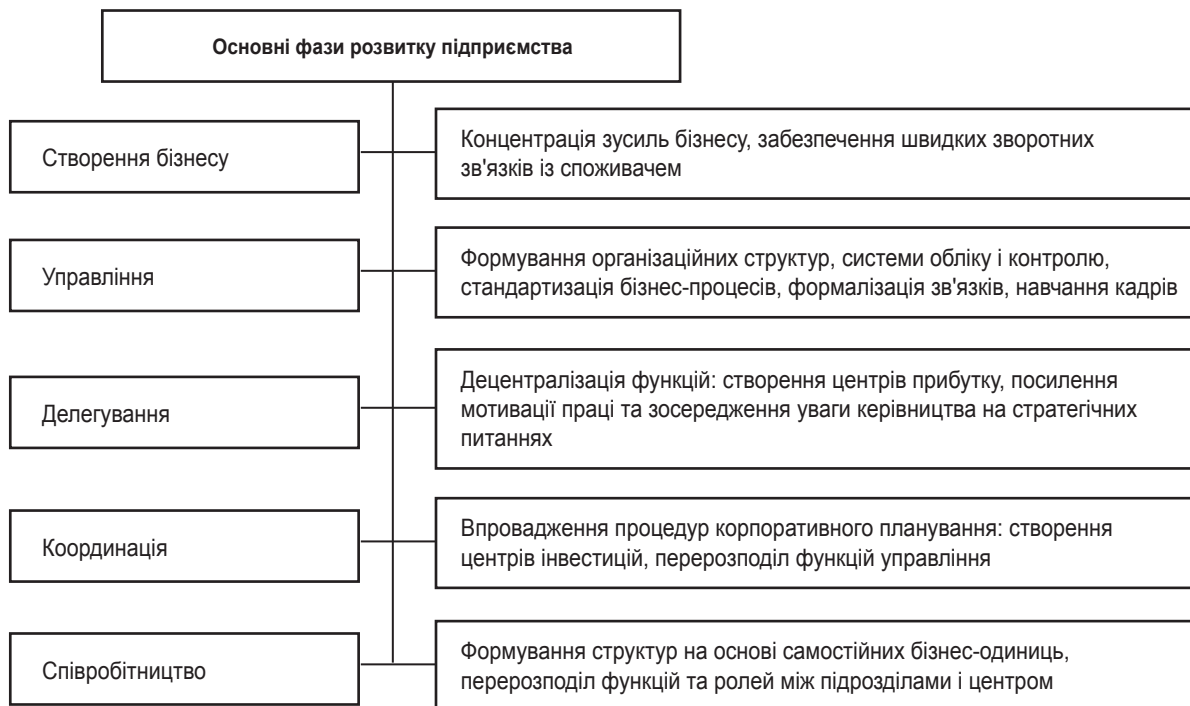


Рис. 1. Основні фази розвитку підприємства

Основною ціллю діагностики стану підприємства є виявлення реального стану підприємства, причин, що впливають на нього, і резервів розвитку підприємства. За результатами діагностики формуються рекомендації щодо вдосконалення управління підприємством. Нарощування потенціалу підприємства, покращення його структури та набуття ним нових властивостей та якостей є важливим завданням забезпечення успішного розвитку підприємства.

Найбільш поширені визначення поняття «потенціал» згруповано і наведено в табл. 1.

Якщо провести аналіз приведених трактувань поняття «потенціал», можна зазначити, що одні автори визначають потенціал підприємства на основі ресурсної бази [5; 6], інші – через цільовий аспект функціонування [7; 8], треті – на основі можливостей підприємства [8; 10].

Оскільки чіткого і єдиного визначення не існує, то маємо сформулювати найбільш доцільне. Потенціал підприємства потрібно розглядати через призму можливостей розвитку підприємства (третій підхід щодо визначення потенціалу підприємства вченими – економістами), які забезпечують при їх реалізації безумовний конкурентоспроможний розвиток підприємства.

Можна сформулювати таке визначення потенціалу підприємства: це взаємопов'язана сукупність ресурсів, які знаходяться в розпорядженні підприємством та мають найважливіше значення для досягнення поставлених цілей підприємства, оцінки свого становища в майбутньому, спираючись на прогнози змін у зовнішньому середовищі.

Категорія «потенціал підприємства» за аналогією зі своїм родовим поняттям «потенціал» у якості первинної ознаки сутнісних характеристик цього феномену відображає можливості розвитку підприємства. Концентрація уваги саме на можливостях розвитку підприємства пояснюється тим, що саме через них визначаються і досягаються цілі (завдання) підприємства в поточному і перспективному періодах.

Отже, потенціал розвитку підприємства – це комплекс взаємопов'язаних ресурсів підприємства та здатності до їх реалізації, які визначають спроможність господарюючого суб'єкта приводити у відповідність до зовнішніх внутрішні можливості розвитку на основі постійного пошуку і використання нових сфер і способів реалізації наявних і перспективних ринкових можливостей.



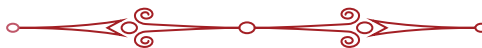
Таблиця 1

Визначення поняття «потенціал»

Автор, джерело	Трактування
<i>Ресурсна база</i>	
Шумська С. С. [5, с. 55]	Сукупність накопичених ресурсів і їх використаних і невикористаних потенційних можливостей у сфері виробництва матеріальних благ та послуг з метою найбільш повного задоволення потреб суспільства
Хомяков В. І., Бакум І. В. [6, с. 11]	Джерела, можливості, засоби, запаси, які можуть бути приведеними в дію, використані для вирішення якоїсь задачі, досягнення певної цілі, можливості окремої особи, суспільства, держави, підприємства в певній галузі
<i>Цільовий аспект функціонування</i>	
Должанська І. З, Загорна Т. О. [7, с. 13]	Реальна або ймовірна здатність виконувати цілеспрямовану роботу
Шкроміда Н. Я. [8, с. 18]	Міра реалізації підприємством розробленої стратегії та досягнення поставленої мети
<i>Можливості підприємства</i>	
Костирко Л. А. [9, с. 82]	Органічне сполучення технічних, організаційних, управлінських та результативних факторів виробництва
Отенко І. П. [10, с. 11]	Поняття, що означає як діалектичну єдність можливостей, так і процеси їх реалізації, відображає здатності робітників підприємства пізнавати й створювати можливості, інтегруючи в просторі та часі процеси трансформації всіх видів ресурсів для виробництва матеріальних благ і послуг

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Гаврильченко О. В.

Література: 1. Воронкова А. Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация. Луганск, 2000. 315 с. 2. Федонін О. С., Репіна І. М., Олексюк О. І. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2004. 316 с. 3. Великий тлумачний словник сучасної української мови / за ред. В. Т. Бусела. Київ ; Ірпінь : ВТФ Перун, 2005. 1728 с. 4. Довбенко В. І., Мельник В. М. Потенціал і розвиток підприємства : навч. посіб. Львів : Вид-во Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2010. 232 с. 5. Шумська С. С. Фінансовий потенціал України: методологія визначення та оцінки. Фінанси України. 2007. № 15. С. 55–64. 6. Хомяков В. І., Бакулін І. В. Управління потенціалом підприємства. Київ : Кондор, 2007. 400 с. 7. Должанська І. З., Загорна Т. О., Удалих О. О. Управління потенціалом підприємства : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2006. 362 с. 8. Шкроміда Н. Я. Комплексна оцінка економічного потенціалу суб'єктів господарювання. *Економічний аналіз*. 2011. Вип. 9. Ч. 1. С. 383–386. 9. Костирко Л. А. Діагностика потенціалу фінансово-економічної стійкості підприємства : монографія. Харків : Фактор, 2008. 336 с. 10. Отенко І. П. Методологічне основи управління потенціалом підприємства. Харків : Изд-во ХНЭУ. 2004. 216 с.





СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 331.101.3

Костенко В. В.

Студент 4 курсу
факультету міжнародної економіки і підприємництва ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті розглянуто стратегії управління трудовими ресурсами. Проаналізовано головні цілі підприємства, систему управління трудовими ресурсами, зокрема механізм управління персоналом підприємства.

Ключові слова: підприємство, цілі, система управління, механізм, трудові ресурси.

Annotation. This article discusses human resource management strategies. The system of the main purposes of the enterprise, the system of management of labor resources, in particular the mechanism of management of the personnel of the enterprise are analyzed.

Keywords: enterprise, goals, management system, mechanism, labor resources.

На цей час стратегічне управління є важливим фактором успішного функціонування підприємств в складних ринкових умовах, але, на жаль, часто можна спостерігати в діяльності підприємств відсутність стратегічності, що і призводить їх до поразок у конкурентній боротьбі.

Слід зазначити, що будь-яка модель управління підприємством базується на відповідній концепції. Концепція управління – це система ідей, принципів, уявлень, що зумовлюють мету функціонування організації, механізм взаємодії суб'єкта та об'єкта управління, характер взаємодії між окремими частинами його внутрішньої структури, а також необхідний ступінь урахування впливу зовнішнього середовища на розвиток підприємства.

Вагомий внесок у рівень розвитку колективу, оцінці ефективності управління персоналом як соціальної системи та характеристики стратегії управління ними зробили Б. Карлоф І. Ансофф, М. Портера, А. Томпсон, Н. Заярна, Ю. Пасенченко, Т. Гулик та ін.

Зазвичай організаційна ефективність управління персоналом підприємства або її недолік описуються у таких термінах, як: задоволеність працівника, тривала відсутність або прогули, плинність робочої сили, кількість гострих конфліктів, кількість скарг, а також нещасних випадків та ін. [3]. Щоб підприємство ефективно працювало, важливо враховувати кожен із зазначених компонентів, по кожному з них повинна досягатися певна мета.

Показники для оцінки організаційної ефективності управління персоналом підприємства:

1. Плинність кадрів (свідчить про рівень стабільності трудового колективу підприємства). Висока плинність може бути наслідком поганої організації роботи з кадрами, низького рівня охорони праці, дотримання техніки безпеки і механізації праці.
2. Надійність роботи персоналу (визначається величиною можливих збоїв у роботі всіх підрозділів підприємства через несвоєчасне надання інформації, помилки у розрахунках, а також у порушенні трудової дисципліни).
3. Рівномірність навантаження персоналу (характеризує питому вагу втрат через перевантаження працівників).
4. Рівень трудової дисципліни (відображає відношення кількості випадків порушення трудової і виконавської дисципліни до загальної чисельності працівників підприємства).
5. Укомплектованість кадрового складу. Вона оцінюється: кількісно – шляхом співставлення фактичної чисельності персоналу з необхідною величиною або із плановою чисельністю, передбаченою штатним розписом;



якісно – за відповідністю професійно-кваліфікаційного рівня, освіти, практичного досвіду персоналу вимогам займаних робочих місць.

Таким чином, наведений склад показників дозволяє оцінити такі основні параметри організації роботи персоналу підприємства, як: економічність, надійність, рівномірність і якість. Усі разом вони характеризують організаційну ефективність роботи працівників підприємства.

У цьому випадку розглянуті підходи до оцінки ефективності управління персоналом підприємства свідчать про різноманіття обумовлених показників, а отже, про трудомісткість їхнього розрахунку і невизначеність кінцевого результату. Тому існує потреба у комплексному підході до оцінки такої ефективності одночасно з позицій значимості кінцевих результатів діяльності підприємства, продуктивності і якості праці персоналу, організації його роботи.

Методика оцінки комплексної ефективності управління персоналом підприємства базується на методах економічного аналізу, експертних оцінках, бальному методі і теорії класифікації.

Зміст оцінки комплексної ефективності управління персоналом підприємства полягає у такому:

1. За допомогою методу експертних оцінок і кореляційного аналізу визначається перелік економічних, соціальних і організаційних показників, що характеризують кінцеві результати діяльності підприємства.
2. Задаються критерії досягнення визначених кінцевих результатів з найменшими витратами ресурсів і високою якістю товарів.
3. За допомогою зазначених показників і в-критеріїв і вагових коефіцієнтів, визначених методом експертних оцінок і рангової кореляції, розраховується комплексний показник ефективності, у якому порівнюються різні економічні, соціальні й організаційні показники з урахуванням їх важливості.

До показників для оцінки економічної ефективності управління персоналом підприємства належать: співвідношення витрат, необхідних для забезпечення підприємства кваліфікованими кадрами, і результатів, отриманих від їхньої діяльності; відношення бюджету підрозділу підприємства до чисельності персоналу цього підрозділу; вартісна оцінка розходжень у результативності праці (визначається різницею оцінок результатів праці кращих і середніх працівників, що виконують однакову роботу).

Крім того, у ринковій економіці важливе значення мають такі економічні показники, як: прибуток, продуктивність праці, обсяг продажів, рентабельність, продуктивність праці працівників; співвідношення темпів росту продуктивності праці працівників з темпами зростання середньої заробітної плати; фонд оплати праці і зарплатоємкість; витрати на керівництво.

До показників для оцінки соціальної ефективності управління персоналом підприємства належать: стан морально-психологічного клімату в трудовому колективі; показники, що характеризують вплив соціальних програм на результативність діяльності працівників і підприємства в цілому; ступінь задоволеності персоналу роботою; середні витрати на кадрові заходи у розрахунку на одного працівника.

Склад показників повинен бути змінним, він повинен уточнюватися і доповнюватися в умовах динамічного розвитку підприємства.

Комплексна ефективність управління персоналом підприємства розраховується як відношення фактично досягнутих відповідних показників до базисних значень кінцевих результатів діяльності підприємства, зважених за допомогою вагових коефіцієнтів значущості функцій керівництва щодо нормативного значення ефективності, рівного 100 балам (рис. 1) [6].

$$E_{yn} = \frac{\sum_{i=1}^n \Pi_i \times B_i}{\sum_{i=1}^n B_i} \times 100.$$

Рис. 1. Формула управління персоналом

Після цього немало важливим чинником є розвиток, він визначається способом його функціонування на підприємстві, зорієнтованому на досягнення взаємодії між ресурсами, технологіями і управлінням із зовнішнім середовищем, з метою досягнення високої продуктивності праці на основі кращого використання елементів навколишнього середовища.



Перш за все, розвиток підприємства пов'язаний зі стратегією [1]. Стратегія – це довгостроковий період розвитку підприємства, а саме спосіб досягнення цілей, який воно визначає для себе, керуючись власними міркуваннями [2]. Система стратегічного управління будь-якого підприємства включає в себе цілі, стратегії, ресурси, зовнішні фактори та результати.

М. Портер казав, що «стратегія являє собою створення – завдяки різноманітним діям – унікальної і цінної позиції». А. А. Томпсон і Д. Ж. Стрікланд вважають, що стратегію краще за все розглядати «як комбінацію із запланованих дій і швидких рішень з адаптації до нових досягнень промисловості та нової диспозиції на чолі конкурентної боротьби» [7].

Таким чином, стратегія – особливий набір основних принципів, правил і цілей роботи з персоналом, конкретизований з урахуванням типів організаційної стратегії, організаційного і кадрового потенціалу, а також типу кадрової політики. Стратегія як дія стає необхідною в ситуації, коли для прямого досягнення основної мети за недостатньо наявних ресурсів.

Традиційний підхід до формування та розробки стратегії підприємства передбачає такі етапи: [3] аналіз стану галузі і позиції підприємства в галузі; аналіз цілей підприємства; аналіз привабливості ринку; аналіз фінансових ресурсів; аналіз ризику; аналіз внутрішньої структури підприємства, його сильних і слабких сторін; аналіз кваліфікації працівників; аналіз зовнішнього середовища; аналіз фактору часу.

Теоретичний процес формування стратегії викладений М. Армстронгом [6] складається з таких етапів: визначення місії; визначення цілей; проведення аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища для виявлення внутрішніх сильних та слабких сторін і зовнішніх можливостей та загроз (SWOT-аналіз); аналіз поточних стратегій; проведення додаткового аналізу ресурсного потенціалу (фінансового, трудового); формулювання ключових стратегічних питань на основі попереднього аналізу; підготовка стратегічних планів для реалізації стратегії; реалізація стратегії; моніторинг стратегії.

При розробці і реалізації стратегії підприємство, в першу чергу, має спиратися на відмінні ресурси, які не здатні копіювати конкуренти. Автор хотів би запропонувати підприємствам дещо інший перелік структурних елементів стратегій, які пов'язані з її розробкою: корпоративна місія, іншими словами девіз корпорації, яка характеризує можливість фірми (або компанії) займатися бізнесом з урахуванням ринкових потреб, характеру, смаків, традицій, моди, психології покупця; конкурентні переваги, тобто наявність у даної фірми (компанії) неповторних характеристик, який виділяє їх серед інших економічних суб'єктів на ринку; одержання прибутку підприємцем в результаті організації справи із задоволення суспільної потреби; закінчена виробництво (продукція); ринки; ресурси (інвестиції та поточні витрати); вплив різних економічних і позаекономічних факторів та процесів управління; програми розвитку (розвиток виробництва, підвищення ділової активності та ін.); культура і компетентність управління, яка характеризується ставленням до основних цінностей.

Отже, розробка стратегії являє собою складний процес, який охоплює визначення стратегічних намірів. Процедура розробки стратегії із застосуванням всіх зазначених елементів цілком придатна та необхідна для застосування на українських підприємствах. Проаналізовані вище точки зору щодо складових елементів стратегії та її структури не суперечать одна одній, а, навпаки, лише доповнюють і свідчать про складну та багатогранну сутність стратегії підприємства.

На сьогодні більшість компаній роблять акцент на створення команд, розвиток здібностей людей і формування корпоративної культури; кадрові служби вирішують організаційні питання, надають підтримку лінійним керівникам з метою полегшити адаптацію працівників у компанії. Таким чином, управління людськими ресурсами спрямоване на вирішення нових довгострокових завдань, підвищення економічної і соціальної ефективності роботи організацій.

В результаті цього до головних завдань системи управління трудовими ресурсами на рівні підприємства відносять:

- удосконалення системи оплати праці та мотивації;
- надання працівникам можливостей для розвитку, професійного росту;
- стимулювання творчої активності;
- підвищення задоволеності праці всіх категорій персоналу;
- забезпечення організації кваліфікованими кадрами;
- ефективність підбору і розміщення працівників;



- просування працівників згідно з результатами праці, кваліфікації, здібностей, особистих інтересів та потреб організації;
- швидке і ефективно розв'язання особистих проблем.

Стратегічне управління персоналом дозволяє вирішувати такі завдання:

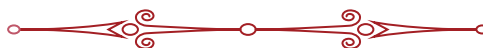
- 1) забезпечення підприємств необхідними трудовими ресурсами відповідно до їх стратегії;
- 2) формування внутрішнього середовища підприємств таким чином, що внутрішньо-організаційна культура, ціннісні орієнтири, пріоритети у потребах створюють умови та стимулюють відтворення та реалізацію людських ресурсів та власне стратегічного управління;
- 3) здатність усунення протиріч у питаннях централізації-децентралізації управління персоналом [2].

Важливим напрямом формування сучасного механізму управління персоналом підприємства є впровадження на ньому системи моніторингу персоналу. Термін система моніторингу персоналу – це система постійного спостереження і контролю стану мотивації трудової діяльності з метою його оперативної діагностики й оцінки в динаміці, прийняття кваліфікованих управлінських рішень в інтересах підвищення ефективності виробництва. [4] На основі проведеного спостереження можна зробити висновок, що система моніторингу персоналу підприємства повинна включати в себе: організацію набору і відбору персоналу; оцінювання та атестацію персоналу; розвиток і рух персоналу; процес кадрового планування на підприємстві.

Отже, важливим напрямом формування сучасного механізму управління персоналом підприємства і підприємством є ефективність управління персоналом, стратегія та впровадження на підприємстві системи моніторингу персоналом. Зазвичай ці фактори дозволять вирішити більшість питань, але не слід забувати про чинники зовнішнього впливу.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Лебединська О. С.

Література: 1. Заярна Н. М., Пасенченко Ю. С., Тис Р. І. Необхідність впровадження світового досвіду мотивації персоналу на вітчизняних підприємствах. *Молодий вчений*. 2017. № 12. С. 620–624. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2017_12_145. 2. Мельничук Т. О. Стратегічне управління людськими ресурсами. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/1299/1/Melnychuk%20UPEPzm-51.pdf>. 3. Гулик Т. В. Стратегічне управління розвитком персоналу як джерело підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Економіка і суспільство*. 2018. Вип. 8. С. 353–358. 4. Буковинська М. П. Людський капітал: класифікація ділових та особистих якостей менеджерів. URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/5165/1/99.pdf>. 5. Дяків О. П., Островерхов В. М. Управління персоналом : навч.-метод. посіб. Тернопіль : ТНЕУ, 2012. 242 с. 6. Юшкевич О. О. Систематизація поглядів до теорії розвитку підприємства як відкритої системи. *Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія : економічні науки*. 2011. № 2 (56). Ч. 2. С. 179–183. 7. Томпсон А., Стрикленд Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации. Москва : Юнити, 1998. 576 с. 8. Назарова Г. В. Управління соціально-трудою сферою підприємства. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/22471/1/2019>. 9. Швець І. Б., Гончарова С. Ю. Управління розвитком трудового потенціалу підприємства : монографія. URL: <http://webcache.googleusercontent.com/search>. 10. Гончарова С. Ю., Отенко І. П. Стратегічне управління : навч. посіб. Харків : Вид-во ХНЕУ, 2004. 164 с.





ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ФОРМУВАННЯ ДОХІДНОЇ ЧАСТИНИ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ

УДК 336.14:352

Криворучко О. Є.

Студент 4 курсу
факультету фінансів і обліку ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто зарубіжний досвід формування дохідної частини місцевих бюджетів, розподілу бюджетних повноважень відповідно до особливостей державного та адміністративно-територіального устроїв окремих країн; окреслено умови набуття територіями фінансової незалежності, зростання спроможності у ширшому, повноцінному виконанні органами влади покладених на них повноважень; визначено можливі напрями впровадження окремих аспектів бюджетної політики зарубіжних країн у вітчизняну практику.

Ключові слова: доходи, місцевий бюджет, децентралізація, місцеві податки і збори.



Annotation. The foreign experience of formation of the revenue part of local budgets, distribution of budgetary powers according to features of the state and administrative-territorial structure of separate countries is considered, conditions of acquisition by territories of financial independence are outlined, capacity building in the wider, full-fledged implementation of the powers entrusted to them by the authorities, identified possible areas for implementation of certain aspects of foreign policy in foreign practice.

Keywords: revenue, local budget, decentralization, local taxes and fees.



Місцеві бюджети є фінансовою базою виконання завдань органів місцевої влади, від їх стану та наповненості залежить соціально-економічний розвиток територіальних громад.

Аналіз останніх досліджень. На сьогодні існує значна кількість робіт, присвячених регулюванню місцевих бюджетів, зокрема, таких авторів, як: Архипенко І., Бескид Й., Даниленко А., Кириленко О., Ковбасюк Ю., Масгрейв Р., Панасюк Л., Письменний В. та ін.

Однак, незважаючи на велику кількість наукових публікацій в цій галузі, необхідність у подальших дослідженнях у цьому напрямі обумовлена постійними змінами, що виникають у процесі формування доходів місцевих бюджетів.

Метою статті є розгляд формування дохідної частини місцевих бюджетів на прикладі різних країн світу та надання пропозицій щодо можливостей використання накопиченого досвіду в умовах України.

Самостійність і незалежність місцевих бюджетів, яка закріплена в Бюджетному кодексі, можлива лише за умови належного забезпечення органів влади кожного рівня відповідними джерелами доходів. Провідне місце у складі таких джерел, на думку провідних українських вчених, має належити місцевим податкам і зборам [7]. За допомогою зарубіжного досвіду слід з'ясувати, наскільки формування дохідної частини місцевих бюджетів в окремих країнах світу відрізняється від вітчизняного (українського) підходу.

Місцеві бюджети мають свої характерні властивості в окремих країнах світу. Наприклад, у Іспанії до місцевих бюджетів також входять бюджети сумісних підприємств (так званих торговельних товариств), створених за участю держави. Для країн з високим ступенем розбіжності бюджетної забезпеченості характерним є високий рівень централізації бюджетної системи.

Проте у переважній більшості країн сучасного світу бюджетна система є децентралізованою, тобто місцеві бюджети є окремою ланкою та не включені до державного бюджету чи бюджетів вищих рівнів. Що ж до органів місцевого самоврядування, то центральною ланкою їх фінансів є місцеві бюджети, які формуються на території адміністративних одиниць, що зазвичай мають представницькі органи управління. Створення кожного місцевого бюджету зумовлене потребою фінансового забезпечення для реалізації повноважень місцевих органів [2].



Перейдемо до конкретних прикладів з розглядом особливостей формування дохідної частини місцевого бюджету. До найбільших держав, в яких склалася децентралізована система управління, належать Росія, Індія, Бразилія та Китай. Серед найбільш промислово розвинених країн виокремлюють США, Канаду, Німеччину та Францію.

У Франції місцеві бюджети представлені 36 571 бюджетами комун, 100 бюджетами департаментів та 26 бюджетами регіонів. Однак урядом ніколи не розглядалося реформування адміністративної та бюджетної систем. Олійник Д. зазначає, що спроможність таких дрібних громад виконувати всі покладені на них функції є досить високою. Згідно з чинним законодавством громада може брати на себе ті завдання, виконання яких вона здатна забезпечити. При виникненні окремих питань, які не здатні реалізувати територіальні громади, вони можуть спрямувати кошти міжкомунальним об'єднанням, своєю чергою, передаючи їм належне фінансування зі своїх бюджетів.

Децентралізація у Франції встановлює чіткий баланс рівноваги між державною центральною владою в особі президента Франції і представниками місцевих органів влади, а саме префектами. Префект керує галузевими департаментами.

Функції, які виконує цей орган місцевої влади, полягають у здійсненні державної політики, у забезпеченні соціально-економічного розвитку конкретної адміністративно-територіальної одиниці і здійсненні контролю за законністю прийнятих рішень органами місцевого самоврядування. При визнанні префектом рішення органу місцевого самоврядування не відповідним законодавству він надає певні пропозиції щодо його відхилення. Однак, якщо відбулася відмова питання щодо відхилення, вона розглядається в адміністративному суді, який і приймає остаточне рішення [5].

Найбільша частина коштів бюджетів Франції зосереджена в комунах, вони несуть і переважну частину всіх витрат. Основну частину надходжень складають податки і збори, територіальні утворення можуть самостійно брати позики, але лише для нових інвестицій. Важливим джерелом коштів місцевих бюджетів є державні дотації. Внаслідок децентралізації частка держави у фінансуванні територіальних громад тільки зростає. Доходи від операцій із комунальною власністю формують у Франції фінансову базу місцевого самоврядування.

Місцеві податки у Франції займають значне місце в податковій системі, місцева влада є важливим суб'єктом економічного життя. До місцевих податків відносять: туристський збір, податок на сім'ю, податок на землю, податок на професію, податок на прибирання території, податок на використання комунікацій, податок на продаж будівель. У системі місцевих податків виділяють чотири основних: земельний податок на забудовані ділянки, земельний податок на незабудовані ділянки, податок на житло та професійний податок. Показово, що, крім цих місцевих податків, органи місцевого самоврядування можуть запроваджувати й інші місцеві податки.

У Сполучених Штатах Америки налічується 19 тисяч муніципалітетів, 12 тисяч міських самоуправлінь і 5 тисяч шкільних округів. Місцеві органи незалежні у проведенні податково-бюджетної політики, мають свободу дій щодо використання джерел фінансування. Треба зазначити, що близько 40 % доходів бюджетів місцевих органів становлять відрахування з вищих бюджетів – бюджетів штатів і бюджету федерального уряду. Однак залежність від зовнішніх джерел відрізняється у зв'язку з неоднаковим соціально-майновим станом територій. Наприклад, найбільш залежні від федеральної допомоги є місто Анкоридж (71,3 %) та Вашингтон (40,8 %), а найменш залежні, наприклад, Йонкерс (1,7 %). Отже, різниця з фінансуванням є помітною і суттєвою. Також важливим і цікавим є те, що у США місцеві органи мають право розробляти, вносити та приймати поправки до Хартії місцевого самоврядування.

Найбільшим джерелом місцевих доходів у США є податок на майно, який у більшості місцевих адміністрацій становить близько 30 %. Також можна виділити: податок із продажу (близько 11 % у доходах); прибутковий податок або муніципальний особистий прибутковий податок (приблизно 40 % від податкових доходів); акцизний збір та екологічні податки. Потрібно звернути увагу на те, що майновий податок називають ще податком на нерухомість, через те, що до об'єктів оподаткування належить вартість нерухомого майна – землі (включаючи природні ресурси), житлових будинків, гаражів, господарських фермерських споруд, худоби та машин. Окремо потрібно виділити екологічний податок: важливим питанням у США є екологічний менеджмент та охорона навколишнього середовища.

Екологічні податки – це група нових податків, запроваджених у 80-ті роки і спрямованих на захист навколишнього середовища від шкідливих промислових виробництв. Із 1987 р. запроваджені додаткові акцизи



на нафту (8,2 цента за барель американської нафти і 11,7 цента – з імпортової) з метою мобілізації коштів для фінансування п'ятирічної програми спеціального фонду з очистки шкідливих відходів. Також запроваджений податок у 0,7 цента з галона бензину, дизельного пального і спеціального моторного пального задля очищення ґрунтових вод від шкідливих забруднень, які надходять унаслідок зберігання нафти в підземних сховищах і загрожують чистоті питної води [3].

Можемо зазначити, що система місцевого оподаткування суттєво відрізняється від української.

За системами управління можна виділити два типи систем формування доходів місцевих бюджетів, характерних різних систем. В одних країнах управління регіональною політикою практично повністю контролюване відповідними міністерствами, наприклад у Великій Британії, а в інших – уся повнота повноважень щодо розробки регіональної політики зосереджена на місцевому рівні, наприклад у Фінляндії. У Великій Британії відповідальність за розробку законодавства у сфері регіональної політики покладена на міністерства торгівлі, промисловості, транспорту, навколишнього середовища і регіонів, а здійснення регіональної політики – на регіональні представництва уряду, до складу яких входять співробітники зазначених міністерств.

У цій країні бюджет планується із залишків коштів на кінець року, туди також враховуються надходження поточного року і водночас планується залишок на кінець звітного року. Своєю чергою, план розробляється на п'ятирічний період у цінах поточного року з відповідним коригуванням. Частка місцевих бюджетів складає близько 30 %. На місцевому рівні доходи складаються з місцевих податкових зборів та фінансової підтримки федерального бюджету, що включає в себе два види: блок-гранти та цільові гранти. Блок-гранти виділяються з бюджету для вирівнювання місцевих бюджетів. Цільові гранти вже передбачають в собі щось конкретне, вони видаються під певну статтю місцевого бюджету, яка в даний момент потребує більшого розвитку [4].

Міжнародний досвід свідчить про здатність органів місцевого управління надавати високоякісні соціальні послуги, покращувати умови життя своїх громадян, вдосконалювати інфраструктуру та залучати необхідні ресурси. На думку Панасюка Л. В., ця здатність базується на таких постулатах:

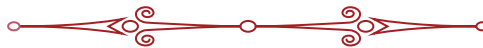
- 1) раціональному розподілу видаткових зобов'язань між різними рівнями влади, сильній і надійній базі доходів зі значною часткою власних;
- 2) «оптимальному» розмірі територіальної громади базового рівня, та раціональному вирішенні питання укрупнення чи об'єднання громад задля досягнення їхніх спільних цілей;
- 3) стратегії розвитку, що базується на ініціативі знизу, передбачає, власне, виокремлення громадою потреб і пріоритетів та мобілізує громаду на пошук ресурсів, необхідних для послідовного досягнення цілей розвитку [4].
- 4) місцеві бюджети в більшості країн світу близькі за своєю структурою та призначенням. Однак кожна держава по-своєму вирішує поставлені перед нею завдання про регулювання дій, пов'язаних з місцевим бюджетом. При цьому спільним є те, що об'єктом бюджетних правовідносин залишаються фінансові операції щодо складання, розгляду, прийняття та виконання місцевого бюджету.

Розглянувши зарубіжний досвід формування та виконання бюджетів, розподілу владних повноважень, можна зробити висновки, що ефективність системи у розглянутих країнах досягається за рахунок забезпечення адекватності дохідних джерел видатковим потребам усіх рівнів бюджетів. Сума власних доходів бюджету і переданих трансфертів дозволяє повністю виконати встановлені видаткові зобов'язання. Розподіл фінансової допомоги характеризується прозорістю і стабільністю механізму вирівнювання.

Проблеми економічного розвитку регіонів, які присутні в Україні, не мають аналогів у світовому процесі через відмінний від інших суспільно-політичний фон. Тому якщо шукати шляхи їх вирішення, потрібно, безумовно, враховувати світовий досвід, але брати до уваги українські реалії. Вагомим фактором розвитку є збалансування фінансових ресурсів місцевого самоврядування України з його функціями та компетенціями. Потрібно розширити можливості місцевого самоврядування у сфері місцевого оподаткування та створити належні умови для повноцінної реалізації місцевою владою своїх повноважень. Також дуже важливо, щоб держава забезпечила достатньо стабільні власні фінансові ресурси органам місцевої влади, які на сьогодні, незважаючи на процеси децентралізації, лишаються недостатніми. Це дозволить Україні наблизитися до розв'язання проблем формування та виконання місцевих бюджетів, до підвищення фінансової стійкості громад та посилення фінансової незалежності.



Література: 1. Архипенко І. М. Зарубіжний досвід формування й реалізації регіональної економічної політики. *Державне управління та місцеве самоврядування*. 2019. Вип. 2. С. 32–42. 2. Ковбасюк Ю. В. Місцеве самоврядування в Україні: сучасний стан та основні напрями модернізації : наук. доп., м. Київ, 6 листоп. 2014 р. Київ, 2015. С. 80–92. 3. Крисоватий А. І., Мельник В. Л. Місцеві податки у США та особливості їх справляння. *Вісник Київського національного економічного університету*. 2018. № 11. С. 30–37. 4. Панасюк Л. В. Удосконалення механізму формування фінансових ресурсів місцевих органів влади з урахуванням світового досвіду. *Економіка та держава*. 2009. № 1. С. 46–50. 5. Савостенко Т. О., Матвеева О. Ю. Система фінансового забезпечення місцевого самоврядування Франції в умовах децентралізації управління: досвід для України. *Державне регулювання процесів економічного і соціального розвитку*. 2019. Вип. 2. С. 1–8. 6. Щebetун І. С. Модель місцевого самоврядування: поняття, взаємозв'язок з концепцією та системою місцевого самоврядування. *Вісник Миколаївського національного університету. Економіка*. 2017. № 5. С. 25–29. 7. Юшко С. В. Доходи бюджету: оцінка стану та перспектив формування : монографія. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2017. 190 с.



АВТОМАТИЗАЦІЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

УДК 657.1

Куценко А. В.

Студент 3 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Проаналізовано ресурси для автоматизації бухгалтерського обліку. Створено перелік найпоширеніших програм на території України, розглянуто особливості кожної з них. Дослідницьку увагу акцентовано на перевагах і недоліках різних програм, їх користь для українських підприємств. Зроблено висновок, що автоматизація бухгалтерського обліку ефективно впливає на роботу підприємства та допомагає державі боротися із корупцією.

Ключові слова: автоматизація, бухгалтерський облік, ERP-система, підприємство, електронна таблиця.



Annotation. Resources for accounting automation are analyzed. The list of the most widespread programs in the territory of Ukraine is created, features of each of them are considered. Research attention is focused on the advantages and disadvantages of various programs, and their benefits for Ukrainian enterprises. It is concluded that the automation of accounting effectively affects the work of the enterprise and helps the state to fight corruption.

Keywords: automation, accounting, ERP-system, enterprise, spreadsheet.



Автоматизація бухгалтерських даних набирає обертів, оскільки розвиток інформаційних технологій у сфері бізнес-управління набирає стрімкий темп. Сучасний бухгалтер не може уявити свого життя без автоматизації, оскільки цей процес дає можливість економити час та кошти, що, своєю чергою, допомагає швидко та якісно вирішувати управлінські питання та мати реальну фінансову картину підприємства.

Питанням організації обліку в умовах застосування комп'ютерних технологій присвячені праці Ф. Ф. Бутинця, В. П. Завгороднього, С. В. Івахненко [1].



Метою моєї статті є дослідження автоматизації бухгалтерського обліку, його удосконалення та впровадження нових технологій у діяльність бухгалтерів.

Таким чином, існує проблема, в якій підприємствам, що прагнуть автоматизувати свою діяльність та ефективно нею керувати, доведеться зіткнутися із завданням вибору програмного продукту для автоматизації обліку та управління, який зможе найкраще задовольнити їх вимоги.

Слід зауважити, що процес автоматизації даних активно пропагується владою України. Але специфіка кожного підприємства істотно відрізняється та залежить від галузі, роду діяльності, послуг, продукції, структури підприємства та його розміру тощо. Саме ці фактори сповільнюють створення однієї програми масового використання [2].

На цей момент підприємствами України використовуються декілька типів програмних забезпечень. До першого типу відносяться ERP-системи.

Планування ресурсів підприємства (ERP-система) – корпоративна інформаційна система, призначена для автоматизації обліку й керування.

Найпопулярнішими ERP-системами в Україні є:

- 1С:ERP;
- IT-Enterprise;
- Парус-Підприємство;
- Універсал;
- Акцент;
- SAP.

Усі ці системи мають спільні риси. До стандартних функцій таких систем відносяться: управління фінансами, персоналом, бухгалтерський і податковий облік, розрахунок заробітної плати, управління конкурсними закупівлями, виробництвом, страховою діяльністю тощо.

Однак з усіх вищеперелічених програм – програма 1С:ERP є фаворитом серед українських підприємств.

Система програм «1С: Підприємство» вирішує широкий спектр задач автоматизації обліку, які стоять перед сучасними підприємствами, що динамічно розвиваються. 1С:ERP є системою прикладних рішень, побудованих за єдиними принципами і на єдиній технологічній платформі: «1С: Підприємство».

Керівник обирає рішення, що відповідає актуальним потребам підприємства і надалі розвиватиметься у міру зростання підприємства або розширення задач автоматизації.

Поєднання цих потреб і забезпечує «1С: Підприємство» як система програм. Програмні продукти системи «1С: Підприємство» можуть бути адаптовані до будь-яких особливостей обліку на конкретному підприємстві.

Пакет «1С: Підприємство» складається з таких модулів залежно від версії програми:

Версія «1С: Підприємство 7.7»

- 1С: Бухгалтерія
- 1С: Торгівля і Склад
- 1С: Зарплата та Кадри

Версія «1С: Підприємство 8.0»

- 1С: Бухгалтерія 8.0
- 1С: Управління торгівлею 8.0
- 1С: Зарплата та Управління персоналом 8.0

У комплект поставки входить конфігурація, призначена для обліку в госпрозрахункових організаціях.

Для ведення обліку в установах і організаціях, що перебувають на бюджеті, призначена конфігурація «Для бюджетних організацій», що поставляється окремо [3]. Це викликано тим, що більшість державних організацій ведуть свій облік в єдиній базі, де використовують мережевий варіант, із залученням декількох робочих місць. За цих умов досить часто доводилося редагувати типові конфігурації, які враховують специфіку сфери, галузі або організації.



Зараз для зручності роботи і більших можливостей реалізації прикладних завдань користувачів ці особливості враховані у 2-й редакції. До складу «1С: Підприємство» включений план рахунків бухгалтерського обліку, відповідний до Наказу Міністерства Фінансів України «Про затвердження Плану рахунків бухгалтерського обліку та Інструкції про його використання» від 30.11.99 № 291. Склад рахунків, організація аналітичного, валютного, кількісного обліку на рахунках відповідають вимогам законодавства поведенню бухгалтерського обліку й відбиттю даних у звітності.

За необхідності користувачі можуть самостійно створювати додаткові субрахунки й розрізи аналітичного обліку. 31 квітня 2007 року було запущено сервіс завантаження офіційних курсів валют НБУ в програми «1С:Підприємство» через Інтернет.

До другого типу відносяться електронні таблиці.

Електронна таблиця – це проста у використанні комп'ютерна програма, призначена для обробки даних. Основною перевагою електронних таблиць є простота використання засобів обробки. Процес роботи із таблицями не потребує професійної підготовки з програмування. Програма надає можливість вводити дані різних типів: текст, числа, дати і час, формули, малюнки, діаграми, графіки. Усі дані, що були внесені до таблиці будуть оброблені спеціальними функціями, якщо детально, то: отримання вибіркового даних; проведення різноманітних обчислень з використанням потужного апарату функцій і формул; рішення задач оптимізації; побудову графіків і діаграм; дослідження впливу різноманітних чинників на показники; статистичний аналіз даних.

Програма Microsoft Excel дозволяє формувати бухгалтерські документи: Журнал реєстрації господарських операцій, Форму № 1 «Баланс» та Форму № 2 «Звіт про фінансові результати», Оборотно-сальдову відомість, Головну книгу, Платіжне доручення, Прибуткові та Видаткові касові ордера, Розрахункову та Платіжну відомість для розрахунків з робітниками та ін.

Але в Excel відсутній ряд функцій, який відповідає за формування проводок по господарських операціях, а також процес оформлення друкованого варіанта форм звітності є значно важчим і займає більше часу, ніж в автоматизованих програмах, які виконують ці функції за замовчуванням.

Незалежно від типу програм, якими користується фірма, важливо враховувати, що модернізація системи бухгалтерського обліку сприятиме удосконаленню:

- управління державними фінансами;
- системи стратегічного бюджетного планування;
- порядку складання і виконання бюджету на основі програмно-цільового методу;
- системи контролю за процесом виконання бюджету;
- інформаційно-аналітичної системи управління державними фінансами;

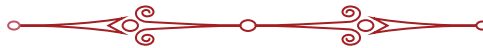
Окрім цих факторів, автоматизація бухгалтерського обліку в Україні забезпечить ефективну боротьбу із корупцією та зниканням документів у паперових архівах компаніях.

В умовах автоматизації обліку за допомогою комп'ютеру можна виділити, що нам доступні переваги над ручним вводом даних, однією з основних переваг є закладені програмою правила організації ведення бухгалтерського обліку, одночасна робота із декількома стандартними блоками та алгоритмами. Слід звернути увагу, що плани рахунків, самі рахунки та їх особливості мають вагомий вплив на технологію бухгалтерського обліку і таким чином мають вплив на більшість складових інформаційної системи, що мають безпосереднє відношення до нього.

Отже, автоматизація бухгалтерського обліку – це процес, який дозволяє українським підприємствам не тільки економити власний час, але й пришвидшити процес роботи, що може зарадити державі з контролем корупційних схем і «тіньових» рахунків, дозволяє акцентувати увагу на проведенні фінансового і економічного аналізу роботи підприємства та пошуку резервів щодо підвищення ефективності цієї роботи. Саме тому підприємствам необхідно обрати програмне забезпечення, яке буде здатне забезпечити всі потреби обліку підприємства, а також не вимагатиме специфічних навичок програмування. Також важливим є розробка одного типового продукту зі сторони держави, що допоможе контролювати бухгалтерію усієї країни в одному додатку.



Література: 1. Бутинець Ф. Ф., Івахненко С. В. Інформаційні системи бухгалтерського обліку. Житомир : ЖІТІ, 1997. 530 с. 2. Завгородний В. П. Автоматизация бухгалтерского учета, контроля, анализа и аудита. Киев : А.С.К., 1998. 768 с. 3. З турботою про користувача: нова версія 8.1 платформи «1С: Підприємство», Дебет-Кредит, No. 15, 2007 р. 4. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.1999 № 996. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text>. 5. Бухгалтерський тижневик Дебет –Кредит. URL: www.dtkk.com.ua. 6. Бест-звіт. URL: www.bestzvit.com.ua. 7. Про затвердження стратегії модернізації системи бухгалтерського обліку в державному секторі на 2007–2015 роки : Постанова Кабінету Міністрів України від 16.01.07 № 34 // Баланс-бюджет. No. 3. С. 4–9. 8. Лемішовський В. І. Бюджетні установи: бухгалтерський облік та оподаткування. Львів : Інтеллект-Захід, 2007. 1104 с. 9. Лучко М. Р., Хорунжак М. Н. Організація інформаційних систем і технологій обліку в бюджетних установах : навч. посіб. Тернопіль : Вид. Стародубець В. О., 2002. 178 с. 10. Павлюк К. В. Розвиток казначейської системи виконання Державного бюджету. *Фінанси України*. 2006. № 2. С. 78–90.



ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ФІНАНСОВОГО ТА ВНУТРІШНЬОГОСПОДАРСЬКОГО ОБЛІКУ

УДК 657

Легка А. В.

Студент 3 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті розглянуто фінансовий та внутрішньогосподарський облік як складові єдиної та цілісної системи бухгалтерського обліку, що взаємопов'язані об'єктами та методами. Увагу зосереджено на загальній характеристиці й особливостях наведених видів бухгалтерського обліку.

Ключові слова: облік, бухгалтерський облік, фінансовий облік, внутрішньогосподарський (управлінський) облік.



Annotation. The article considers financial and internal accounting as components of a single and integrated accounting system, which are interconnected by objects and methods. Attention is focused on the general characteristics and features of the presented types of accounting.

Keywords: accounting, financial accounting, internal management accounting.



Постановка проблеми. Невід'ємною частиною процесу управління підприємством є облік господарських операцій, що характеризується постійністю і безперервністю ведення, достовірністю та юридичним підтвердженням. Ним виступає бухгалтерський облік, котрий не тільки відображає, а й неабияк впливає на вже існуючі господарські процеси.

Згідно з Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 № 996-XIV: «Бухгалтерський облік – процес виявлення, вимірювання, реєстрації, накопичення, узагальнення, зберіган-



ня та передачі інформації про діяльність підприємства зовнішнім та внутрішнім користувачам для прийняття рішень» [1].

У країнах з розвинутою ринковою економікою бухгалтерський облік за методологічними й організаційними ознаками поділяють на фінансовий та внутрішньогосподарський. Це дві складові цілісної системи обліку, кожна з яких, своєю чергою, має свою мету, призначення і роль в процесі управління підприємством та забезпечення достовірною інформацією суб'єктів господарювання.

Аналіз останніх досліджень. Концепція В. В. Сопка займає визначальне місце у проблемі єдності обліку. В її основі закладена ідея побудови так званого управлінського обліку. Автор наголошує, що виробничий облік є не самостійним бухгалтерським обліком, а виступає деталізацією даних фінансового обліку стосовно доходів і витрат підприємства [2, с. 7].

М. С. Пушкар виділяє три складові бухгалтерського обліку: фінансовий облік, управлінський облік та контролінг [3, с. 383], в той час як С. Сухарева та С. Петренко вважають, що внутрішньогосподарський облік є найвагомішою складовою контролінгу [4].

Основною метою статті є визначення та обґрунтування сутності фінансового та внутрішньогосподарського (управлінського) обліку.

Виклад основного матеріалу. Фінансовий облік – комплекс правил і процесів, що забезпечує формування та оприлюднення інформації стосовно результатів діяльності підприємства (організації, установи) та його фінансового стану згідно з законодавчими актами та стандартами бухгалтерського обліку. Виходячи з визначення головною метою фінансового обліку є обробка і підготовка цієї інформації для зовнішніх і внутрішніх користувачів.

Предметом цього виду обліку виступає фінансово-господарська діяльність підприємства, яка демонструється за допомогою його об'єктів, що відображаються як на синтетичних, так і на аналітичних рахунках. До них відносяться активи підприємства, джерела власних засобів, фінансові результати, витрати та зобов'язання підприємства, а також господарські операції, пов'язані з придбанням ресурсів, виробництвом і реалізацією.

Слід зазначити, що основними складовими фінансових звітів, за якими відбувається фінансовий облік, є доходи, активи, витрати, власний капітал, зобов'язання, інвестиції власників і їх виплати.

Фінансовий облік використовує здебільшого специфічний метод бухгалтерського обліку, який складається з таких пар елементів, як документування та інвентаризація, оцінка та калькулювання, система рахунків та подвійний запис, а також балансове узагальнення та фінансова звітність.

Щодо функцій фінансового обліку, то виділяють три основних. Перша полягає в цілковитому і безперервному відображенні всіх господарських операцій за звітний період. Друга – у складанні врегульованої бухгалтерської звітності. Третя визначає надання необхідної інформації користувачам, котра, своєю чергою, повинна включати ряд якісних характеристик. Вона має бути зрозумілою та розрахованою на однозначне тлумачення, доречною та достовірною. Крім цього, інформація повинна надавати можливість порівнювати фінансову звітність за різні період або фінансові звіти окремих підприємств.

Концептуальні основи фінансового обліку також передбачають додержання основних принципів, на яких він ґрунтується, а саме: принцип автономності та безперервності діяльності підприємства, принцип послідовності, принцип фактичної собівартості, принцип нарахування та відповідності доходів і витрат, принцип повного висвітлення та обачності, а також принцип превалювання сутності над формою та єдиного грошового вимірника.

Організація обліку витрат і доходів є принципово важливим питанням, адже в ньому і виявляються особливості побудови фінансового обліку. Спочатку формується повна номенклатура елементів витрат, після чого кожній складовій присуджується фінансовий рахунок. У такий спосіб створюється система рахунків витрат за елементами. Наприкінці звітного періоду доходи порівнюються з витратами і визначається фінансовий результат.

Слід зазначити, що фінансовий вид обліку ведеться з моменту створення до моменту припинення існування підприємства. Відповідальність за його організацію несе власник або уповноважений ним орган. Підприємство самостійно обирає форму організації фінансового обліку, визначає облікову політику, затверджує правила документообігу та спосіб обробки облікової інформації.

Правові основи щодо регулювання, організації та ведення фінансового обліку в Україні встановлені «Законом України про бухгалтерський облік та фінансову звітність» від 16.07.1999 № 996-XIV, який розповсюджу-



ється на всіх юридичних і представництв іноземних суб'єктів, що зобов'язані вести облік та надавати відповідну фінансову звітність про результати своєї господарської діяльності.

Фінансовий облік суворо регламентований, тому провадиться з дотриманням певних вимог, визначених державними органами України, насамперед, такими як Міністерство фінансів, Державне казначейство, Національний банк, а також інші міністерства та органи виконавчої влади, відповідні повноваження яких передбачені законодавством [5].

Внутрішньогосподарський облік, або так званий управлінський, – система обробки та підготовки інформації про діяльність підприємства для внутрішніх користувачів у процесі його управління. Інакше кажучи, це облік, метою якого є задоволення потреби в корисній інформації як керівництва всього підприємства, так і його структурних підрозділів для прийняття зважених управлінських рішень.

Предметом цього обліку є дані про діяльність підприємства, пов'язані з нею витрати, доходи та фінансові результати. Об'єктами вважаються виробничі ресурси підприємства та господарські процеси з їх результатами.

Управлінський облік виробничих підприємств передбачає ведення обліку витрат і калькулювання собівартості продукції. Підприємство обирає самостійно метод, за допомогою якого в інформаційній системі відображаються об'єкти внутрішньогосподарського обліку.

Методи управлінського обліку включають елементи методу бухгалтерського обліку, загальні методи дослідження об'єкта, такі як спостереження та аналіз, а також спеціальні методи: математичне програмування, статистичні та економіко-математичні методи.

Визначальними функціями внутрішньогосподарського обліку є інформаційна та комунікаційна. Перша полягає у забезпеченні керівників необхідною інформацією для планування, контролю і ухвалення вмотивованих управлінських рішень. Друга – для формування інформації як засобу внутрішньої комунікації між окремими структурними підрозділами, посадовими особами різних рівнів.

Усі глобальні принципи управлінського обліку є похідними від прагнення зробити сталий успіх більш досяжним. Існують чотири узагальнені принципи. По-перше, комунікація формує інформацію, що має вагомий вплив. По-друге, інформація є релевантною. По-третє, аналізується вплив на вартість. Та нарешті, по-четверте, розумне керування породжує довіру. Ефективний внутрішньогосподарський облік здійснюють компетентні спеціалісти, котрі враховують перераховані вище принципи, для підтримки та покращення системи управління організацією.

У межах управлінського обліку інформація деталізується на рахунках відповідно до запитів управління. В результаті отримується узагальнена інформація про витрати за різними параметрами.

Крім того, управлінський облік є соціально-економічною системою, що потребує вирішення ряду завдань з метою організаційного забезпечення. Для початку слід звернути увагу на розподіл повноважень та обов'язків між працівниками облікового апарату задля досягнення поставлених цілей. Також забезпечити ефективне функціонування обліково-інформаційної системи підприємства, оцінити параметри її організації, оптимізувати інформаційне забезпечення та гарантувати дотримання норм конфіденційності. Доцільним є впровадження нових інформаційних технологій у систему управлінського обліку [6].

Висновок. Аналізуючи наведені вище характеристики фінансового та внутрішньогосподарського обліку, можна виділити такі відмінності.

По-перше, управлінський облік націлений на майбутнє, а тому сполучається з плануванням. Фінансовий же, навпаки, вносить до реєстру господарські операції та факти, що вже трапилися.

По-друге, внутрішньогосподарський облік не підпорядковується загальноприйнятим стандартам і схемам бухгалтерського обліку, у той час як фінансовий вирізняється чіткою регламентацією змісту та форми подання даних.

По-третє, в процесі ведення управлінського обліку увага, як правило, зосереджується на певних сегментах господарської діяльності. Наприклад, це може бути конкретний вид продукції, що виробляється та реалізується, або окремі сфери ринку та ін. Фінансовий облік характеризується орієнтацією на все підприємство в цілому.

Крім цього, на відміну від фінансового, внутрішньогосподарський облік є необов'язковим, тобто керівництво в змозі самостійно приймати рішення вести його чи ні.

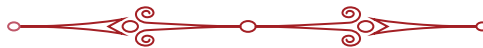


Однак ці два види обліку мають і певні спільні риси. Передусім вони базуються на даних спільної інформаційної системи обліку, посилаються на концепцію відповідальності в процесі управління підприємством. Також інформація управлінського та фінансового обліку слугує для ухвалення рішень, нехай і різної спрямованості.

Отже, внутрішньогосподарський облік набагато ширший за змістом інформації та переліком завдань, аніж фінансовий, він у повному обсязі підпорядкований вимогам менеджерів підприємства та орієнтується на вирішенні господарських завдань шляхом отримання відповідної достовірної інформації щодо доходів і витрат.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Серікова Т. М.

Література: 1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.1999 № 996-XIV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text>. 2. Сопко В. В. Фінансовий та внутрішньогосподарський облік затрат виробничої діяльності підприємств : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.04. Київ, 2001. 24 с. 3. Пушкар М. С. Тенденції та закономірності розвитку бухгалтерського обліку в Україні. Тернопіль : Екон. думка, 1999. 442 с. 4. Сухарева С. А., Петренко С. Н. Контролінг – основа управління бизнесом. Донецьк : Норд-компьютер, 2001. 210 с. 5. Король Г. О., Сокольська Р. Б., Акімова Т. В. Фінансовий облік І. Ч. І : навч. посіб. Дніпропетровськ : НМетАУ, 2011. 40 с. 6. Зелікман В. Д., Ізвєкова І. М., Сокольська Р. Б. Управлінський облік : навч. посіб. Дніпро : НМетАУ, 2017. 198 с.



ОСОБЛИВОСТІ БЕЗРОБІТТЯ СЕРЕД МОЛОДІ У СУЧАСНІЙ УКРАЇНІ

УДК 331.5

Лисиця А. О.

Студент 1 курсу
факультету фінансів і обліку ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті проаналізовано сучасний стан безробіття серед молоді та його вплив на соціально-економічну ситуацію у країні. Також проведено порівняння безробіття в Україні протягом останніх трьох років, запропоновано шляхи подолання цієї проблеми.

Ключові слова: безробіття, молодь, працевлаштування, трудовий потенціал, працездатні особи.



Annotation. The article analyzes the current state of youth unemployment and its impact on the socio-economic situation in the country. A comparison of unemployment in Ukraine over the past three years has also been made, and ways to overcome this problem have been suggested.

Keywords: unemployment, youth, employment, labor potential, able-bodied persons.





Актуальність теми дослідження. На цей момент питання безробіття серед молоді є досить актуальним, насамперед у нашій країні, адже воно визначає якість трудового потенціалу держави та її соціально-економічний розвиток. Як наслідок, вирішення цього питання зможе поліпшити економічне та соціальне становище України.

Постановка проблеми. На сьогодні в Україні молодіжне безробіття є однією з найгостріших проблем соціальної економіки. Саме юнаки в процесі пошуку роботи помічають такі проблеми, як відсутність досвіду та навичок, розбалансованість між попитом на робочу силу та пропозицією на ринку праці, завищені вимоги та очікування від роботодавців. Усе це заважає розкрити молоді свій трудовий потенціал, і, як наслідок, ми отримуємо високий рівень безробіття.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню проблеми безробіття серед молоді у сучасній Україні, а також питанню працевлаштування присвятили свої праці такі науковці: Ярошенко О. В. [1], Курило І. О. [2], Романюк О. В. [3] та ін.

Метою статті є дослідження особливостей сучасного стану молодіжного безробіття в Україні, причини його появи та пошук рішень для виявлених проблем.

Результати дослідження. Безробіття — це стан економіки, за якого частина працездатних осіб не може знайти роботу й отримувати заробітну плату як джерело існування. Згідно з офіційним повідомленням Держкомстату України [4], у 2018 р. населення віком від 15 до 24 роки було безробітним у розмірі 259,7 тис. осіб, а показник у % до економічно активного населення відповідного віку склав 19,7 %. У 2019 році кількість безробітної молоді знизилася до 222,7 тис. осіб., а показник у % до економічно активного населення відповідного віку – до 16,3 %. У минулому році – 195,8 тис. осіб та 15,5 % відповідно.

Отже, динаміка показує, що безробіття серед молоді повільно знижується. Якщо ж розглядати безробіття населення (за методологією МОП) за статтю, типом місцевості та віковими групами у 2020 році, то ми побачимо зовсім іншу динаміку (табл. 1).

Таблиця 1.

Безробіття населення (за методологією МОП) за статтю, типом місцевості та віковими групами у 2020 році

(за результатами обстеження робочої сили/ information is based on the results of Labour Force Survey)								
1	2		3		4		5	
	січень-березень/ January-March		січень-червень/ January-June		січень-вересень/ January-September		січень-грудень/ January-December	
	тис. осіб	у % до робочої сили відповідного віку	тис. осіб	у % до робочої сили відповідного віку	тис. осіб	у % до робочої сили відповідного віку	тис. осіб	у % до робочої сили відповідного віку
Усе населення віком 15 років і старше	1548,9	8,5	1630,6	9,2	1643,4	9,3	1674,2	9,5
з нього:								
15–70 років	1548,9	8,6	1630,6	9,2	1643,4	9,3	1674,2	9,5
20–64 роки	1495,8	8,5	1584,9	9,1	1595,9	9,2	1627,8	9,4
працездатного віку	1548,6	8,9	1630,1	9,6	1643,0	9,7	1673,3	9,9
за віковими групами:								
15–24 роки	195,8	15,5	218,3	18,3	229,4	19,3	227,9	19,3
25–29 років	164,9	8,2	174,1	8,7	171,5	8,6	173,0	8,7
30–34 роки	199,3	7,6	202,0	7,9	203,9	8,0	209,2	8,2
35–39 років	257,5	9,5	271,7	10,3	265,9	10,1	271,9	10,3
40–49 років	385,9	8,1	424,1	9,1	439,0	9,4	442,9	9,5
50–59 років	345,2	8,7	339,9	8,7	333,3	8,6	348,4	9,0
60–70 років	0,3	0,0	0,5	0,1	0,4	0,1	0,9	0,1
71 рік і старше	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Джерело: побудовано автором на основі [4]



Як бачимо, рівень безробіття в Україні у 2020 році, визначений за методологією Міжнародної організації праці (МОП), у віковому діапазоні від 15 до 40 років перевищує середній рівень серед працездатного населення (7,2 %): відсоток безробітних осіб віком 30–34 років у 2020 році становив 8,2 %; у віці 25–29 років – 8,7 %, а у віковій групі 15–24 років цей показник досягнув 19,3 %, тобто майже утричі вищий, ніж серед усього працездатного населення (рис. 1).

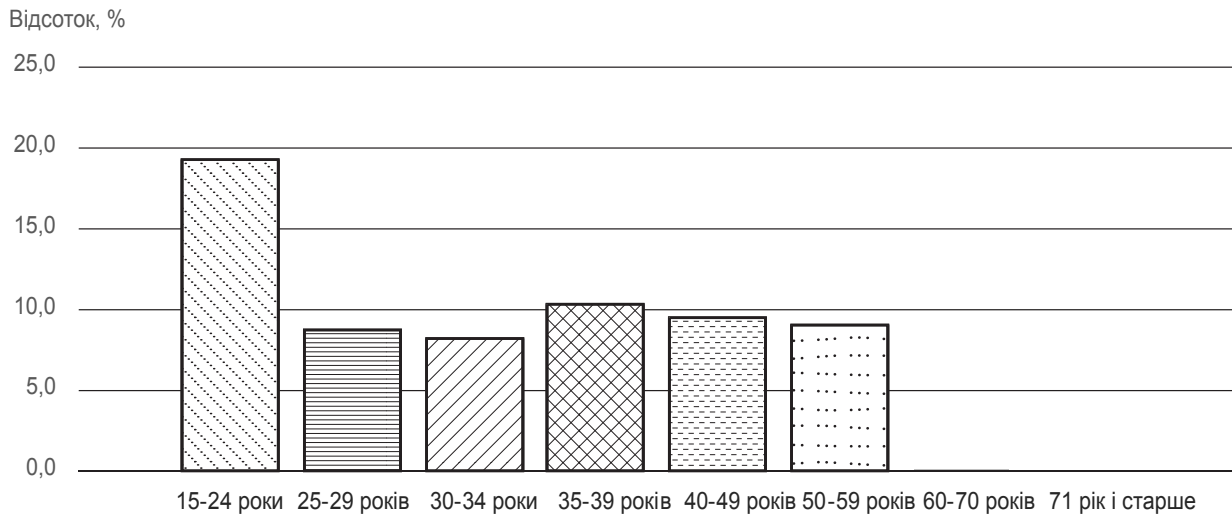


Рис. 1. Діаграма безробіття за віковими групами у 2020 році

Джерело: побудовано автором на основі [4]

Подана динаміка лише підкреслює вагомість цього питання для сучасної України. Адже порівняно з іншими віковими категоріями молодь має високу працездатність, потужний творчий та трудовий потенціал, а також сучасні ідеї, які дуже необхідні нашій державі.

Нестача працездатних осіб віком від 15 до 25 років значно впливає на становище держави та темпи модернізації економіки.

Якщо ж розглядати причини появи цієї проблеми, то панівну роль відіграє непрацевлаштованість після закінчення закладів освіти. У 2020 році згідно з інформацією про безробіття населення (за методологією МОП) за причинами незайнятості [4] цей показник мав значення 9,3 % серед осіб віком від 15 до 70 років (рис. 2). А це означає, що саме ця категорія людей є найбільш уразливою.

Корупція на ринку праці та політична нестабільність в Україні також мають свій вплив. На жаль, сьогодні держава не надає необхідні умови для працевлаштування молодих людей. А більшість навчальних закладів роками не вдосконалюють освітню програму.

До того ж через низьку заробітну плату молодь часто емігрує до інших країн Європи у пошуках кращих умов роботи, що загострює проблему ще більше.

Відсутність роботи провокує осіб молодого віку нехтувати освітою та йти кримінальними шляхами для пошуку грошей. Як наслідок, зростає рівень бідності населення та відбувається поступова деградація.

Подолання цієї проблеми – досить кропітка праця. Перш за все державі потрібно подбати про надання гарантій щодо працевлаштування після закінчення закладів освіти, забезпечити студентів можливістю стажування, встановити тісний взаємозв'язок між університетами та ринками праці, запропонувати вигідні умови та впровадити механізми мотивації до працевлаштування студентів. Верховна Рада Україна вже почала роботу над цим питанням.

Зокрема, воно порушується в Указі Президента України від 12.03.21 № 94/2021 «Про Національну молодіжну стратегію до 2030 року» [5].

Висновки. Результати проведеного дослідження вказують на необхідність ефективного державного регулювання, активізації підтримки молоді у питаннях працевлаштування та створення можливості для розвитку трудового потенціалу.

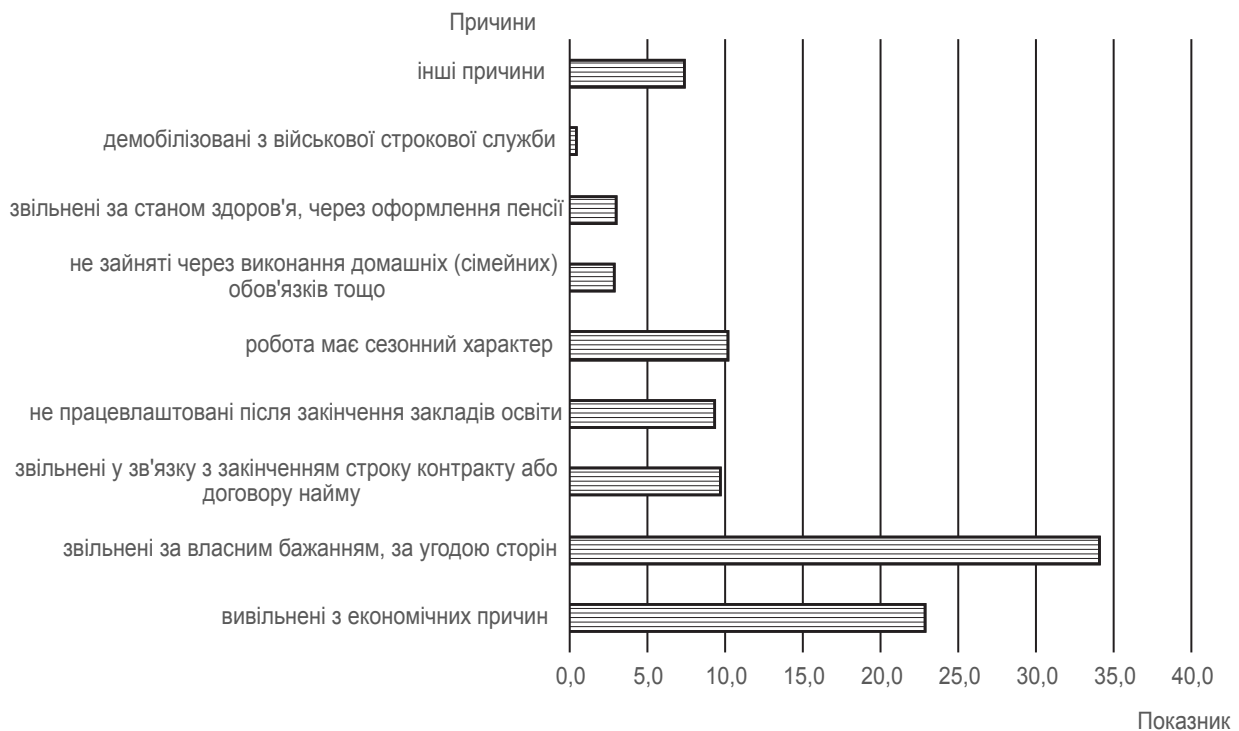


Рис. 2. Діаграма безробіття населення (за методологією МОП) за причинами незайнятості у 2020 р.

Джерело: побудовано автором на основі [4]

Актуальними для сучасної України є мотивація молоді до навчання та працевлаштування в Україні, розробка систем підтримки під час пошуку роботи, створення місць для оплачуваної виробничої практики, можливість стажування та надання робочих місць на підприємствах. Безробіття серед молодого населення – соціально-економічна проблема, яка потребує швидких рішень, адже якщо не почати діяти, то країні загрожує глобальна економічна криза.

Науковий керівник – д-р екон. наук, доцент Мащенко М. А.

Література: 1. Молодь на ринку праці: навички XXI століття та побудова кар'єри : інформ.-аналіт. матеріали. Київ : Мін-во молоді та спорту України, Держ. ін-т сімейної та молодіжної політики, 2019. 42 с. 2. Курило І. О. Демографічні процеси та структури в Україні: сучасні регіональні особливості. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2014. Вип. 10. Т. 2. С. 138–145. 3. Романюк О. В. Проблеми працевлаштування молоді. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Dtr_ep/2011_6/files/EC611_53.pdf. 4. Державна служба статистики. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. 5. Офіс Президента України. Офіційне-інтернет представництво. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/942021-37337>.



СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В УКРАЇНІ

УДК 657(477)

Лобас А. Д.

Студент 3 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті досліджено поняття бухгалтерського обліку на основі статей науковців. Виявлено сучасні проблеми бухгалтерського обліку в Україні. Охарактеризовано потребу правильного, своєчасного ведення звітності підприємства та використання результатів досліджень, аналізу даних з метою підвищення ефективності діяльності підприємства. Наведено перелік варіантів вирішення цих проблем і перспективи розвитку бухгалтерського обліку.

Ключові слова: бухгалтерський облік, звітність, аналіз, підприємство, діяльність, проблеми розвитку, інформація.



Annotation. The article explores the concept of accounting based on the articles of scientists. Modern problems of accounting in Ukraine are revealed. The need for correct, timely reporting of the enterprise and the use of research results, data analysis to improve the efficiency of the enterprise are described. The list of variants of the decision of the given problems and prospects of development of accounting is resulted.

Keywords: accounting, reporting, analysis, enterprise, activity, development problems, information.



Оскільки дані бухгалтерського обліку є основою для ведення успішної економічної діяльності підприємства, то його проблеми не можуть не хвилювати науковців та аналітиків. Останнім часом все частіше обговорюються питання бухгалтерського обліку, багато авторів висловлюють свою думку з цього приводу, пропонують безліч варіантів удосконалення системи контролю капіталу. Серед українських науковців, які займалися оцінкою проблем бухгалтерського обліку в Україні є А. В. Озеран, С. Ф. Голова, Л. Г. Ловінська, М. С. Пушкар, З. В. Гуцайлук.

Метою цієї статті є трактування поняття «бухгалтерський облік» та мотивів його використання, дослідження сучасних проблем бухгалтерського обліку в Україні і розробка варіантів їх вирішення.

Актуальність проведення такого дослідження підтверджується тим, що останнім часом спостерігається поширена тенденція використання інформаційних технологій в бізнес-управлінні, все частіше обговорюють перспективні напрями розвитку бухгалтерського обліку в Україні. Автори вважають, що основними сучасними проблемами бухгалтерського обліку в Україні є:

- зниження якості аналітичного бухгалтерського обліку і, як наслідок, зниження достовірності звітної інформації;
- зниження виконавської дисципліни: деякі положення на практиці не виконуються;
- слабо розроблена методологія автоматизованої форми бухгалтерського обліку;
- проблеми застосування міжнародних стандартів фінансової звітності;
- погіршення позицій до бухгалтерського обліку як до важливої категорії управління [1].

В Законі України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» зазначено чітке визначення поняття «бухгалтерський облік», що являє собою процес виявлення, вимірювання, реєстрації, накопичення, узагальнення, зберігання та передачі інформації про діяльність підприємства зовнішнім і внутрішнім користувачам для прийняття рішень. [2] Він займає особливе місце в системі господарського обліку, оскільки є основним джерелом відомостей про діяльність господарюючого суб'єкта. Бухгалтерський облік формує дані про:

- величину коштів організації;
- про стан розрахунків з іншими господарюючими суб'єктами;



- про розмір закупівель і випуску продукції;
- про рівень доходів і витрат та формування фінансових результатів.

В Україні система бухгалтерського обліку нормується національними положеннями та міжнародними стандартами фінансової звітності, які регламентують процедуру ведення обліку та порядок формування звітності.

На превеликий жаль, підприємства ведуть звітність для однієї групи споживачів, а саме податкових органів, лише з однією метою: щоб уникнути штрафних санкцій з боку контролюючих органів, які дадуть змогу підприємству спокійно функціонувати. Але ця фінансова звітність підприємствами ведеться не зовсім якісно і не використовується ними в корисних цілях [3].

Для вирішення описаних вище проблем, які зустрічаються сьогодні в системі бухгалтерського обліку в Україні, керівництву підприємств необхідно, в першу чергу, зробити більший акцент на важливості ведення своєчасного, правильного обліку, оскільки він має велику цінність для виявлення, вимірювання, збору, аналізу, підготовки, передачі управлінських рішень з метою підвищення ефективності діяльності організації. Також дуже важливим моментом у веденні будь-якої звітності на підприємстві є використання нових технологій, а саме автоматизація та комп'ютеризація, оскільки це дасть змогу зменшити кількість часу, відведеного на підрахунки, аналіз і підбиття підсумків діяльності підприємства. Широке застосування в управлінні фінансового обліку та автоматизації обчислювальних операцій дозволить:

- розширити галузь їх застосування за допомогою використання одного запису,
- здійснити в автоматизованій системі облік для наступних економічних розрахунків з метою спрощення алгоритму;
- правильно складати і аналізувати бюджетну діяльність компанії, а також підвищити якість і ефективність ведення бухгалтерського обліку й іншої економічної інформації.

Для підприємства одним із важливих етапів автоматизації обліку є проведення правильної оцінки складу й обсягу необхідного документообігу, визначення переліку документів, які мають вестися в електронній формі, а які – у паперовій. У зв'язку з цим необхідно чітко визначити завдання автоматизації. Як свідчить практика, то найбільша кількість помилок в обліку, без використання комп'ютерних технологій (тобто при паперовій технології), виникає на етапі перенесення даних обліку з одного облікового регістру до іншого, а також при складанні різних довідок і звітів. Повністю звільнитися від такого роду помилок дозволяє використання автоматизованого обліку завдяки тому, що, як правило, при автоматизованому обліку ведеться тільки один обліковий регістр, а всі інші формуються автоматично, тому ризик помилки при перенесенні даних між регістрами обліку є мінімальним [4].

Незважаючи на переваги використання автоматизації бухгалтерського обліку, існують такі проблеми її використання безпосередньо в рамках підприємства:

1. Визначення завдань автоматизації, які полягають у необхідності визначати основи функціонування підприємства і ключові бізнес-процеси, що дозволяє не вийти за рамки реальних потреб підприємства.
2. Часта зміна нормативних актів, що встановлюють правила обліку, звітності та оподаткування, не володіють гнучкістю і не здатні відображати зміни зовнішніх умов.
3. Брак кваліфікованих кадрів.
4. Перенесення наявних даних на підприємстві в нову систему [5].

Всі ці проблеми можуть стати причиною збільшення витрат на впровадження автоматизованої системи ведення бухгалтерського обліку та відсутності економічного ефекту від її впровадження.

Як висновок, можна сказати, що система бухгалтерського обліку в Україні потребує змін, особливо щодо введення автоматичних систем, які допоможуть підприємствам не тільки підбивати підсумки про реєстрацію лише фактів минулого, оскільки вона не обмежується грошовим вимірником, системою рахунків і подвійним записом.

Нововведення повинні давати змогу підприємствам отримувати надійну, доречну інформацію для подальшого аналізу діяльності підприємства та надавати можливість для планування майбутніх господарських операцій підприємства.

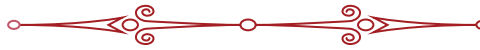
Розвиток інформаційних технологій у бухгалтерському обліку сприяє підвищенню ефективності та якості роботи бухгалтера, поліпшенню контролю над фінансово-господарською діяльністю підприємства. Водночас



слід зауважити, що жодна система автоматизації обліку не в змозі повністю замінити бухгалтера. Адже існує безліч питань, при вирішенні яких необхідно вироблення професійного судження, яке якраз-таки слабо піддається автоматизації, бо ґрунтується, насамперед, на особистому досвіді людини.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Серікова Т. М.

Література: 1. Озеран А. В. Стан та напрями регулювання бухгалтерського обліку і звітності в Україні // Стан, проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу і контролю у контексті сучасних концепцій управління : матеріали XI Міжнар. наук.-практ. конф. Львів : Вид-во ЛКА, 2011. 2. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.1999 № 996-XIV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text>. 3. Лоханова Н. О. Реформування системи бухгалтерського обліку і звітності в Україні: реалії, проблеми, перспектив». URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/147035846.pdf>. 4. Ткаченко Н. М., Квачан В. В. Автоматизація бухгалтерського та податкового обліку. URL: <http://magazine.faaf.org.ua/avtomatizaciya-buhgalterskogo-ta-podatkovogo-obliku.html>. 5. Борькина А. А., Конищева А. К. Становление и развитие автоматизации бухгалтерского учета. URL: <http://science.kuzstu.ru/wp-content/Events/Conference/RM/2016/RM16/pages/Articles/IITMA/12/12.pdf>. 6. Положення (стандарти) бухгалтерського обліку. URL: <https://kodeksy.com.ua/buh/psbo.htm>.



ЕКОНОМІКА ШВЕЙЦАРІЇ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇЇ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ

УДК 338; 336

Ломакіна Д. О.
Деркач К. Р.

Студенти 1 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У цій статті розглянуто економіку Швейцарії та її економічну політику. Досліджено вплив фінансового сектора на економіку країни та його роль у світовій економіці. Проведено аналіз структури банківської системи даної країни, її особливостей та переваг.

Ключові слова: Швейцарія, ВВП, економіка, фінансовий сектор, банки, кредити, інвестиції, капітал.



Annotation. In this article the Swiss economy and its economic policy are covered. The impact of the financial sector on the country's economy and its role in the world economy are studied. An analysis of the structure of the country's banking system, its features and advantages was done.

Keywords: Switzerland, GDP, economy, financial sector, banks, loans, investment, capital.



Швейцарські банки і фінансові установи є основним механізмом у розвитку економіки країни. Швейцарський франк є однією з найбільш стабільних світових валют. На сьогодні економіка країни вважається однією з найбільш стабільних, тим самим залучаючи інвесторів вибирати саме ці банки.



Актуальність цієї теми пов'язана з тим, що Швейцарські банки є найнадійніші в світі. Тому важливо проаналізувати економіку Швейцарії і її вплив на структуру банківської системи.

Дослідженням цієї теми займалися: Коляда О. В., Шараєнко О. А. [1], Ласкава Е. О., Маслова А. Д. [2] та ін.

Метою статті є дослідження та аналіз особливостей економіки Швейцарії та її банківської системи.

Швейцарська Конфедерація – невелика за чисельністю населення країна в центрі Європи. Вона є однією з найбільш розвинених країн світу, а все завдяки політичній стабільності і нейтралітету, добре злагодженій і прозорій законодавчій системі. Країна не зазнавала жодних збитків ще з 1815 р. Зараз у складі Швейцарії 23 кантони, що дає змогу розподіляти економічні сили за регіонами та використовувати всі доступні природні ресурси.

За даними на 2019 рік, ВВП Швейцарії становить 703 млрд дол., інфляція становить 0,4 %, ВВП на душу населення – 82 тис. дол., безробіття – 2,5 %. Структура ВВП виглядає так: сільське господарство – 2 %; промисловість – 20 %; сфера послуг – 78 % [3].

Швейцарське господарство, незважаючи на відсутність на її території великої кількості сировинних ресурсів та корисних копалин, зорієнтоване на випуск високоякісної продукції. До низки динамічних підприємств країни входить виробництво годинникових механізмів, легка і фармацевтична промисловість, сільське господарство, туризм. Світову популярність завоювала швейцарська годинна промисловість. 95 % всіх годинників йдуть на експорт. Найбільшими підприємствами є: «Richemont», «Swatch Group», «Rolex», «Patek Philippe». Щодо ТНК Швейцарії, то вони займають лідируючі позиції у світі (до них входять концерни Nestle, Novartis, Asea Brown Boveri та ін.) [4].

Швейцарію відносять до дуже конкурентоспроможної та інвестиційно привабливої країни. Обґрунтуванням цього є її високий рівень: кваліфікації трудових ресурсів, продуктивності праці, якості товарів і послуг та якості інфраструктури. Країна має помірне адміністративно-правове регулювання підприємницької діяльності, тобто сприятливий режим оподаткування (має найнижчу в Європі ставку податку на додану вартість, яка становить 7,7 %). Швейцарія підписала угоди про уникнення подвійного оподаткування зі 100 країнами світу. За допомогою її соціально-політичної, валютної та цінової стабільності країна має розвинений ринок капіталу і банківську систему високого рівня [1].

Швейцарія є одним з найбільш респектабельних європейських економічних центрів. Її особливе положення на економічній карті світу обумовлено стійкими демократичними інститутами, розташуванням у центральній частині Європи і традиційним статусом нейтралітету. Швейцарія не бере участі ні у військових, ні в політичних, ні в економічних, ні в расових конфліктах між державами. Тому її економічний і політичний суверенітет завжди знаходяться в стані спокою. Саме ця стабільність і є причиною інтересу іноземних інвесторів, що призводить до збігу банківських вкладів з усього світу. Не можна не згадати, що Швейцарський франк – одна з основних резервних валют світу. Завдяки нейтралітету і суверенітету країни створений особливий фінансовий клімат, в якому успішно розквітає і розвивається банківська система Швейцарії [2].

Економіка країни заснована на ринкових взаємовідносинах та обороті фінансового іноземного капіталу. Можна сказати, що у Швейцарії створені ідеальні умови не тільки для дрібних, а й для великих підприємств. Держава взагалі не втручається в діяльність підприємств, а сам виробничий ринок без проблем задовольняє всі запити середньостатистичного покупця. Успішні економічні відносини існують не лише всередині країни, але і на міжнародній арені [4].

У 2018 році додана вартість, що генерується банківським сектором, склала 33 мільярди Швейцарських франків, тобто близько 4,7 % валового внутрішнього продукту. Якщо врахувати додану вартість по послугах страхування, то в цілому частка фінансового сектора у ВВП становить близько 10 %.

Станом на 2018 р. у фінансовому секторі було зайнято 204300 осіб, при цьому 105000 з них працювало у банківській сфері. Крім прямого внеску у ВВП, банківський сектор з широким спектром послуг також бере участь у забезпеченні внутрішньої економіки і населення кредитами й іншими фінансовими послугами.

Швейцарія є одним з найважливіших фінансових центрів світового рівня. В кінці 2017 року Швейцарський банківський сектор мав частку в 27,5 % у глобальному транскордонному управлінні активами і був, таким чином, світовим лідером. За 2017 рік в управлінні швейцарських банків знаходяться активи в розмірі 7292 млрд швейцарських франків, при цьому близько половини з них належать іноземним клієнтам.



У Швейцарії налічується приблизно 253 банки. Найбільшими гравцями в цій сфері є міжнародні банки UBS і Credit Suisse, які утримують 50 % ринку. Решту ринку (50 %) в основному ділять між собою 24 кантональних банки, іноземні, біржові, регіональні і приватні банки та ощадні каси [5].

Отже, розберемося зі структурою даної банківської системи. Всі банки діляться на три групи: найбільші національні банки, кантональні, регіональні та ощадні банки, а так само приватні банки. Тепер розглянемо докладніше кожну групу банків.

До першої відносяться Union Bank of Switzerland, Swiss Bank Corporation і Swiss Credit Bank. Їх сукупний баланс становить близько половини балансу всіх швейцарських банків. Union Bank of Switzerland працює з інвестиціями і здійснює операції з цінними паперами. Swiss Bank Corporation приймає вклади, видає кредити, проводить операції з інвестиціями та дорогоцінними металами. Swiss Credit Bank ж займається консультуванням з фінансових питань, пропонує пенсійне забезпечення та страхові послуги.

Що стосується другої групи, кантональні банки є державними банками, але водночас дотримуються комерційних принципів роботи. Їх діяльність спрямована на кредитування і прийом депозитів. Регіональні та ощадні банки працюють із вкладниками в власних регіонах, виконуючи розрахункові операції та кредитування.

Приватні банки найчастіше обслуговують заможних клієнтів, керуючи їх майном і портфелем цінних паперів. Таким чином, вони не піддають себе ризикам звичайних банківських операцій [2].

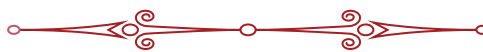
Статистика демонструє, що приблизно на кожні півтори тисячі громадян країни припадає по одній фінансовій установі. Але, незважаючи на досить велику кількість банківських структур, їх якість обслуговування вважається однією з кращих у світі. У країні розроблена жорстка система контролю безпеки всіх особистих даних вкладників. Не можна не зазначити банківську таємницю, що є основною особливістю швейцарської банківської системи.

Фінансові кошти розглядаються у Швейцарії як власність громадянина, що охороняється, саме тому конфіденційність вкладів захищена як цивільним, так і кримінальним правом. Інформація про вклади клієнтів відкривається тільки урядовим органам у разі, якщо доведено, що вкладник причетний до кримінального злочину. Вона недоступна іншим стороннім особам. Саме через це багато заможних іноземців прагнуть зберігати свій капітал саме у Швейцарії. А подібний приплив вкладень гарантує країні стійке економічне становище і поступовий розвиток [4].

Таким чином, досліджувана країна має сучасну ринкову економіку, один із найвищих ВВП на душу населення у світі, доволі низький рівень безробіття, висококваліфіковану робочу силу та займає лідируючі позиції в рейтингу фінансових центрів, будучи лідером у галузі інновацій. Найважливішу основу Швейцарії в економічній структурі відіграє банківська система, завдяки якій у країні створено сприятливий клімат для ведення міжнародної діяльності та залучення іноземного капіталу.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Шифріна Н. І.

Література: 1. Коляда О. В., Шараєнко О. А. Особливості економіки Швейцарії та перспективи її розвитку. *Приазовський економічний вісник*. 2019. № 1 (12). С. 15–21. 2. Ласкавая Е. О., Маслова А. Д. Банковская система Швейцарии. *Экономика и управление в XXI веке: тенденции развития*. 2014. С. 66–70. 3. Мировой атлас данных. Швейцария. URL: <https://knoema.ru/atlas/%d0%a8%d0%b2%d0%b5%d0%b9%d1%86%d0%b0%d1%80%d0%b8%d1%8f>. 4. Економіка Швейцарії – провідні галузі, ВВП і рівень благополуччя // OrangeSmile. URL: <https://www.orangesmile.com/destinations/switzerland/economics.htm>. 5. Банківський сектор і страхування. Presence Switzerland PRS. URL: <https://www.eda.admin.ch/aboutswitzerland/ru/home/wirtschaft/finanzplatz/banken-und-versicherungen.html>.





СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ

УДК 658.012

Лунський А. Я.

Магістрант 1 року навчання
факультету фінансів та обліку ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті розкрито сутність і досліджено процес стратегічного аналізу підприємств сільськогосподарської галузі, проведено аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища підприємств з оцінкою основних факторів впливу за допомогою методів SWOT- та PEST-аналізу.

Ключові слова: стратегічний аналіз, внутрішнє середовище, зовнішнє середовище, PEST-аналіз, SWOT-аналіз.



Annotation. The article reveals the essence and investigates the process of strategic analysis of agricultural enterprises, analyzes the internal and external environment of enterprises with the assessment of the main factors of influence using the methods of SWOT and PEST analysis.

Keywords: strategic analysis, internal environment, external environment, PEST analysis, SWOT analysis.



За сучасної нестабільності вітчизняних ринків, високої конкуренції і відсутності комплексної державної підтримки у менеджменті підприємств все більшої актуальності набуває проблема підвищення ефективності стратегічного планування, яке, своєю чергою, неможливо правильно здійснювати без проведення відповідного стратегічного аналізу середовища.

Дослідженням стратегічного аналізу середовища підприємств займалися багато українських та іноземних учених, серед яких слід зазначити таких як: Берницька Д. В., Демиденко С. Л., Дьолог Т. І., Калініченко А. Ю. та ін. [1–4].

Основною метою стратегічного аналізу є оцінка основних факторів, що впливають на сьогоденне і майбутнє становище підприємства і визначення їх специфічного впливу на стратегічний вибір, інакше кажучи, пошук факторів стратегічного успіху підприємства.

Стратегічний аналіз ґрунтується на вивченні внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства, що мають два напрями: вивчення загальної ситуації і конкуренції в галузі, де функціонує підприємство; вивчення ситуація всередині підприємства [2, с. 99].

Зовнішнє середовище – фактори, що знаходяться за межами підприємства, є джерелом, що забезпечує підприємство ресурсами, необхідними для підтримки його внутрішнього потенціалу на належному рівні.

Аналіз зовнішнього середовища дозволяє підприємству своєчасно спрогнозувати появу загроз і можливостей, розробити ситуаційні плани на випадок виникнення непередбачених обставин, розробити стратегію, яка дозволить підприємству досягти цілей і перетворити потенційні загрози на вигідні можливості.

З метою обґрунтування конкурентної стратегії доцільно здійснити більш детальний аналіз факторів макросередовища, які впливають на розвиток аграрного підприємства, відповідно до методики PEST-аналізу.

PEST-аналіз – це інструмент, призначений для виявлення політичних, економічних, соціальних і технологічних аспектів зовнішнього середовища, які впливають на діяльність підприємства [1].

Аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища підприємств сільськогосподарської галузі проведений на прикладі фермерського господарства «ОЛДЕН К». Підприємство займається вирощуванням зернових культур, бобових культур і насіння олійних культур.

PEST – аналіз зовнішнього середовища ФГ «ОЛДЕН К» наведено у табл. 1.

До політичних факторів впливу ввійшли: державне галузеве регулювання, військово-політична ситуація на сході України, трудове право та законодавча база і закон про купівлю – продаж земель, що отримали найбільшу оцінку.



Законодавча база та виокремлення закону про купівлю-продаж земель є головними факторами впливу на галузь у 2020 році.

Таблиця 1

PEST-аналіз зовнішнього середовища ФГ «ОЛДЕН К»

Політичні фактори	вага	бал	оцінка	Економічні фактори	вага	бал	оцінка
Державне галузеве регулювання	0,20	4	0,79	Стан економіки країни	0,14	5	0,71
Військово-політична ситуація на сході України	0,21	4	0,83	Стан міжнародної торгівлі	0,14	5	0,71
Законодавча база	0,22	5	1,08	Розвиток аграрного ринку	0,11	4	0,43
Закон про купівлю-продаж земель	0,24	5	1,18	Реформування податкової системи	0,11	4	0,45
Трудове право	0,14	3	0,42	Політика щодо безробіття сільського населення	0,10	3	0,30
				COVID-19	0,14	5	0,68
				Рівень інфляції	0,13	4	0,52
				Корупція	0,13	4	0,50
Всього	1	21	4,31	Всього	1	34	4,32
Соціальні фактори	вага	бал	оцінка	Технологічні фактори	вага	бал	оцінка
Поява нових екологічних потреб (потреби в екологічній безпеці), інтересів та екологічної культури населення	0,15	2	0,30	Розвинена законодавча база стосовно захисту прав інтелектуальної власності	0,17	3	0,51
Демографічні зміни сільського населення	0,23	4	0,91	Відтік кадрів за кордон	0,21	4	0,85
Рівень освіти	0,20	3	0,61	Розвиток НТП	0,21	4	0,85
Реформування системи охорони здоров'я;	0,19	3	0,57	Швидкість зношуваності техніки	0,19	3	0,57
Життєвий рівень населення	0,23	4	0,91	Низький рівень науковотехнічної діяльності вітчизняних підприємств	0,21	4	0,85
Всього	1	16	3,30	Всього	1	18	3,64

Останні новини – це закон «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо умов обігу земель сільськогосподарського призначення».

Економічні фактори отримали 34 бали і є найвпливовішою групою серед всіх досліджуваних. Стан економіки країни отримав оцінку 0,71, його стан можна прослідкувати за допомогою рівня валового внутрішнього продукту на душу населення, за цим показником Україна в 2019 році знаходиться на 93 місці, що вказує на дуже низький рівень розвитку економіки.

Стан міжнародної торгівлі є також дуже важливим фактором, за допомогою зовнішньої торгівлі національна економіка взаємодіє з господарствами інших країн. Загальна вартість українського товарного експорту склала 47,3 млрд дол. США (або 41,5 млрд євро), що на 9,4 % більше порівняно з 2017 р. У 2019 році експорт дорівнював 50,05 млрд дол. Імпорт товарів до України зріс упродовж 2018 р. на 15,2 % та склав 57,1 млрд дол. США (або 50,1 млрд євро), у 2019 році імпорту збільшився до 60,8 млрд дол.

Соціальні фактори включили в себе: появу нових екологічних потреб, рівень освіти, реформування системи охорони, життєвий рівень населення і демографічні зміни сільського населення.

Демографічні зміни отримали найвищу оцінку, з кожним роком населення України стає все меншим. Так, сільське населення в 2014 році дорівнювало 14 млн осіб, то у 2019 році – 12,89, в той час коли міське населення дорівнює 30 млн осіб.

Рівень життя населення в Україні знаходиться на доволі низькому рівні. За даними Держстату за II квартал 2020 року номінальні доходи населення склали 867,5 млрд грн, що становило 95,5 % порівняно з відповідним періодом попереднього року. Спостерігається зменшення питомої ваги заробітної плати у структурі доходів



населення та суттєве збільшення показників бідності за основними абсолютними критеріями. Так, рівень бідності за витратами, що нижче фактичного прожиткового мінімуму, збільшився з 38,1 % у I кварталі 2019 року до 43,8 %, а за доходами нижче фактичного прожиткового мінімуму – з 25,5 % до 28,3 %.

До технологічних факторів впливу ввійшли: законодавча база стосовно захисту прав інтелектуальної власності, відтік кадрів за кордон, розвиток НТП, швидкість зношуваності техніки та низький рівень науково-технічної діяльності вітчизняних підприємств.

Основна причина трудової міграції українців за кордон полягає у труднощах із пошуком гідно оплачуваної роботи на батьківщині. Свій намір найближчим часом виїхати на роботу за кордон у 2014 р. висловили 7,4 %, а у 2019 р. – вдвічі більше – 14,3 %.

Науково-технічна діяльність в Україні страждає від недостатнього фінансування. Кошти, що виділяються на інноваційну діяльність, є замалими для того, щоб підприємства могли вийти на новий рівень, наукові дослідження і розробки в 2019 році отримали 2918,9 млн грн. Частка кількості інноваційно активних підприємств у загальній кількості промислових підприємств в 2019 році дорівнює лише 15,8 %. Отже, можна дійти висновку, що всі фактори з кожної групи мають свій вплив на життєдіяльність підприємства, і, проаналізувавши зовнішнє середовище, слід перейти до аналізу внутрішнього середовища підприємства.

Внутрішнє середовища підприємства – це підсистеми, елементи і фактори, що визначають внутрішній стан, можливість і значною мірою ефективність діяльності підприємства, його сильні та слабкі сторони [3].

Діагностику підприємства необхідно почати з аналізу його внутрішнього середовища за допомогою SWOT-аналізу. В основі цього методу лежить матриця SWOT, яка описує зв'язки між слабкими й сильними сторонами фірми, з одного боку, та загрозами й можливостями в зовнішньому оточенні, з іншого, і встановлює їх парні комбінації [5].

SWOT-аналіз внутрішнього середовища ФГ «ОЛДЕН К» зображено в табл. 2.

Поле «Сила і загрози»:

- матеріальне та моральне стимулювання працівників допоможе усунути проблему з відтоком кадрів;
- пошук нових торгових партнерів налагодить посередницьку ланку;
- за допомогою сильних сторін, а саме матеріальної бази можна поступово відмовлятися від застарілого обладнання на користь більш ефективнішої техніки.

Поле «Слабкі сторони та можливості» потребує допомоги з зовнішнього середовища так:

- залучені кошти та інвестиції дадуть змогу на придбання якісних імпорتنих добрив і суттєве покращення врожайності;
- залучені кошти допоможуть в оновленні основних засобів, що сприятиме більш швидкій роботі;
- нові законопроекти, у їх числі вступ у силу закону про ринок землі.

Поле «Слабкість і загрози» є самим вразливим:

- страхування ризиків у сільському господарстві деякою мірою може врятувати від неврожаю та несприятливих погодних умов;
- у критичній ситуації підприємства можуть працювати на вигоду в короткі строки, таким чином порушуючи сівозмину, та займатись лише вигідними культурами;
- при поломках і зношуваності обладнання можна звернутись до послуги оренди.

Аналіз середовища є важливим для розробки стратегії підприємства процесом, який потребує дослідження дій, що відбуваються в середовищі, оцінки факторів і встановлення зв'язку між ними та сильними і слабкими сторонами підприємства, а також можливостями і загрозами зовнішнього середовища. Підприємство може або пристосуватися до умов, що змінюються, або протидіяти їм, намагаючись змінити конкурентне середовище.

Отже, своєчасний і глибинний аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства з урахуванням впливу факторів дозволить ухвалювати рішення, які сприятимуть розвитку ефективної діяльності підприємства.



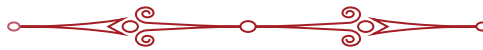
Таблиця 2

SWOT-аналіз внутрішнього середовища ФГ «ОЛДЕН К»

	Можливості:	Загрози:
	<ul style="list-style-type: none"> - Доступ до інвестицій та кредитів; - Збільшення об'ємів виробництва сільськогосподарської продукції за рахунок ефекту масштабу; - Покращення виробничої інфраструктури; - Функціонування спеціальних державних програм для підтримки аграрних підприємств; - Сприятливі зміни в законодавчій базі 	<ul style="list-style-type: none"> - Кризовий стан економіки держави; - Висока залежність використання земельних ресурсів від недосконалоного земельного законодавства; - Висока залежність результатів сільськогосподарського виробництва від природних (погодних) умов; - Зниження чисельності населення в сільській місцевості, в тому числі і робочих кадрів; - Залежність від посередницької ланки; - Складнощі у конкурентній боротьбі малих сільськогосподарських підприємств з агрохолдингами; - Зростання цін на добрива за відсутності зростання цін на сільськогосподарську продукцію
	Поле «СІМ»	Поле «СІЗ»
<p>Сильні сторони:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Зосередженість на території області родючих чорноземів і велика площа орних земель; - Матеріально-технічна база; - Якість продукції; - Наявність розгалуженої мережі постачальників сировини, обладнання, насіння, кормів; - Досвідчені працівники 	<ul style="list-style-type: none"> - Зростання обсягів якісної продукції - Створення власної збутової мережі - Залучення коштів для впровадження сучасних технологій 	<ul style="list-style-type: none"> - Матеріальне та моральне стимулювання працівників; - Пошук нових торгових партнерів; - Відмова від застарілого обладнання
	Поле «СЛМ»	Поле «СЛЗ»
<p>Слабкі сторони:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Зниження якості вітчизняного насіння, кормів тощо; - Переважна реалізація орендних відносин щодо земельних ресурсів; - Високі витрати сільськогосподарського виробництва; висока залежність ціноутворення від факторів ринку; - Значне боргове навантаження для забезпечення зростання і розвитку; - Старіння та зношеність обладнання 	<ul style="list-style-type: none"> - Інвестиції дадуть змогу купувати якісні добрива; - Модернізація основних засобів; - Очікування старту ринку землі 	<ul style="list-style-type: none"> - Страхування ризиків у сільському господарстві; - Концентрація на вирощуванні найвигідніших культур; - Використання орендної техніки; - Пошук кваліфікованих менеджерів



Література: 1. Берницька Д. В. Стратегічний аналіз зовнішнього середовища підприємства методом PEST/ STEP аналізу. *Економічний аналіз*. 2012. Т. 11 (2). С. 41–45. 2. Демиденко С. Л. Особливості стратегічного аналізу середовища підприємства. *Ефективна економіка*. 2015. № 9. С. 98–105. 3. Дьолог Т. І. Стратегічний аналіз середовища підприємства. *Інвестиції: практика та досвід*. 2013. № 15. С. 46–48. 4. Журавльова І. В. Фінансова стратегія : навч. посіб. Харків : Вид-во ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. 183 с. 5. Калініченко А. Ю. Стратегічний аналіз середовища функціонування підприємства на основі використання технологій SWOT- та PEST-аналізу. *Управління розвитком*. 2013. № 18. С. 14–18.



АНАЛІЗ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПРАТ «НОВОКРАМАТОРСЬКИЙ МАШИНОБУДІВНИЙ ЗАВОД» НА ОСНОВІ ПОЗИЦІОНУВАННЯ В МАТРИЦІ ФІНАНСОВОЇ РІВНОВАГИ

УДК 338.332

Лушнікова О. В.

Магістрант 1 року навчання
факультету фінансів і обліку ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Надано оцінку фінансової діяльності підприємства ПрАТ «Новокраматорський машинобудівний завод» за допомогою матриці фінансових стратегій Ж. Франшеона та І. Романе. За результатами запропоновано можливе коригування фінансового розвитку підприємства та поліпшення його фінансового стану.

Ключові слова: фінансовий стан, фінансова рівновага, матричний аналіз, стратегія фінансових рішень, матриця Франшеона–Романе.



Annotation. The financial activity of the CJSC «Novokramatorskyi Mashynobudivnyi Zavod» is estimated using the matrix of financial strategies of J. Francheon and I. Romane. Based on the results, a possible adjustment of the financial development of the enterprise and improvement of its financial condition was suggested.

Keywords: financial condition, financial equilibrium, matrix analysis, financial decision strategy, matrix Francheon–Romane.



В умовах сучасності, з урахуванням швидких змін ведення бізнесу та стрімких перемін на політичному та економічному фронтах, є гостра необхідність зміни та коригування фінансової стратегії. Підприємствам необхідно визначитися зі стратегічним позиціонуванням суб'єкта господарювання в динаміці для визначення стратегічних фінансових цілей подальшого розвитку суб'єкта господарювання.

Реагування на зміну умов господарювання має бути своєчасним, оскільки в іншому випадку загрожує банкрутством.



Використання матриці фінансових стратегій Франсона–Романе як інструменту стратегічного менеджменту дає змогу визначити попередній та поточний фінансовий стан, простежити тенденції розвитку та виділити можливі альтернативи для покращення або підтримання наявного положення.

Дослідженням стратегічного управління займалися такі вчені: Бланк І. [1], Ансофф І. [2], Гриньов А. [3], Журавльова І. [4], Ткачук І. [5].

Метою статті є визначення поточного фінансового стану та виділення можливих перспектив розвитку підприємства для розробки подальшої стратегії.

Для діагностування поточного стану та варіантів розвитку визначимо позиціонування суб'єкта господарювання за матрицею Франсона–Романе. Метод Франсона–Романе базується на обчисленні трьох показників: результат господарської діяльності, результат фінансової діяльності, результат фінансово-господарської діяльності.

Результат господарської діяльності (РГД) є сумою коштів, яка залишається у розпорядженні підприємства після фінансування виробничого розвитку. Якщо РГД є додатним, то підприємство забезпечує реалізацію принципу самофінансування свого розвитку, від'ємним – підприємство залучає позикові ресурси для фінансування своїх виробничих потреб, оскільки власних ресурсів для цього не вистачає [6].

Результат фінансової діяльності (РФД) є зміною обсягу заборгованості підприємства, скориговану на обсяг фінансових витрат (відсотків за кредит), дивідендних і податкових виплат. Додатне значення РФД свідчить про залучення додаткових джерел фінансових ресурсів, незважаючи на їх платність, від'ємне – підприємство зменшує обсяг позикових джерел фінансування, знижуючи при цьому ефективність політики щодо формування структури капіталу підприємства, якщо рівень залучення позикових ресурсів є надмірним або кредитні ресурси не є доступними [6].

Результат фінансово-господарської діяльності (РФГД) обчислюється як сума результатів господарської та фінансової діяльності підприємства. РФГД дає змогу оцінити обсяг «вільних» грошових коштів підприємства після фінансування ним усіх витрат і виробничого розвитку. Додатне значення РФГД свідчить про наявність у підприємства вільних грошових коштів для фінансування інших напрямів діяльності, від'ємне – про нестачу вільних грошових коштів, що може призвести до ліквідних ускладнень або скорочення можливостей підприємства [6]. Розрахунок показника результату господарської діяльності ПрАТ «Новокраматорський машинобудівний завод» за 2017–2019 рр. наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Результат розрахунку господарської діяльності ПрАТ «Новокраматорський машинобудівний завод» (2017–2019 рр.)

Показник	Умовні позначення	2017 р.	2018 р.	2019 р.
1	2	3	4	5
1. Додана вартість	ДВ	4485249	5428187	6733041
а) вартість зробленої продукції	ГП	5650027	6938432	8031283
б) запаси готової продукції	ГП ср	291920	537811	668254
в) незавершене виробництво	НЗВ ср	908341	1001565	947818
г) вартість спожитих матеріальних засобів виробництва	МВ	2365039	3049621	2914314
2. Брутто-результат експлуатації інвестицій	БРЕІ	2162917,4	2492334,8	3363362,2
а) податок на додану вартість	ПДВ	879206,6	1133738,2	1331025,8
б) видатки по оплаті праці	ВП	1124317	1213985	1635062
в) обов'язкові платежі, пов'язані з оплатою праці	ОП	235626	527192	341573
г) всі податки й податкові платежі, крім податку на прибуток	П	83182	60937	62018
3. Зміна величини фінансово-експлуатаційних потреб	Δ ФЕП	352051	997311	11021
а) матеріальні запаси на початок періоду	Зап. поч.	2554116	2978604	3783904
б) матеріальні запаси на кінець періоду	Зап. кін.	2978604	3783904	3875424
в) дебіторська заборгованість підприємства на початок періоду	Дз. поч.	627420	793870	1142693



Закінчення табл. 1

1	2	3	4	5
г) дебіторська заборгованість підприємства на кінець періоду	Дз. кін.	793870	1142693	1176358
д) кредиторська заборгованість підприємства на початок періоду	Кр. поч.	889084	1127971	1284782
е) кредиторська заборгованість підприємства на кінець періоду	Кр. кін.	1127971	1284782	1398947
ж) ФЕП на початок періоду	ФЕП1	2292452	2644503	3641814
з) ФЕП на кінець періоду	ФЕП2	2644503	3641814	3652835
4. Виробничі інвестиції	ВІ	210024	194053	337390
5. Звичайні продажі майна	ПМ	25167	34905	32916
результат господарської діяльності	РГД	1575675,4	1266065,8	2982035,2

РГД є додатним, оскільки підприємство фінансується за рахунок власних ресурсів, має велику кількість матеріальних запасів і має меншу величину фінансово-експлуатаційних потреб на кінець року порівняно з початком періоду.

Розрахунок показника результату фінансової діяльності та фінансово-господарської діяльності ПрАТ «Новокраматорський машинобудівний завод» за 2017–2019 рр. наведено у табл. 2.

Таблиця 2

**Результат розрахунку фінансової діяльності та господарсько-фінансової діяльності
ПрАТ «НКМЗ» за 2017–2019 рр.**

Показник	Умовні позначення	2017 р.	2018 р.	2019 р.
1. Зміна позикових коштів підприємства	ПК	0	0	0
а) позикові кошти підприємства на початок періоду	ПКН	0	0	0
б) позикові кошти підприємства на кінець періоду	ПКК	0	0	0
2. Відсотки банку	ВБ	0	0	0
3. Податок на прибуток	ПП	-90588	-145669	-149001
4. Виплачені дивіденди	ВД	223314	225314	223314
5. Суми, отримані від емісії акцій	ЕА	0	0	0
6. Кошти, вкладені в статутні фонди інших підприємств	УФ	(96496)	(147748)	(211650)
7. Довгострокові фінансові вкладення	ДФ ср	43	0	0
8. Отримані відрахування від прибутку заснованих підприємств і доходи від інших довгострокових фінансових вкладень	ОПУ	104196	57490	40404
Результат фінансової діяльності	РФД	-125069	1140097	-245559
Результат фінансово-господарської діяльності	РФХД	1450606,4	2406162,8	2736476,2

РФД набуває від'ємного значення за рахунок надмірного залучення кредитних ресурсів. Значення РФГД показує надлишок вільних грошових коштів. Після розрахунку цих показників можна умовно віднести підприємство до одного з квадрантів матриці, а також визначити рівень фінансового стану та можливі альтернативи розвитку.

Згідно з табл. 1–2 проілюструємо позиціонування підприємства (рис. 1).

За період 2017–2019 рр. ПрАТ «Новокраматорський машинобудівний завод» знаходиться в 4 квадранті з незначними коливаннями в сторону першого квадранта. Це свідчить про збільшення ліквідних коштів підприємства, позитивний потік коштів хоча б від одного виду діяльності. ПрАТ «Новокраматорський машинобудівний завод» вдало уникає кризового становища, що свідчить про доцільно обрану фінансову стратегію розвитку підприємства.



Підприємство має змогу зосередитися на укріпленні своїх позицій та розширенні виробничої діяльності.

	РФД < 0	РФД ≈ 0	РФД > 0
РХД > 0	1 Батько сімейства	4 Рантьє <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">2017</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">2017</div> </div> <div style="display: flex; justify-content: center; align-items: center; margin-top: 5px;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">2017</div> </div>	6 Материнське товариство
РХД ≈ 0	7 Епізодичний дефіцит	2 Сійка рівновага	5 Атака
РХД < 0	9 Кризовий стан	8 Дилема	3 Хитка рівновага

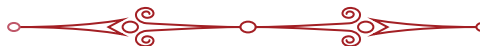
Рис. 1. **Позиціонування підприємства на матриці Франсона–Романе**

Необхідним для формування фінансової стратегії підприємства є підвищення фінансової стійкості підприємства, зменшення собівартості продукції, що збільшить валовий прибуток, зменшення фінансових витрат.

Це позиціонування було проведено для наступної розробки стратегічного управління ПрАТ «Новокраматорський машинобудівний завод» і покращення антикризового управління на підприємстві для недопущення кризового становища.

??Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Журавльова І. В.

Література: 1. Бланк И. А. Финансовая стратегия предприятия. Киев : Эльга, 2006. 520 с. 2. Ансофф И. Стратегическое управление. Москва : Экономика, 1998. 519 с. 3. Гриньов А. В., Ястремська О. М. Якість формування фінансової стратегії підприємства. *Фінанси України*. 2006. № 6. С. 121–128. 4. Журавльова І. В., Порожняк О. А. Практикум з навчальної дисципліни «Стратегічне управління» для студентів спеціальності 8.03050801 «Фінанси і кредит» усіх форм навчання. Харків : Видав.-поліграф. центр ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2014. 80 с. 5. Ткачук І. Г. Формування фінансової стратегії в системі управління підприємством. *Вісник ЖДТУ*. 2008. № 2. С. 301–304. 6. Забаріна К. Ф., Нечаева І. А. Особливості використання інструментів стратегічного менеджменту з метою комплексної оцінки фінансової діяльності підприємства. Тернопіль : Екон. думка, 2014. Т. 15. № 3. С. 37–43.





ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 338.583

Лях Д. О.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті розглянуто системи управління витратами, обґрунтовано методичні аспекти управління витратами. Надано загальну характеристику, визначено їх переваги та недоліки. Проаналізовано формування подальших напрямів наукових досліджень у цій сфері.

Ключові слова: управління витратами, витрати виробництва, прибуток, скорочення витрат, виробниче підприємство.



Annotation. The article deals with cost management systems, substantiates methodological aspects of cost management. Provides a general description, their advantages and disadvantages. The formation of further directions of scientific research in this field is analyzed.

Keywords: cost management, production costs, profit, cost reduction, manufacturing enterprise.



Актуальність проблем управління витрат для кожного господарюючого суб'єкта і для галузі в цілому потребує посилення уваги науки і практики до проблем розробки і впровадження в господарську діяльність підприємств нових методів управління витратами, які повинні бути адекватними умовам сучасних ринкових відносин [1, с. 34–35].

Практичні та теоретичні розробки вітчизняних учених розглядають це питання недостатньо. Отже, існує необхідність розробки сучасних напрямів удосконалення управління виробничими витратами на підприємствах України.

Проблеми організації формування механізму управління витратами знайшли висвітлення у працях вітчизняних і зарубіжних науковців-економістів: І. М. Грищенко, Г. В. Козаченко, Ю. С. Погорелова, Г. А. Макухіна, Н. І. Костецької, О. В. Кравченко, І. В. Мілаш, Н. М. Гаркуши, Г. О. Партина, А. В. Череп, А. І. Ясінської. Вітчизняні та зарубіжні автори зробили вагомий внесок у вирішення проблем, що розглядаються у статті, проте не вичерпали її.

Широке коло питань теоретико-методологічного, прикладного характеру, пов'язаних із формуванням механізму управління витратами на виробничому підприємстві, не отримало досить повного й системного вирішення у вітчизняній економіці та потребує подальшого дослідження.

Становлення і розвиток в Україні ринкової інфраструктури докорінно змінюють економічне, інформаційне і правове середовище функціонування підприємств, сутність їхньої господарської діяльності.

Основним завданням діяльності підприємства є виробництво необхідних споживачам товарів і послуг. Будь-яка виробнича діяльність у ринкових умовах ефективна лише в тому випадку, коли вартість виробленого кінцевого продукту буде більше вартості вихідних ресурсів або факторів, витрачених на виробництво і збут. І основна мета підприємства полягає у максимізації цієї різниці. При цьому існують об'єктивні економічні критерії, які визначають оптимальні розміри випуску товарів і послуг за наявних обмеженнях ресурсів, які повною мірою слід врахувати в процесі планування.

Основний фінансовий результат діяльності підприємства – це прибуток, який є основою і джерелом засобів для його подальшого розвитку. Підвищити прибуток можна, збільшуючи обсяги виробництва або ціни на продукцію (роботу, послугу), що випускається. Однак це не завжди можливо і доцільно. Тому в системі розвитку підприємства в умовах значних економічних обмежень підвищення фінансового результату безпосередньо зв'язано зі зниженням витрат.



Витрати – це важлива і складна економічна категорія, яка може бути одним із вирішальних чинників впливу на фінансовий результат діяльності суб'єктів господарювання. Саме тому інформація про витрати займає центральне місце в системі управління як підприємством в цілому, так і кожним його структурним підрозділом.

Важливість витрат також полягає в тому, що вони є базою для формування цінової політики підприємства, характеризують рівень технології та організації виробництва, а також ефективність господарювання, яка оцінюється через порівняння витрат та результатів діяльності [2].

Загалом витрати являють собою сукупність ресурсів усіх видів, виражену в єдиному грошовому вимірнику, що використані в основних бізнес-процесах для досягнення поставлених цілей. Розрізнити їх можна як витрати на виробництво продукції та витрати періоду, тобто що пов'язані з управлінням підприємством, маркетингом, дослідженням ринку тощо.

Витрати є однією з найскладніших базових економічних категорій, яка на теперішньому етапі розвитку економічної думки відображає складні технологічні, економічні, організаційні, психологічні взаємозв'язки в системі підприємства та є оціночним показником функціонування будь-якого підприємства.

Слід зазначити, що серед учених-економістів немає однастайності у питанні визначення сутності «витрат». У цілому вважаємо, що під витратами слід розуміти вартість використаної живої та уречевленої праці і сил природи на виробництво продукції. Вартість сил природи визначається витратами виробника, що пов'язані з використанням природного середовища. Тобто, щоб використати сили природи, потрібно здійснити витрати [3].

Таким чином, управління витратами – це процес цілеспрямованого формування витрат щодо їхніх видів, місць і носіїв за постійного контролю рівня витрат і стимулювання їхнього зниження. Воно є важливою функцією економічного механізму будь-якого підприємства та впливає на його конкурентні переваги [4].

Управління витратами здійснюється з використанням тих самих принципів і канонів, що й управління будь-яким іншим об'єктом, але має при цьому свої особливості, зумовлені особливостями об'єкта управління – витратами, які наведено на рис. 1 [5].

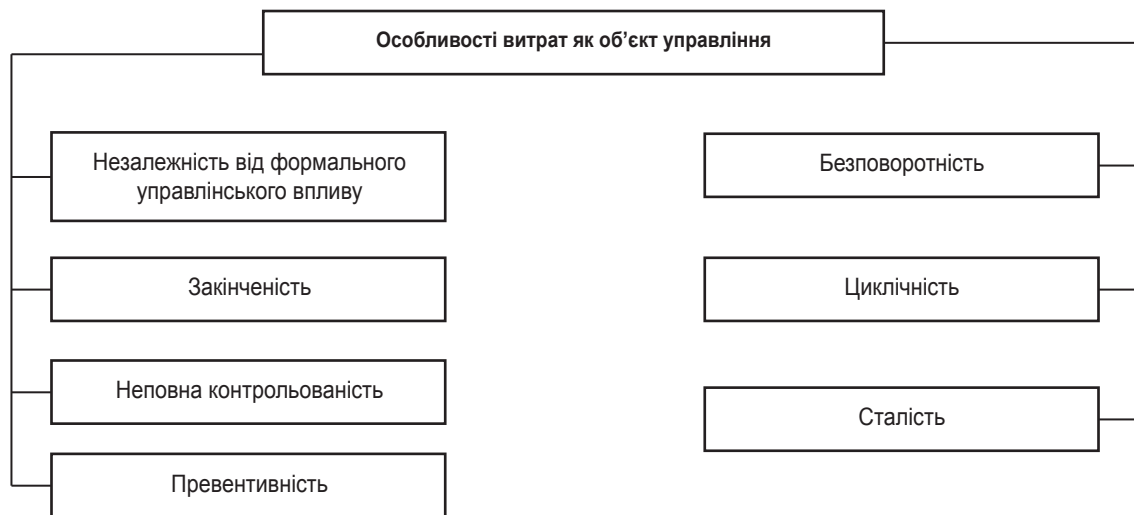


Рис. 1. Особливості витрат як об'єкта управління

Для забезпечення системи управління витратами, яка б відповідала сучасним вимогам, виникає необхідність створення моделі автоматизації оброблення інформації для прийняття рішень. Побудова інформаційної системи повинна поєднувати в собі три рівні управління процесами на підприємстві: управління бізнес-процесами.

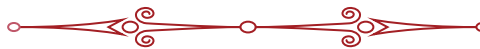
Сучасні методи управління витратами характеризуються різноманітністю, наявністю декількох методик використання окремого методу як у межах підприємства, так і галузі, а більшість учених виділяють тісний взаємозв'язок, перш за все, між функціями управління та методами управління витратами [6, с. 111].



Тобто управління витратами на сьогодні вийшло за межі традиційного впливу на витрати лише в процесі виробництва та поширилося на всі можливі витрати, які виникають або потенційно можуть з'явитися у фінансово-господарській діяльності підприємства.

Науковий керівник – старший викладач Нечипорук О. В.

Література: 1. Бутинець Ф. Ф. Бухгалтерський управлінський облік. Житомир : ЖІТІ, 2005. 480 с. 2. Давидович І. Є. Управління витратами. Тернопіль : Екон. думка, 2004. 228 с. 3. Дем'яненко С. І. Менеджмент аграрних підприємств. Київ : КНЕУ, 2005. 347 с. 4. Крушельницька О. В. Управління витратами. Житомир : ЖІТІ, 2005. 254 с. 5. Чиж В. І. Методологія облікових процедур в управлінні витратами : монографія. Луганськ : Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2004. 296 с. 6. Бойко Є. І. Удосконалення системи управління витратами на підприємствах. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2008. Вип. 18.6. С. 139–142.



ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА, СПОСОБИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ

УДК 658.5:330.131

Малик С. В.

Студент 1 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті досліджено сутність поняття «ефективність виробництва». Встановлено, що під ефективністю слід розуміти економічну категорію, що визначається відношенням результату до витрат, що його забезпечили. Визначено методи підвищення ефективності підприємства. Доведено, що від рівня економічної ефективності залежить вирішення низки соціально-економічних завдань.

Ключові слова: ефективність, підприємство, економіка, суспільство.

Annotation. The article investigates the essence of the concept of «production efficiency». It is established that efficiency should be understood as an economic category determined by the ratio of the result to the costs that provided it. Methods of increasing the efficiency of the enterprise are determined. It is proved that the solution of a number of socio-economic problems depends on the level of economic efficiency.

Keywords: efficiency, enterprise, economy, society.

У сучасному світі є досить велика кількість способів оцінити економічне функціонування будь-якої країни. Зокрема, це можуть бути схожі та пов'язані між собою способи: економічне зростання та ефективність виробництва.



Ефективність – одна з економічних категорій, що означає результат, отриманий від використання найбільш вигідної комбінації ресурсів. Тобто можна стверджувати, що виробництво працює ефективно, якщо виробляє найбільш можливий обсяг товарів або послуг за наявної кількості будь-яких ресурсів. Перед фірмою постає таке завдання: оцінити свій отриманий та втрачений прибуток. З цього випливає істина: діяльність виробництва буде найбільш ефективною за умови мінімізації відходів.

Ефективність виробництва – інтегрований показник, що характеризує результативність виробництва. Аналізуючи цей показник, можна робити висновки про рівень економічного зростання будь-якої країни. Ефективність може бути розглянута з точки зору економіки або суспільства.

Економічна ефективність – це досягнення найбільших результатів за найменших можливих обсягів використання ресурсів, у тому числі людської праці. Одним із показників є норма прибутку; більшість країн мають за мету максимізувати чистий дохід з прибутку на кожного свого громадянина.

Окрім цього показника, їх існує ще досить багато, зокрема: продуктивність праці – на мікрорівні можна визначити як відношення обсягу вироблених товарів до кількості працівників; фондівдача – показує, скільки товару можна отримати при використанні одного виробничого фонду; матеріалівдача – визначається як відношення повної вартості вироблених продуктів до вартості усіх витрачених матеріальних ресурсів; капіталомісткість – відношення обсягу вкладів капіталу до приросту обсягу вироблених товарів від цих вкладів; екологічна ефективність – це про раціональне та відповідальне природокористування [1, с. 103].

Суспільна ефективність виробництва – важлива результативність виробництва, що вимірюється відношенням обсягу виробленої продукції до затрат усієї суспільної праці. Головною метою є задоволення особистих потреб усіх споживачів. Суспільна ефективність виробництва визначається рівнем споживання товарів і послуг на душу населення.

Економічна та суспільна ефективність виробництва дуже пов'язані між собою. Економічна ефективність допомагає задовольнити матеріальну основу проблем соціуму. А вже після цього суспільство починає більше розвиватися – зростання освітнього та культурного рівня населення, його добробуту. Ці фактори підвищують суспільну ефективність виробництва.

Дуже часто проблемою економічної ефективності є проблема вибору, що стосується того, що, для кого і скільки виробляти; як правильно розподілити всі ресурси. Цю проблему обов'язково треба вирішувати кожному підприємству, адже вище ми з'ясували, що рівень життя населення та зростання економіки залежить від ефективності виробництва. Інакше кажучи, економічною ефективністю на підприємстві є результат фінансово-економічної діяльності суб'єктів господарювання, що покриває абсолютно всі витрати на здійснення господарювання та містить достатній прибуток для того, щоб надалі розвивати бізнес.

Можна визначити такі фактори:

- 1) запровадити максимально досяжні цілі, що визначаються не лише керівниками та власниками фірм, а всім колективом, бо ці люди обізнані саме у своїй галузі та знають всі слабкі та сильні сторони;
- 2) виявити зміни, що розкривають новий або доповнюють вже існуючий потенціал;
- 3) реалізація поставлених цілей.

Керівництво повинно контролювати ефективність виробництва й аналізувати результати діяльності фірми, визначати для неї потрібне місце на ринку та шукати можливості для розвитку, враховуючи всі фактори впливу. Залежно від спрямованості дії фактори можуть бути позитивними, вплив яких лише покращить показники діяльності фірми, та негативними. Залежно від місця виникнення факторів їх можна розподілити на внутрішні, тобто ті, що виникли всередині фірми та їх можна контролювати, та зовнішні. Залежно від сфери застосування можна виділити внутрішньовиробничі, народногосподарські, галузеві, міжгалузеві, регіональні [2].

Визначення ефективності виробництва та пошук способів її підвищення – досить складне завдання. Бо будь-яке підприємство працює у межах впливу різноманітних факторів. Іноді ці фактори лише допомагають і покращують ефективність; деякі фактори є нейтральними і не несуть ні позитивного, ні негативного впливу для підприємства; інші ж – створюють незначні або навіть великі проблеми, які ставлять під загрозу подальше існування підприємства. Ефективне управління допоможе виявити ці загрози та мінімізувати їх.

Детально розібравшись з поняттям ефективності виробництва, його видами та факторами впливу, можемо виявити та систематизувати способи підвищення ефективності виробництва. У сучасному світі кожне підприємство повинно робити усе можливе для швидкого економічного зростання країни. Добре налагоджений господарський механізм – запорука успіху.



Існує досить багато методів підвищення ефективності виробництва, але найкращим та найважливішим є науково-технічний прогрес (НТП). У минулому столітті на більшості підприємств удосконалювали вже існуючу техніку, машини та обладнання. Це, звичайно, давало позитивний ефект, але він був незначним. Сьогодні керівники та власники підприємств охоче готові до всього нового, вони підтримують і запроваджують революційні та сміливі зміни.

Такі позитивні нововведення допомагають запрацювати виробництву на 100 %; це може включати в себе і перехід до абсолютно нових технологій, і техніку наступних поколінь, і всеможливі досягнення прогресивної вітчизняної науки. Останніми роками державна влада звернула особливу увагу на важливість інформатизації та комп'ютеризації підприємств України.

Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 рр. [3] і план заходів щодо її реалізації передбачає обраний країною шлях цифрової трансформації і розбудови інформаційної інфраструктури як нову якість життя українського народу. При цьому згадується необхідність швидкого оновлення і основних фондів виробничих систем з використанням новітніх розробок і досягнень НТП, які будуть здатними виробляти конкурентоспроможну продукцію і послуги.

Вирішення проблеми підвищення і забезпечення сталості динаміки оновлення техніки і технології промислової і непромислової сфер України, а також визначення й обґрунтування заходів щодо організації і управління з боку держави повинно сприяти застосуванню досвіду управління цими процесами в європейських країнах. У стратегії «Європа – 2020» промислова політика є пов'язаною з підвищенням ефективності виробництва підприємств. Важливими інструментами зростання виділені напрями: «Інноваційний союз», «План розвитку цифрових технологій», «Доцільне використання ресурсів», «Індустріальна політика, спрямована на глобалізацію» [4].

Режим економії – ще один дуже важливий фактор для інтенсифікації та підвищення ефективності виробництва. Ресурсозбереження – вирішальне джерело для задоволення зростаючої потреби людства в паливі, електроенергії, усіх видах сировини та матеріалів. Перед промисловістю стоїть завдання раціонально та якісно забезпечити господарство машинами, устаткуванням, конструкційними матеріалами, технікою; створити та вдало застосувати маловідходні або навіть безвідходні процеси.

На жаль, порівняно з високорозвиненими країнами Україна в розрахунку на одиницю національного доходу використовує забагато ресурсів. У 2020 році – режим економії сфери енергетики. Тимчасово виконуюча обов'язки Міністра енергетики заявила, що для стабільності роботи енергосистеми й забезпечення споживачів електроенергією підприємствам необхідно переглянути витрати й увімкнути режим економії. З опублікованих Міністерством енергетики даних про роботу електроенергетичного комплексу за 2020 р можемо спостерігати такі позитивні зміни: альтернативні джерела енергії (сонячні та вітрові електростанції) у 2020 р виробили 7,3 % від усього об'єму, або – 10,84 млрд кВт·год. Це на 95,6 % більше, ніж у 2019 р. [5]

Управління або менеджмент – важлива складова у процесі підвищення ефективності виробництва. Роль цієї складової дуже зросла, як зростають масштаби суспільного виробництва та ускладнюються зв'язки між різними галузями господарства. Перш за все стоїть завдання удосконалювати та розвивати всі форми організації виробництва – концентрацію, спеціалізацію, кооперування і комбінування. Соціальна структура також потребує розвитку та вдосконалення. Управління повинно покращувати методи і форми планування та економічного стимулювання для всіх галузей господарства. У плануванні плани мають бути досяжними та збалансованими, а система планових показників має бути оптимально побудованою для того, щоб надавати народному господарству широкий простір для діяльності.

Отже, в умовах сучасності істотно розширюються можливості всіх факторів для підвищення ефективності виробництва. Здійснюється структурна перебудова на високотехнічній основі всіх галузей господарства. У першу чергу, це стосується сфер будівництва, транспорту, промисловості. Перед нашою країною стоїть завдання подолати відставання від світового науково-технічного прогресу; вдало перейти до змішаного типу економічного регулювання, в якому на рівних правах створюються різні підприємства; органічно включитися до глобальних економічних зв'язків.

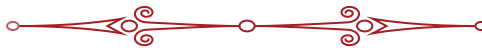
Результатом цього стане регульоване та цивілізована країна, що стане дієвим засобом для стимулювання зростання ефективності праці, підвищення ефективності всього суспільного виробництва, примноження суспільного багатства в інтересах підвищення добробуту народу. На жаль, на практиці не так просто виконати всі ці завдання. Причини можуть різноманітними – починаючи від загальних світових, закінчуючи проблемами



в управлінні керівництвом малим бізнесом. Але якщо Україна не буде зупинятися та буде знаходити все нові способи підвищення ефективності виробництв, вона посяде своє місце серед високорозвинених країн світу.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пивавар І. В.

Література: 1. Мочерний С. В., Устенко О. А., Чеботар С. І. Основи підприємницької діяльності. Київ : Академія, 2005. 103 с. 2. Пасека Д. В., Гринько Т. В. Фактори підвищення ефективності діяльності підприємства. URL: http://confcontact.com/2014_04_25_ekonomika_i_menedgment/tom4/48_Paseka.htm. 3. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17.01.2018 № 67-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80#Text>. 4. Європейська стратегія економічного розвитку «Європа 2020». URL: <https://www.spbstu.ru/upload/inter/european-strategy-economic-development.pdf>. 5. Звіт Міністерства палива та енергетики України про виробничу діяльність електроенергетичних підприємств України за 2019–2020 рр. URL: http://mpe.kmu.gov.ua/minugol/control/uk/publish/article?art_id=245509526&cat_id=245183225.



ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМ І ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ

УДК 336.14:352

Манченко В. В.

Студент 2 курсу
факультету фінансів і обліку ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті розглянуто проблеми та перспективи розвитку місцевого бюджету, його класифікацію. Запропоновано стратегії ефективного розвитку, адже це запорука високорозвинутої економіки в цілому. Розроблено план щодо покращення формування місцевих бюджетів.

Ключові слова: місцевий бюджет, розвиток, доходи, видатки, структура бюджету, виконання бюджету.



Annotation. The article considers the problems and prospects of local budget development, its classification. Strategies for effective development are proposed, because it is the key to a highly developed economy as a whole. A plan has been developed to improve the formation of local budgets.

Keywords: local budget, development, revenues, expenditures, budget structure, budget execution.



Актуальність проблеми полягає в тому, що місцевий бюджет впливає на економіку країни, тому потрібно правильно та раціонально його розподіляти. Для нашої країни це є важливим, адже протягом декількох років бюджет є дефіцитним, але потрібно зробити його профіцитним. Для цього можна розробити певну стратегію щодо ефективного розвитку бюджетів. Також можна брати досвід у іноземних країнах.



Ці актуальні питання розглядали О. Василик, І. Луніна, Л. Міщенко, О. Сунцова, Ю. Пасічник, І. Януль, З. Лободіна, С. Юшко [4–6].

Мета статті полягає у визначенні проблем і перспектив розвитку місцевих бюджетів, розробці стратегії щодо покращення формування бюджетів тощо.

Місцеві бюджети відіграють велику роль у загальній бюджетній системі України. Вони є невід'ємною частиною економіки держави в цілому. Тому дуже важлива стабільність та ефективність бюджету.

Однією з вагомих завдань формування районних бюджетів вважається забезпечення збалансованого соціально економічного розвитку регіонів і формування міжбюджетних відносин. Місцеві бюджети різних регіонів мають свої певні проблеми, але з ними потрібно боротися. Згідно з Бюджетним кодексом України всі місцеві бюджети є самостійними. Самостійність запевняється своїми та закріпленими за ними на постійній основі загальнодержавними доходами, основою є саме доходи місцевих бюджетів [1].

Місцеві бюджети поділяються на обласні, районні та бюджети місцевого самоврядування (рис. 1).

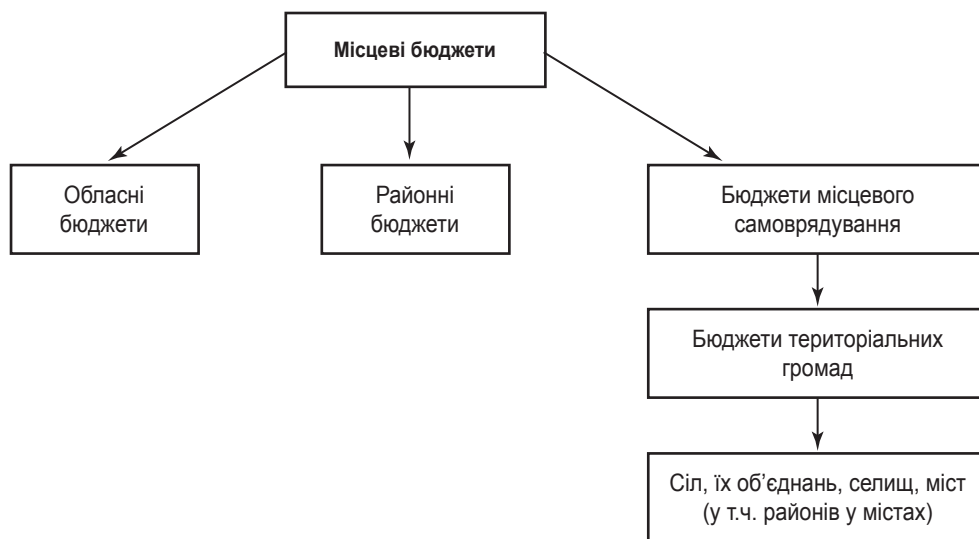


Рис. 1. Класифікація місцевих бюджетів

Станом на 12 лютого 2021 року в Мінфіні є інформація щодо затверджених 1575 бюджетів, що становить 98,6 % від їх загальної кількості [2].

Місцеві бюджети мають свої певні проблеми, головними з яких є: неповне фінансування з державного бюджету; нестабільність дохідної бази; використання вільних бюджетних коштів; нераціональне виконання планів щодо місцевих бюджетів; невідповідність повноважень.

Розглянемо статистичні дані щодо надходжень до загального фонду місцевих бюджетів за січень-квітень 2019 та 2020 років (рис. 2) [3].

Усього надійшло (квітень-січень 2020 року) 87,0 млрд грн, що лише на 2,8 млрд грн, або на 3,4 %, перевищує надходження за аналогічний період 2019 року. Можемо сказати, що надходження збільшуються. І якщо розробити ефективну стратегію розвитку щодо збільшення місцевих бюджетів, то можна досягти певної стабільності.

Якщо порівняти лише січень та лютий 2020 та 2021 років, то можемо сказати, що у 2021 році надходження збільшилися на 2,82 млрд грн (січень-лютий 2021 рік – 49,02 млрд грн, 2020 рік – 46,2 млрд грн).

Ефективність виконання місцевих бюджетів залежить в першу чергу від політичної волі керівництва держави та місцевої влади. Тому потрібно все правильно планувати та вміти користуватися цим планом.

Місцеві бюджети є важливою складовою бюджетної системи України. Тому його потрібно постійно вдосконалювати, підвищувати, стабілізувати. Для того, аби збільшити ефективність бюджету, також можна брати досвід у зарубіжних країнах. Це дасть змогу на їх досвіді розробити якісь певні дії щодо місцевих бюджетів нашої країни. Більш властивою рисою місцевих бюджетів зараз є піднесений ступінь їх залежності від державного бюджету – у разі якщо в державах Європи він є в межах 7–10 %, то в Україні – сягає 20 % і більше [5; 6].

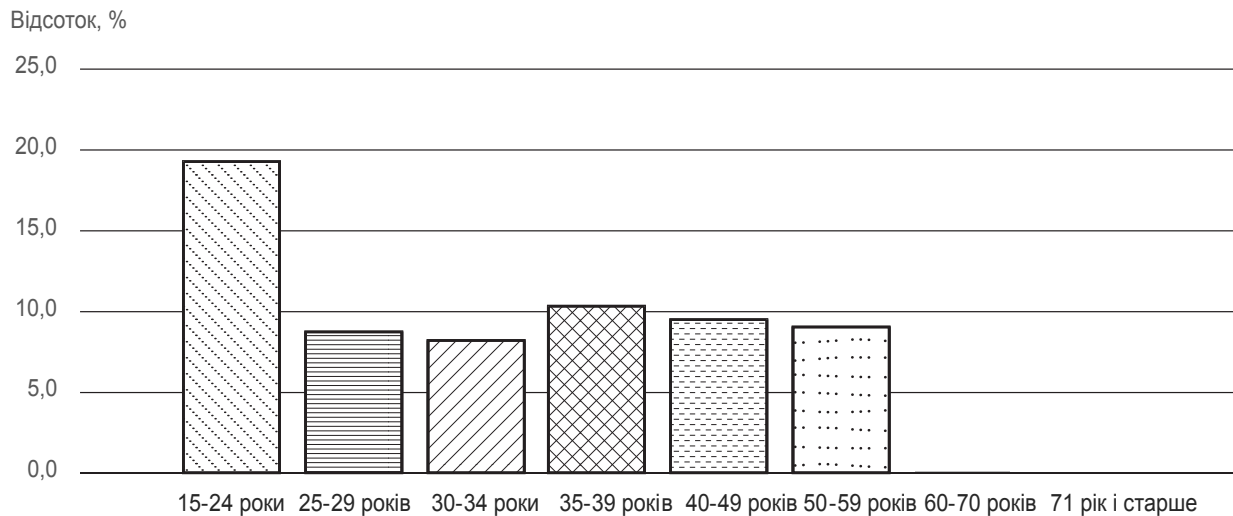


Рис. 2. Дані надходжень доходів загального фонду місцевих бюджетів у січні-квітні 2019 та 2020 років (млрд грн)

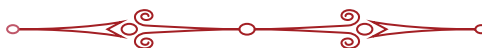
Для того, аби покращити формування місцевих бюджетів, потрібно:

- розподілити конкретні завдання між центральними органами влади та органами регіонального та місцевого самоврядування;
- необхідно вдосконалити механізм фінансового вирівнювання між певними територіями;
- спиратися на досвід зарубіжних країн;
- створити соціально орієнтовану ринкову економіку;
- збільшити надходження до місцевих бюджетів;
- прагнути досягнення тривалого економічного зростання.

Тільки за допомогою поєднання цих напрямків можна ефективно та збалансовано сформувати місцевий бюджет.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Холодна Ю. Є.

Література: 1. Бюджетний кодекс України від 01.01.2021 № 2456-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17>. 2. Інформація про стан затвердження місцевих бюджетів на 2021 рік. URL: https://mof.gov.ua/storage/files/12-02-2021_Інформація.pdf. 3. Місцеві бюджети: дані за I квартал 2020 року. URL: decentralization.gov.ua/news/12481. 4. Януль І. Є. Бюджетний процес в Україні та напрями його вдосконалення. *Фінанси України*. 2008. № 1. С. 23–27. 5. Лободіна З. Трансформація видатків місцевих бюджетів у контексті бюджетної децентралізації. *Світ фінансів*. 2015. № 1. С. 13–18. 6. Юшко С. В. Бюджетна система : підручник. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. 383 с.





МІКРОЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ Й ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.8:338

Мартиненко А. О.

Студент 1 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У роботі розглянуто роль інтелектуального капіталу у створенні ринкової вартості підприємства. Досліджено підходи до визначення сутності інтелектуального капіталу. Обґрунтовано взаємозв'язок між технологіями формування іміджу підприємства та накопиченням різних видів інтелектуального капіталу на мікроекономічному рівні.

Ключові слова: людський інтелектуальний капітал, структурний інтелектуальний капітал, клієнтський інтелектуальний капітал, імідж підприємства, мікроекономічний рівень, технології маркетингу.



Annotation. The role of intellectual capital in creating the market value of the enterprise is considered in the work. Approaches to determining the essence of intellectual capital are studied. The relationship between the technologies of image formation of the enterprise and the accumulation of different types of intellectual capital at the microeconomic level is substantiated.

Keywords: human intellectual capital, structural intellectual capital, client intellectual capital, enterprise image, microeconomic level, marketing technologies.



Провідною ланкою та основою розвитку економічної системи є підприємства різних типів і форм власності, оскільки саме вони виступають головним джерелом збільшення національного багатства. Діяльність підприємств спрямована на виробництво товарів і послуг, які, своєю чергою, задовольняють потреби суспільства.

Підприємства створюють робочі місця, гарантують соціальний захист зайнятим працівникам, є платниками податків і джерелами формування державного бюджету, а також виконують ще багато важливих функцій у суспільстві. Отже, пошук шляхів удосконалення діяльності підприємств і підвищення їх прибутку є нагальним питанням, яке активно обговорюється у науковій літературі в межах мікроекономічної теорії. Серед сучасних мікроекономічних аспектів розвитку підприємств особлива увага приділяється підходам щодо формування їх іміджу та накопичення інтелектуального капіталу. Інтерес до наведених питань обумовлений тим, що категорії іміджу та інтелектуального капіталу підприємства взаємно пов'язані із його ринковою вартістю.

Економічна криза, обумовлена пандемією коронавірусу на світовому рівні у 2020–2021 роках, ще більше актуалізувала роль інтелектуального капіталу та інтелектуальних активів, що підтверджується тим, що саме інтелектуалоемні компанії, наприклад ІТ-галузі, стали тими підприємствами, які не тільки не припинили діяльність, а й активно розвиваються в сучасних умовах.

Проблеми управління іміджем підприємства розглядалися у працях таких учених, як Вардеванян В. [1], Дайновский Ю. [2], Химич І. [3], Шумкова О. [4] та ін. Різні підходи щодо сутності та методів формування інтелектуального капіталу досліджували Дж. Гелбрейт [5], Е. Брукінг [6], Л. Едвінсон і М. Мелоун [7], Б. Леонтьев [8], О. Кендюхов [9], Н. Гавкалова [10], О. Бутнік-Сіверський [11] та інші автори. Більшість з перелічених авторів дійшли згоди щодо зв'язку між зростанням інтелектуального капіталу підприємства як виробника товарів і послуг, з одного боку, та створенням стабільних ринків для такого підприємства і зростанням його ринкової вартості – з іншого боку. Незважаючи на наявність широкого кола праць, і досі залишаються недостатньо вивченими питання вибору технологій накопичення інтелектуального капіталу та його зв'язку з іміджем підприємства, що обумовлює актуальність обраної теми дослідження.



Мета дослідження полягає в обґрунтуванні ролі та технологій формування іміджу підприємства у створенні його інтелектуального капіталу з метою підвищення ринкової вартості. Для досягнення поставленої мети в роботі вирішуються такі завдання: проведено аналіз теоретичних підходів до визначення поняття «інтелектуальний капітал»; досліджено технології зовнішнього і внутрішнього маркетингу як основи створення іміджу підприємства як виробника і роботодавця; обґрунтовано вплив технологій формування іміджу підприємства на накопичення різних видів інтелектуального капіталу.

Для визначення основних напрямів формування інтелектуального капіталу та іміджу підприємств доцільно спочатку розглянути підходи щодо визначення змісту та сутності зазначених понять. У табл. 1 наведено точки зору авторів стосовно визначення поняття інтелектуального капіталу.

Таблиця 1

Підходи до визначення поняття «інтелектуальний капітал»

Автор	Визначення ІК
Дж. Гелбрейт [5]	Сума того всього, що знають працівники компанії, і що надає їй конкурентні переваги на ринку
Е. Брукінг [6]	Нематеріальні активи, без яких компанія не може існувати та розвивати конкурентні переваги. До їх складу входять інтелектуальна власність, а також людські, інфраструктурні і ринкові активи
Л. Едвінсон, М. Мелоун [7]	Сукупність людського та структурного капіталу, ті види ресурсів компанії, які не можуть бути оцінені традиційними засобами
Б. Леонтьєв [8]	Вартість сукупності наявних у працівника інтелектуальних активів, у тому числі інтелектуальної власності, природних і набутих інтелектуальних здібностей і навичок, а також нагромаджених баз знань і корисних відносин з іншими суб'єктами
О. Кендюхов [9]	Інтелектуальні ресурси, які здатні створювати нову вартість підприємства та представлені людським і машинним інтелектами, інтелектуальними продуктами, створеними ним самостійно або залученими зі сторони як засоби створення нової вартості
Н. Гавкалова, Н. Маркова [10]	Інтелектуальні ресурси, що втілені у сукупності наукових, професійних і загальних знань працівників, їх досвіді, вміннях, навичках, які створюють продукти інтелектуальної діяльності, що можуть належати як його винахіднику, так і іншим суб'єктам господарювання та використовуються з метою одержання додаткової вартості
О. Бутнік-Сіверський [11]	Різновид капіталу з відповідними ознаками капіталу, який відтворює одночасно властиву лише йому (інтелектуальному капіталу) специфіку й особливості

Вивченню різновидів інтелектуального капіталу присвятили свої праці Т. Стюарт [12], М. Армстронг [13], А. Колот [14], С. Ілляшенко [15] й інші дослідники. У сучасній науковій літературі виокремлюються такі різновиди інтелектуального капіталу, як людський, структурний та клієнтський. Іноді замість клієнтського автори наводять соціальний інтелектуальний капітал.

Різниця між цими видами інтелектуального капіталу полягає у такому: людський інтелектуальний капітал включає професійні навички і знання працівників та їх особистісні характеристики, від яких залежить якість кінцевого продукту: структурний інтелектуальний капітал містить бази даних, технології, інструкції та алгоритми, програмне забезпечення, патенти, ліцензії та ноу-хау, а також усі інтелектуальні ресурси, які залишаються у власності підприємства навіть у тому разі, якщо працівник, котрий їх створив, звільняється; клієнтський інтелектуальний капітал – це всі налагоджені зв'язки з клієнтами, постачальниками, партнерами, капітал бренду, а також імідж і репутація підприємства.

Своєю чергою, імідж підприємства передбачає такі складові, як імідж підприємства як виробника і імідж підприємства як роботодавця. У формуванні кожного з цих видів іміджу доцільно залучати різні технології. З метою формування іміджу як виробника залучаються зовнішні маркетингові комунікації, або маркетинг-мікс, до якого відносяться: реклама, стимулювання збуту, зв'язки з громадськістю, персональний продаж, прями маркетинг.

Для формування іміджу підприємства як роботодавця використовуються технології внутрішнього маркетингу, які тісно пов'язані з процесом створення такої корпоративної культури, яка сприяє емоційному залученню працівників, формуванню їх прихильності та лояльності до компанії. Вважається, що лояльний праців-



ник є найкращим адвокатом бренду, тому що він, по-перше, добросовісно працює і створює якісний продукт, а по-друге, активно бере участь у підвищенні іміджу компанії серед своїх знайомих і друзів, отже, запускає так зване «сарафанне радіо». Зазначені два типи іміджу компанії взаємопов'язані. Позитивний імідж підприємства як виробника сприяє тому, що до нього прагнуть потрапити на роботу більше кваліфікованих працівників, а це, своєю чергою, сприяє підвищенню якості кінцевого продукту. Останнє створює позитивний імідж підприємства-виробника. Позитивний імідж підприємства як виробника приводить до накопичення клієнтського інтелектуального капіталу, а позитивний імідж підприємства як роботодавця – до накопичення людського інтелектуального капіталу.

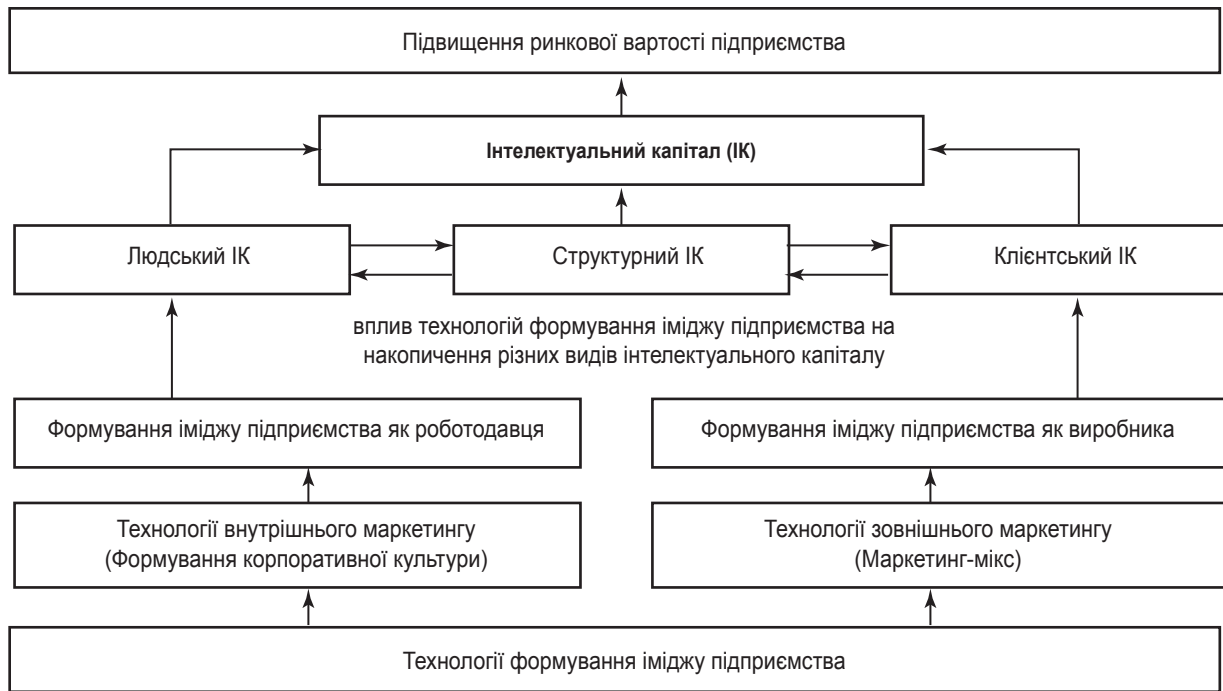


Рис. 1. Взаємозв'язок між технологіями формування іміджу підприємства та накопиченням інтелектуального капіталу на мікроекономічному рівні

На рис. 1 наведено взаємозв'язок між накопиченням інтелектуального капіталу та технологіями формування іміджу підприємства у контексті мікроекономічного підходу.

Як висновок, слід відзначити, що поняття іміджу підприємства та його інтелектуального капіталу тісно пов'язані. Технології маркетингу можуть бути застосовані не тільки в традиційному аспекті для впливу на думку споживачів, але і в контексті формування корпоративної культури, яка створює імідж підприємств як роботодавця. В роботі розглянуто переважно мікроекономічні аспекти формування інтелектуального капіталу. Проте категорія інтелектуального капіталу може вивчатися також на мезо- і макроекономічному рівнях, що є напрямом подальших перспективних досліджень автора.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пивавар І. В.

Література: 1. Вардеванян В. А. Методи оцінки іміджу фірми та їх застосування. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту ХНЕУ*. 2010. № 2. С. 45–49. 2. Дайновский Ю. Принципы формирования имиджа фирмы. *Предпринимательство, хозяйство и право*. 2006. № 6. С. 50–52. 3. Химич І. Г. Імідж як важливий показник діяльності підприємства у сучасних умовах розвитку корпоративної культури. *Економіка та держава*. 2009. № 9. С. 59–61. 4. Шумкова О. В., Блюмська К. В. Економічна оцінка іміджу підприємства. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Фінанси і кредит»*. 2011. № 1. URL: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/chem_biol/Vsnau/2011_1/46Shumkova.pdf. 5. Гелбрейт Дж. Экономические теории и цели общества / под ред. В. Л. Иноземцева. Москва : Прогресс, 1979. 406 с. 6. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал. Санкт-Петербург :



Питер, 2001. 288 с. **7.** Edvinsson L., Malone M. S. Intellectual Capital: Realizing Your Company's True Value by Finding Its Hidden Brainpower. N. Y. : Harper Business, 1997. 240 p. **8.** Леонтьев Б. Б. Цена интеллекта. Интеллектуальный капитал в Российском бизнесе. Москва : Издательский центр «Акционер», 2002. 200 с. **9.** Кендюхов О. Гносеологія інтелектуального капіталу. *Економіка України*. 2013. № 4. С. 28–33. **10.** Гавкалова Н. Л., Маркова Н. С. Формування та використання інтелектуального капіталу. Харків : Вид. ХНЕУ, 2006. 252 с. **11.** Бутник-Сиверский А. Б. Интеллектуальный капитал: теоретический аспект. *Интеллектуальный капитал*. 2002. № 1. С. 20–24. **12.** Stewart T. A. The Intellectual Capital. The New Wealth of Organizations. N. Y. : L., 1997. 360 p. **13.** Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами. Санкт-Петербург : Питер, 2007. 832 с. **14.** Колот А. М. Інноваційна праця та інтелектуальний капітал у системі факторів формування економіки знань. *Економічна теорія*. 2007. № 2. С. 3–13. **15.** Ілляшенко С. Сутність, структура і методичні основи оцінки інтелектуального капіталу підприємства. *Економіка України*. 2008. № 11. С. 16–26.



ОСОБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

УДК 334.012.64(477)

Мещенко Н.

Студент 1 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Проведено дослідження стану та розвитку малого бізнесу в Україні. Розглянуто проблеми та перспективи розвитку малого бізнесу. Охарактеризовано основні напрямки розвитку.

Ключові слова: малий та середній бізнес, економіка, підприємництво, безробіття, держава.



Annotation. Conducted a study of the state and development of small business in Ukraine. The problems and prospects of small business development are considered. The main directions of development are characterized.

Keywords: small and medium business, economy, entrepreneurship, unemployment, government.



Мета статті полягає у комплексному аналізі стану малого бізнесу в Україні, визначенні чинників, які негативно впливають на його розвиток, пошуку шляхів подолання негативних факторів розвитку малого бізнесу в сучасних умовах розвитку економіки.

Актуальність. Підприємництво є джерелом стійкого економічного зростання, стабільності суспільства та забезпечення зайнятості в країні, що безпосередньо впливає на підвищення рівня та якості життя населення. Малий бізнес слугує елементом структури національної економіки, оскільки він швидко змінюється під дією ринкової кон'юнктури.

Порівнюючи позитивні та негативні результати розвитку малого і середнього підприємництва в країнах, які пройшли етап реформування економічної системи, можна дійти висновку, що мале підприємництво здат-



не забезпечувати її інноваційну активність і підтримувати конкурентне середовище. Малий бізнес є одним із механізмів скорочення безробіття, а також засобом створення додаткових робочих місць.

На цьому етапі розвитку економіки влада приділяє багато уваги розвитку малого та середнього бізнесу. Для того щоб підтримати малий та середній бізнес, влада прийняла та реалізувала закони України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні», «Про Національну програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні», «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців щодо спрощення реєстрації осіб як платників податків» [2].

Метою державної політики у сфері розвитку малого та середнього підприємництва в Україні є:

- 1) створення умов для розвитку малого і середнього підприємництва;
- 2) забезпечення зайнятості населення шляхом підтримки підприємницької ініціативи громадян;
- 3) підвищення рівня їх конкурентоспроможності;
- 4) сприяння провадженню суб'єктами малого і середнього підприємництва діяльності щодо просування вироблених ними товарів (робіт, послуг), результатів інтелектуальної діяльності на внутрішній і зовнішній ринки;
- 5) стимулювання інвестиційної та інноваційної активності суб'єктів малого та середнього підприємництва.

Держава підтримує малий бізнес грошима і різноманітними пільгами у сфері податкової політики, але насправді діючої системи стимулювання створення малих підприємств не існує, як і немає механізму їхньої підтримки. У країні державна програма розвитку малих підприємств не розвивається.

Великими підприємствами можна назвати ті підприємства, у яких чисельність осіб понад 250 і обсягом валового доходу від реалізації продукції (робіт, послуг) понад 100 млн грн. Усі інші підприємства визнаються середніми [3].

Якщо розглядати статистику відкриття нових підприємств, то малий і середній бізнес в Україні становить основу підприємництва.

Із загальної кількості підприємств 93,7 % – це малі підприємства, 5,8 % – середні підприємства і лише 0,5 % – великі підприємства. Крім того, на період 2020 року в Україні здійснює діяльність понад 2,4 млн фізичних осіб – підприємців.

Таблиця 1

Кількість фізичних осіб – підприємців за регіонами

<i>Кількість фізичних осіб – підприємців за регіонами1/ Number of natural entities - entrepreneurs, by region1 (на 1 січня 2021 року) (as of January 1, 2021)</i>	
1	Усього/ Total
2	
Україна	1855165
Вінницька	64973
Волинська	37357
Дніпропетровська	137829
Донецька	122621
Житомирська	50018
Закарпатська	47610
Запорізька	67358
Івано-Франківська	49180
Київська	101423
Кіровоградська	33043
Луганська	70299
Львівська	117177
Миколаївська	50273
Одеська	130709



Закінчення табл. 1

1	2
Полтавська	54890
Рівненська	38207
Сумська	39383
Тернопільська	34913
Харківська	156892
Херсонська	41185
Хмельницька	56821
Черкаська	49223
Чернівецька	42110
Чернігівська	36906
м. Київ	224765

Більшість малих підприємства зосереджені у таких сферах, як: торгівля, ремонт автомобілів, побутових виробів і предметів особистого вжитку; операції з нерухомим майном, оренда, надання послуг підприємцям; промисловість і будівництво.

Аналізуючи позитивні та негативні сторони розвитку малого та середнього бізнесу в Україні, можна помітити, що за кількісними оцінками розвиток цього сектора економіки практично відповідає європейським показникам. У 2020 році МСП у сфері торгівлі сформували 38,9 % загального обсягу реалізованої продукції малих і середніх підприємств. Для порівняння: аналогічна частка випуску та доданої вартості у Великій Британії – 32 %, Німеччині – 47,1 %, Франції – 42 %, Італії – 38,9 %.

Водночас за якісними показниками вітчизняне підприємництво значно відстає від європейського стандарту. У вітчизняного підприємства не розвинений показник якості самої продукції, продуктивність праці та наявність робочих місць на низькому рівні.

Аналізуючи стан малого підприємництва, можна дійти висновку, що сектор малого бізнесу в Україні перебуває на початковому етапі розвитку і характеризується високою неефективністю. Цей напрямок підприємницької діяльності потребує ефективної державної підтримки, яка має бути спрямована на створення позитивного економічного та правового клімату.

Вважаємо, що влада повинна дотримуватися таких рекомендацій щодо ефективної підтримки та визначення головних перспектив розвитку малого підприємництва на регіональному та місцевому рівнях:

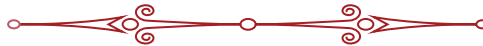
1. Розробити механізм часткового відшкодування з місцевих бюджетів відсоткових ставок за кредитами, залученими суб'єктами малого та середнього підприємництва для реалізації інвестиційних проєктів.
2. Щоб скоротити чисельність безробіття та стимулювання розвитку підприємництва, місцева влада повинна надати населенню одноразову грошову допомогу для започаткування власної підприємницької діяльності, також повинні існувати спеціальні курси для підвищення кваліфікації для усіх бажаючих.
3. Малі та середні підприємства повинні розвиватися у такій галузі економіки, як сільське господарство. Підтримка сфери розвитку «зеленого туризму», сприяння залученню безробітних, зареєстрованих у містах, до працевлаштування на новостворених робочих місцях у сільській місцевості.
4. Стимулювати впровадження у регіонах інноваційних та енергозберігаючих технологій шляхом спільного фінансування проєктів у науково-технічній та інноваційній сферах, що реалізуються малими підприємствами.
5. Створення бази даних допоможе приватним підприємцям знайти необхідну інформацію щодо норм чинного законодавства України й умов кредитування.

Таким чином, виходячи з вищевказаного можна сказати, що розвиток економіки малих і середніх підприємств в Україні має великий потенціал і великі перспективи, адже найголовніший спосіб становлення і зміцнення держави – це розвиток ринкової економіки, яка лежить насамперед на приватному бізнесі, особистій ініціативі, що й дає кожному можливість самореалізації і самоутвердження.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пивавар І. В.



Література: 1. Причепя І. В., Мещерякова Т. К. Проблеми конкурентоспроможного розвитку підприємництва в Україні за сучасних умов // Розвиток підприємництва в Україні: теорія, методологія та практика : кол. моногр. Умань : Вид. «Сочінський М. М.», 2019. 244 с. 2. Тимченко О. І. Проблеми та перспективи розвитку малого підприємництва в регіонах України. *Ефективна економіка*. 2015. № 6. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2015_6_14. 3. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні : Закон України від 22.03.2012 № 4618-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4618-17#Text>. 4. Класифікація підприємств за Законом № 2164-VIIІ. URL: https://services.dtki.ua/catalogues/other_dov/23. 5. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. 6. Розвиток підприємницької діяльності в Україні. URL: <http://ukrexport.gov.ua/ukr/zed/ukr/5225.html>. 7. Розвиток підприємництва в Україні. URL: http://www.rusnauka.com/2_ANR_2010/Economics/10_57542.doc.html.



ПРОЦЕС СТАНОВЛЕННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЄДИНОЇ ВАЛЮТНОЇ СИСТЕМИ ЄС

УДК 339.738

Минтюк М. М.

Студент 2 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Досліджено сутність поняття євро, розглянуто етапи запровадження євро й умови, необхідні для введення єдиної валюти. Визначено недолік єдиної валютної системи та перспективи її розвитку.

Ключові слова: євро, валютний союз, єдина валюта, обіг, країни-учасниці, Європейський Союз.



Annotation. The essence of the concept of the euro is studied, the stages of introduction of the euro and the conditions necessary for the introduction of the single currency are considered. The lack of a monetary system and prospects for development have been identified.

Keywords: euro, monetary union, single currency, circulation, member countries, European Union.



У сучасному світі існує багато різних валют відповідно до кількості країн, але існують і ті, які використовуються найчастіше та беруть активну участь у міжнародних розрахунках. До таких грошових одиниць можна віднести долар, євро, ліру, канадський долар, фунт тощо. Звичайно, що долар є однією з найпопулярніших грошових одиниць світу, але йому також не поступається і євро. Незважаючи на те, що євро є молодою грошовою одиницею, але його розвиток є доволі тривалим як для Європи, так і для інших країн світу. Введення євро у світовий обіг сприяло створенню вищої форми інтеграції між країнами ЄС, посприяло створенню економічного та валютного союзу, поєднало єдиний ринок з єдиною валютою, ось чому ця тема є актуальною нині та буде актуальною в майбутньому.

Метою цієї статті є дослідження походження євро, впливу його на економіку інших країн, визначення недоліків і перспектив розвитку грошової одиниці євро.



Питанню історії становлення та розвитку євро приділялася увага багатьох учених, до яких можна віднести Ф. Бергстена, О. Буторіну, Р. Заблуцьку, С. Кашкіна, В. Мамакіна, Д. Піскулова. Теорія оптимальної валютної зони стверджує, що запровадження єдиної валюти на території валютної зони є необхідним рішенням для більш глибокої конвергенції економічних систем країн «ре2ins» [1, с. 33]. Але перед тим, як говорити про майбутнє грошової одиниці, варто звернутися до початку його виникнення.

Оскільки євро стало інструментом для досягнення вищої форми інтеграції, то потрібно дати визначення цій грошовій одиниці. Євро – офіційна грошова одиниця 17 країн Європейського Союзу і деяких інших держав; одна з провідних світових валют. Зараз євро дійсно виконує таку роль: це єдина валюта 17 з 28 країн ЄС, щодня її використовують близько 332 мільйонів людей [2].

Життєвий шлях євро почався після підписання Маастрихтського договору про утворення Європейського Союзу. Маастрихтський договір набув чинності 1 листопада 1993 року і передбачав не тільки створення Економічного і валютного союзу, але й формування політичного союзу. Власне після цього країни ЄС перейшли до проведення економічної та фінансової політики, яка і включала в себе введення єдиної валюти.

Сам процес введення євро в обіг включав у себе три етапи, до яких відносять:

- перший етап (1 січня 1999 р. – 1 січня 2002 р.) – характеризується переходом євро до банківського та фінансового сектора, початком виробництва банкнот євро;
- другий етап (1 січня 1999 р. – 1 липня 2002 р.) – характеризується остаточним переходом євро до системи державного управління, введенням в обіг банкнот та монет євро як рівноправної валюти відповідно до національної;
- третій етап (1 липня 2002 р.) – євро стає єдиним законним засобом розрахунків на території країн – членів ЄВС.

Під час заключного етапу з 1 січня 2002 року кожна країна вибрала термін, протягом якого було введено в обіг банкноти номіналом 5, 10, 30, 50, 100, 200 та 500 євро, а монети восьми номіналів – 1 та 2 євро, та 1, 2, 5, 10, 20, 50 євроцентів. Протягом 6 місяців старі банкноти були на рівні з євро, але з 1 червня 2002 року всі країни законно перейшли до валюти євро.

Такий тривалий перехід довжиною в три роки був зумовлений тим, що необхідно було підготувати до змін громадськість, банківські системи, приватний та державний сектори.

Але для введення в обіг євро необхідно було, щоб країни – члени валютного союзу відповідали деяким критеріям, до яких відносять:

- у країні-члені дефіцит бюджету не повинен перевищувати 3 % від ВВП;
- державна заборгованість від ВВП не повинна перевищувати 60 %;
- протягом двох років курс національної валюти повинен підтримуватися у заданому діапазоні;
- рівень інфляції не повинен більш ніж на 1,5 % перевищувати показники трьох найбільш стабільних країн-членів;
- процентні ставки за банківськими кредитами можуть бути лише на 2 % вищими, ніж показники трьох найбільш стабільних країн-членів [2].

Тому на позачерговому саміті ЄС у Брюсселі 2 травня 1998 року було визначено країн-учасників валютного союзу, до складу якого увійшли одинадцять країн: Німеччина, Франція, Бельгія, Нідерланди, Люксембург, Австрія, Ірландія, Італія, Іспанія, Португалія, Фінляндія. Також за згодою властей Єврозона була поширена також на автономні заморські департаменти для Франції.

Інші ж країни, до яких відносять Велику Британію, Данію і Швецію, утрималися від участі у валютному союзі з 1999 року. Якщо говорити про Грецію, то вона не змогла дотриматися всіх встановлених вимог, але заявила, що прагне вступити до валютного союзу у 2001 році.

Словенія стала відповідати критеріям в 2006 році і увійшла до Єврозони 1 січня 2007 року. Кіпр і Мальта пройшли процедуру узгодження в 2007 році і вступили в Єврозону 1 січня 2008 року. Словаччина – 1 січня 2009 року, Естонія – 1 січня 2011 року, Латвія – 1 січня 2014 року, Литва – 1 січня 2015 року [3, с. 34].

Невід'ємною частиною всього процесу переходу до єдиної валюти ЄС є разом з введенням євро створення наднаціональної банківської системи, під юрисдикцією якої буде знаходитися нова всенациональна валюта [4, с. 2]. Цією системою став Європейський валютний інститут, який координував валютну політику, забезпечував стабільність цін, розробляв напрями валютної політики Європейської системи центральних банків.



Варто зазначити, що не так давно євро виповнилося 20 років. Деякі експерти стверджують, що цей експеримент є доволі вдалим, навіть незважаючи на боргову кризу, яка висвітлила помилки цієї системи. Джерелом кризи послугувала криза ринку державних облігацій в Греції восени 2009 року. Такі країни Єврозони, як Греція, Ірландія, Португалія, Італія та Іспанія, опинилися в ситуації, коли вони не здатні були обслуговувати без зовнішньої допомоги дефіцит свого держбюджету і свій державний борг, які згідно з Маастрихтським критерієм повинні бути менше 3 % від ВВП і 60 % від ВВП [5, с. 313]. Якщо говорити про курс євро, то протягом цих років він значно коливався, але для багатьох країн важливо те, що є внутрішня стабільність євро, що супроводжується низькою інфляцією, іноді навіть мінімальною.

Основною задачею валютного союзу є стимулювання торгівлі та виробничої кооперації між членами-учасниками, і з цією задачею ЄВС справляється доволі ефективно. Але не можна робити однозначний висновок. Звичайно, що з моменту заснування валютного союзу кількість країн-учасниць збільшилася, але наразі прийняття нових членів не очікується. Це може бути пов'язано з борговою кризою. На межі банкрутства тоді опинилися Греція, Ірландія, Португалія, Кіпр. Їм усім довелося просити допомоги у Євросоюзу та Міжнародного валютного фонду, переходити на режим жорсткої бюджетної економії, у прискореному темпі та під іноземним контролем проводити болісні реформи [6].

Так, у Греції, Італії, Кіпру, Португалії під час боргової кризи співвідношення боргу до ВВП становило 100 %, а іноді і вище. Тому перед очільниками ЄС постали питання: а якими мають бути запобіжники, щоби борги держав-учасниць не стали непомірними? Чи повинна Німеччина відповідати за борги Греції?

Якщо дати відповідь на друге питання, то лише в межах своєї країни. Уряд країн часто розподіляють кошти на ті території, які витрачають більше, але ж не всі країни готові до такого. Тому і відбувається розрив між більш розвинутою Північною та більш відсталою Південною частиною Європи. Цю ситуацію протиріч між країнами ЄС докладно відображено в книзі «Євро та боротьба ідей» Маркуса Бруннермаєра, Гарольда Джеймса та Жана-П'єра Ландо, яку було презентовано в Україні групою ІСУ спільно з Vox Ukraine.

Одним із недоліків євро як молодій валюті є те, що за нею стоїть не єдина держава, а відразу декілька держав, які відрізняються своїми економічними та політичними значеннями. Тому цей механізм не може ефективно конкурувати з централізованою валютною політикою США, оскільки важливі рішення приймаються різними інститутами. Ще одним недоліком є те, що єдина грошова політика не дає можливості адекватно реагувати на певні обставини у тих країнах, які знаходяться на різних рівнях розвитку. Також можна виділити і третю проблему – боротьба з інфляцією, тому що неможливо точно перебачити, наскільки ефективно можна впоратися з регіональною інфляцією у цих умовах.

Перспективи для розвитку єдиної валютної системи є доволі великими, оскільки є єдиний фінансовий простір, який дає можливості для міжнародних інвесторів і стабільної конкуренції. Також єдина валюта надає ряд переваг, які можуть збільшити кількість країн-учасниць, що призведе до стабільності та поширення єдиної валюти на інші країни. До таких переваг можна віднести:

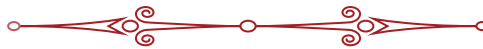
- уніфікацію ринкової практики та прискорення інтеграцій ринків;
- зниження витрат на проведення операцій «спот»;
- збільшення ліквідності цінних паперів і збільшення можливостей диверсифікації цінних паперів;
- зниження кількості бар'єрів під час внутрішнього європейського інвестування;
- сек'юритизація європейських банків.

Отже, євро є важливою віхою в розвитку світової політики й економіки, оскільки він є реальною альтернативою долару. Неможливо говорити про те, що євро є ідеальною валютою, але воно забезпечує певну економічну стабільність, Європейський Союз забезпечує певну допомогу в розвитку та підтримці економіки країн-учасниць. Також можна сказати, що міжнародна роль євро забезпечується фінансовими ринковими силами. Насправді стабільність і збільшення євро досягається через розширення валютних резервів євро, що супроводжується збільшенням Єврозони, та переходом до єврочастки інших національних валют.

Отже, можна стверджувати, що євро має високі перспективи для подальшого розвитку, оскільки євро дозволяє надійніше боротися з інфляцією. Також євро є надійним та ефективним засобом для вільного переміщення товарів ті послуг, зможе поліпшити механізм курсоутворення тощо. І загалом введення єдиної валюти сприяє створенню та підтриманню зони валютної стабільності.



Література: 1. Мусієць Т. В., Лавріненко О. В. Вплив євро на перетворення національних валютних систем країн центральної та східної Європи. *Інвестиції: практика і досвід*. 2011. № 17. С. 33–39. 2. Історія євро. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>. 3. Моргун Н. М., Каптур О. С., Амарян М. Х. Єдина європейська валюта: процес становлення та перспективи розвитку // Сучасні тенденції в юридичній науці : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Харків, 24–25 лют. 2017 р.). Херсон : Гельветика, 2017. С. 32–35. 4. Євро – грошова одиниця ЄС. // Вінницький національний технічний університет. URL: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwi3I9WZxvzAhWDy4sKHUdID-YQFnoECAIQAQ&url=https%3A%2F%2Fconferences.vntu.edu.ua%2Findex.php%2Fall-hum%2Fall-hum-2018%2Fpaper%2Fdownload%2F5133%2F4476&usq=AOvVaw2LQod81rGCLsLSYP_BQj6F. 5. Приступа Т. В. Перспективи євро на світовому валютному ринку в умовах боргової кризи Євросоюзу. 2014. С. 312–316. 6. Гурков А. Коментар: Євро - єдина реальна альтернативна долару. URL: <https://www.dw.com/uk/46935338>.



ПЛАН РАХУНКІВ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ: ПРИЗНАЧЕННЯ, ХАРАКТЕРИСТИКА ТА ЗМІСТ

УДК 657.4

Мироненко А. С.

Студент 3 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті надано визначення Плану рахунків бухгалтерського обліку України та характеристику його класів. Відображено важливість Плану рахунків при складанні балансу та звіту про фінансові результати. Визначено роль Плану рахунків у бухгалтерському обліку.

Ключові слова: план рахунків, синтетичні рахунки, субрахунки, структура плану рахунків.

Annotation. The article gives the definition of the Chart of Accounts of Ukrainian accounting and describes its classes. The importance of the Chart of Accounts is reflected in the preparation of the balance sheet and the statement of financial results. The role of the Chart of Accounts in accounting has been defined.

Keywords: chart of accounts, synthetic accounts, sub-accounts, structure of the chart of accounts.

На будь-якому підприємстві відбувається велика кількість господарських процесів, і мається багато джерел, що утворюють господарські засоби.

Для ефективного управління підприємством необхідно мати повну і достовірну інформацію про господарські процеси, що відбуваються в організації. Ця інформація відображається в бухгалтерській звітності.

Звітність – це сукупність показників, сформованих у системі обліку, представлених у певних таблицях, що характеризують рух майна, капіталу і зобов'язань, а також фінансовий стан організації за звітний період (квартал, півріччя, дев'ять місяців, рік).



Дослідження щодо призначення, характеристики та змісту Плану рахунків бухгалтерського обліку України, а також шляхи його удосконалення містяться у працях Павлюка І., Михалевич С., Пархоменка В., Голова С.

Метою статті є характеристика змісту вітчизняного Плану рахунків та визначення ролі Плану рахунків у бухгалтерському обліку.

В основі укладення звітності знаходяться бухгалтерські проводки, здійснення яких є неможливим без наявності Плану рахунків.

Таким чином, існує потреба в систематизації засобів праці та їхніх джерел за їх економічним змістом. Для обліку засобів, їхніх джерел і господарських операцій ведуться окремі рахунки, на яких робляться записи про різноманітні господарські процеси. Перелік цих рахунків знаходиться у плані рахунків бухгалтерського обліку.

Чинний План рахунків України був затверджений наказом Міністерства фінансів України № 291 від 30 листопада 1999 року.

Згідно з Інструкцією про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, план рахунків – це перелік рахунків і схем реєстрації та групування на них фактів фінансово-господарської діяльності (кореспонденція рахунків) у бухгалтерському обліку. У ньому за десятковою системою наведені коди (номери) й найменування синтетичних рахунків (рахунків першого порядку) й субрахунків (рахунків другого порядку). [2]

Схематично код можна зобразити як XYZ, де X – клас рахунків, Y – номер рахунку першого порядку (синтетичного рахунку), Z – номер рахунку другого порядку субрахунку.

Всі рахунки бухгалтерського обліку розбиті на 10 класів: з 1 до 9 класу – балансові рахунки, 0 клас – позабалансові рахунки:

- Клас 1 – Необоротні активи.
- Клас 2 – Запаси.
- Клас 3 – Кошти, розрахунки та інші активи.
- Клас 4 – Власний капітал та забезпечення зобов'язань.
- Клас 5 – Довгострокові зобов'язання.
- Клас 6 – Поточні зобов'язання.
- Клас 7 – Доходи і результати діяльності.
- Клас 8 – Витрати за елементами.
- Клас 9 – Витрати діяльності.
- Клас 0 – Позабалансові рахунки [1].

Інструкція дозволяє використання доповнених субрахунків, ведення кореспонденції рахунків та аналітичного обліку, що нею не передбачені, якщо вони дотримуються її норм.

Рахунки класів з першого по сьомий включно та нульового класу є обов'язковими для усіх підприємств. Малі підприємства та некомерційні організації можуть вести облік витрат на рахунках восьмого класу, не відкриваючи рахунки дев'ятого класу.

Усього план рахунків нараховує 90 рахунків першого порядку, з яких 12 (29, 32, 56, 57, 58, 59, 77, 78, 86, 87, 88, 89) не мають назви, 245 субрахунків, 9 позабалансових рахунків, які містять 9 субрахунків.

Структура плану рахунків розроблена з орієнтацією на складання балансу й звіту про фінансові результати. Так, кінцеве сальдо рахунків класів з першого по третій відображає активи балансу, а кінцеве сальдо рахунків класів з четвертого по шостий – пасиви. Інформація, що міститься на рахунках класів з сьомого по дев'ятий, використовується для звітності про фінансові результати. Позабалансові рахунки використовуються для складання Приміток до річної фінансової звітності.

Кінцеві сальдо рахунків першого класу «Необоротні активи» формують статті першого розділу активу балансу «Необоротні активи». Другий розділ активу балансу формується за кінцевими сальдо рахунків другого класу «Запаси» та третього класу «Кошти, розрахунки та інші активи». У третьому розділі активу балансу «Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття» відображається сальдо лише одного рахунку – 286



«Необоротні активи та групи вибуття, утримувані для продажу», тому цей розділ можна вважати неповноцінним, оскільки він формується за сальдо лише одного субрахунку.

У першому розділі пасиву «Власний капітал» відображається сальдо деяких рахунків четвертого класу «Власний капітал і забезпечення зобов'язань», а саме рахунків 40–46. Сальдо рахунків п'ятого класу «Довгострокові зобов'язання» формують другий розділ пасиву балансу «Довгострокові зобов'язання і забезпечення». Окрім цього, у статті другого розділу пасиву «Довгострокові забезпечення» відображається сальдо рахунку 47 «Забезпечення майбутніх витрат і платежів», а у статті «Цільове фінансування» – сальдо рахунку 48 «Цільове фінансування і цільові надходження».

Таким чином, рахунки четвертого класу мають відношення одразу до двох розділів балансу. Рахунки шостого класу «Поточні зобов'язання» мають відношення до третього розділу пасиву балансу «Поточні зобов'язання і забезпечення».

Четвертий розділ пасиву «Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття» формується за сальдо рахунку 680 «Розрахунки, пов'язані з необоротними активами та групами вибуття, утримуваними для продажу». Цей розділ можна вважати неповноцінним, за аналогією з третім розділом активу балансу «Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття».

Попри те, що рахунки першого – третього класів відображають активи, не всі рахунки цих класів є активними. Те саме стосується і рахунків четвертого – шостого класів – не всі з них є пасивними.

Розглянемо схему активного рахунку. За дебетом відображається збільшення рахунку. Зменшення активного рахунку відбувається за кредитом. На активних рахунках початкове й кінцеве сальдо можуть бути тільки дебетовим або дорівнювати нулю.

Пасивний рахунок має протилежну схему. За кредитом відображається збільшення рахунку. Зменшення пасивного рахунку відбувається за дебетом. На пасивних рахунках початкове й кінцеве сальдо може бути тільки кредитовим або дорівнює нулю.

Рахунок 13 «Знос необоротних активів (амортизація)», хоча і відноситься до першого класу рахунків, є пасивним рахунком, оскільки збільшується за кредитом.

На субрахунку 285 «Торгова націнка» підприємства роздрібною торгівлі при веденні обліку товарів за продажними цінами відображають торгові націнки на товари, тобто різницю між покупною та продажною (роздрібною) вартістю товарів. За кредитом субрахунку 285 відображається збільшення суми торгових націнок, за дебетом – зменшення (списання). [2] Тобто субрахунок 285 «Торгова націнка» збільшується за кредитом і є пасивним попри приналежність до другого класу рахунків. Таким чином, рахунок 28 «Товари» є не активним рахунком, а активно-пасивним рахунком.

За кредитом рахунку 38 «Резерв сумнівних боргів» відображається створення резерву сумнівних боргів, за дебетом – їх списання [2]. Таким чином, цей рахунок теж збільшується за кредитом, що відповідає схемі пасивного рахунку.

У разі утворення прибутку залишок на рахунку 44 «Нерозподілені прибутки (непокриті збитки)» відображається за кредитом, якщо підприємство отримало збитки – за кредитом. Отже, рахунок 44 є активно-пасивним.

За кредитом рахунку 45 «Вилучений капітал» відображається вартість анульованих або перепроданих акцій (часток) (відбувається його зменшення), а за дебетом відображається фактична собівартість акцій або часток, що викупило товариство, відбувається його збільшення). За дебетом рахунку 46 «Неоплачений капітал» відображається заборгованість учасників товариства за внесками до статутного капіталу, а за кредитом – їх погашення. Обидва ці рахунки збільшуються за дебетом, отже, є активними.

Активно-пасивними є рахунки 66 «Розрахунки за виплатами працівникам» та 68 «Розрахунки за іншими операціями».

Рахунки сьомого, восьмого та дев'ятого класів мають нульове сальдо, тому не мають ознак пасивних або активних рахунків. Бухгалтера цікавлять лише обороти за цими рахунками для складання звітності.

План рахунків відображає п'ять елементів фінансової звітності – активи, зобов'язання, капітал, доходи і витрати. А його використання полегшує роботу бухгалтерів, надаючи їм готову систему ведення обліку та схему реєстрації господарських операцій.

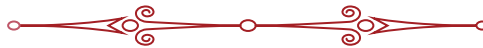


Структурно План рахунків бухгалтерського обліку збігається зі структурою Балансу і Звіту про фінансові результати.

План рахунків є основою бухгалтерської звітності, забезпечує правильність, точність та оперативність складання Балансу, Звіту про фінансові результати та Приміток до річної фінансової звітності.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Серікова Т. М.

Література: 1. Про затвердження Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, зобов'язань, капіталу й господарських операцій підприємств й організацій : Наказ Міністерства фінансів України від 30.11.1999 № 291. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0892-99#Text>. 2. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій : Наказ Міністерства фінансів України від 30.11.99 № 291. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99>. 3. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.1999 № 996-XIV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text>. 4. Павлюк И. Применение Плана счетов бухгалтерского учета на предприятиях и в организациях Украины // Украинский бухгалтерский еженедельник "Дебет – Кредит" – 2001. URL: <https://dtk.com.ua/debet/rus/2001/27/27pr5.html>. 5. Михалевич С. Г. План рахунків бухгалтерського обліку і необхідність його вдосконалення. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2011. № 7. С. 7–9. 6. Пархоменко В. М. Концептуальні засади плану рахунків бухгалтерського обліку. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2000. № 2. С. 8–11. 7. Пархоменко В. М. Удосконалення Плану рахунків бухгалтерського обліку. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2005. № 12. С. 3–4.



ОСОБЛИВОСТІ МОНЕТАРНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ

УДК 338.22

Мірошникова В. С.

Студент 1 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті досліджено особливості монетарної політики в Україні на сучасному етапі її розвитку. Охарактеризовано цілі й актуальні завдання, які покладено в основу цієї політики. Розглянуто різновиди й інструменти, якими вона послуговується. Проаналізовано вплив, який монетарна політика здійснює на економіку України.

Ключові слова: монетарна політика, інфляція, грошово-кредитна політика, процентна ставка, центральний банк, інфляційне таргетування.



Annotation. The article examines the features of monetary policy in Ukraine at the present stage of its development. The goals and current tasks that underlie this policy are described. The varieties and tools it uses are considered. The influence that monetary policy has on the state economy is analyzed.

Keywords: monetary policy, inflation, monetary policy, interest rate, central bank, inflation targeting.





Актуальність. Актуальність питання монетарної політики в Україні обумовлюється значним коливанням рівня інфляції в державі впродовж останніх декількох років. Адже пріоритетним завданням цієї політики є встановлення цінової стабільності, що зі свого боку впливає на темпи розвитку інфляції. Звідси витікає необхідність більш детального вивчення цього питання задля розуміння всіх переваг і недоліків монетарної політики України й подальшого збільшення її ефективності.

Метою розгляду цієї теми є дослідження заходів, які здійснюються в межах монетарної політики в Україні за останні роки; визначення головних завдань та оцінка їх ефективності.

Економічне становище України залежить від низки мікро- та макроекономічних показників, які зі свого боку потребують певного регулювання. Одним із різновидів такого впливу на них є монетарна політика, що спрямована на досягнення та забезпечення цінової стабільності й фінансової стійкості банківського сектора. Вона безпосередньо пов'язана з рівнем інфляції, а саме відповідає за збереження її низьких і стабільних темпів.

Дослідження особливостей монетарної політики України зустрічається в наукових працях багатьох учених, серед яких Л. М. Матросова, Т. П. Богдан, Н. Г. Гребенник, Ж. М. Довгань, О. В. Дзюблюк, О. О. Перепьолкіна, О. В. Ридзевська, С. С. Сумська, О. В. Крилова, М. В. Штань, Л. М. Сегеда, М. Ю. Ананьєв, В. В. Зянько, В. В. Коровій, Ю. М. Сафонов, О. В. Ісаєва.

Це зумовлено необхідністю удосконалення теоретико-методологічних і практичних засад здійснення монетарної політики [1–10]. Монетарна політика в Україні підпорядковується Національному банку України, діяльність якого спрямована на здійснення функцій та виконання завдань, визначених Конституцією та законами держави. Законом України «Про Національний банк України» визначено пріоритетність цілей при виконанні НБУ своєї головної функції відповідно до Конституції – забезпечення стабільності грошової одиниці держави. Пріоритетом грошово-кредитної (монетарної) політики визначено досягнення та збереження цінової стабільності [1]. Її дії спрямовані на підтримання рівня інфляції в певному діапазоні, що становить приблизно 5 % з можливим відхиленням ± 1 відсотковий пункт.

Задля того, аби економіка успішно функціонувала, необхідно зосереджувати увагу на підтримці не лише цінової стабільності, а й фінансової. Таку мету визначено законодавством і для Національного банку, що є його другою за пріоритетністю ціллю. У довгостроковій перспективі стабільність національної грошової одиниці неможлива без забезпечення сталого розвитку економіки. Відповідно, третьою за пріоритетністю ціллю Національного банку є сприяння збереженню стійких темпів економічного зростання та підтримка економічної політики Уряду [1].

Існують декілька класичних інструментів монетарної політики, якими послуговується НБУ для досягнення встановлених цілей. Серед них:

- операції центрального банку на ринку державних цінних паперів;
- норма обов'язкового резервування;
- облікова ставка;
- відсоткові ставки;
- обмінний курс [2].

Сьогодні одним із головних інструментів монетарної політики в Україні є облікова ставка. Саме вона сприяє підтримці рівня інфляції в певному діапазоні та забезпеченню цінової стабільності в країні. Також зміна облікової ставки впливає на короткострокові процентні ставки за операціями на міжбанківському ринку. Це відображається на зміні процентних ставок за кредитами та депозитами, які банки пропонують для підприємств і населення. Водночас це впливає на споживання та інвестиції громадян і підприємств, а отже, і на інфляцію. Такий зв'язок між обліковою ставкою та інфляцією отримав назву «трансмисійний механізм» [3].

Облікова ставка, окрім інфляції, впливає також на валютний курс. За інших рівних умов, чим нижчою є процентна ставка у державі, тим меншу підтримку має національна валюта. Особливо яскраво це проявляється в умовах вільного руху капіталу. У разі утворення десь суттєвої розбіжності в процентних ставках «гарячі гроші» рухаються в напрямку вищої ставки, збільшують попит на місцеву валюту, а отже, посилюють її обмінний курс. Такий рух спостерігався в Україні у 2019 році, коли внаслідок високих процентних ставок у державі масивні притоки іноземного капіталу від інвесторів у гривневі ОВДП стали важливим, хоча й не вирішальним чинником зміцнення гривні [4].



Якщо порівнювати облікову ставку та середньострокову інфляційну ціль, то ці показники дещо відрізняються один від одного. Інфляційну мету Нацбанк задекларував ще в 2015 році, яка незмінна й до сьогодні. [5] Вона становить $5\% \pm 1$ відсотковий пункт, натомість облікова ставка змінюється кожного року й навіть декілька разів на рік. Більш детальна інформація відображена в табл. 1, у якій подано інформацію про те, як змінювалась облікова ставка впродовж 2018–2021 рр.

Проаналізувавши дані, які в ній наведено, можна побачити, що за останні три роки відбулись кардинальні зміни облікової ставки. Якщо порівняти 2019 та 2020 роки, то стає помітним, що вона зменшилася в 2–3 рази. Це пов'язано з низьким рівнем інфляції, адже коли вона падає, Нацбанк також знижує розмір облікової ставки, стимулюючи кредитування та розвиток економіки, інвестиції у виробництво та споживання [6].

Таблиця 1

Динаміка облікової ставки в Україні впродовж 2018–2021 рр. [7]

Період	Облікова ставка, % річних
2021	
з 05.03	6,5
з 22.01	6,0
2020	
з 11.12	6,0
з 23.10	6,0
з 04.09	6,0
з 24.07	6,0
з 12.06	6,0
з 24.04	8,0
з 13.03	10,0
з 31.01	11,0
2019	
з 13.12	13,5
з 25.10	15,5
з 06.09	16,5
з 19.07	17,0
з 07.06	17,5
з 26.04	17,5
з 15.03	18,0
з 01.02	18,0
2018	
з 14.12	18,0
з 26.10	18,0
з 07.09	18,0
з 13.07	17,5
з 25.05	17,0
з 13.04	17,0
з 02.03	17,0
з 26.01	16,0

Якщо говорити про вплив монетарної політики на економіку держави, то він проявляється не відразу. Це обумовлено певними факторами. Економіка країни є складним, агрегованим явищем, яке складається з безлічі елементів і чинників, а тому й механізм впливу грошово-кредитної політики на неї, так званий трансмісійний механізм, не може бути простим.

По-перше, ринкові ставки (за банківськими кредитами та депозитами, дохідності облігацій внутрішньої державної позики) визначаються учасниками ринку та реагують на ключову ставку не відразу.



По-друге, підприємствам і домогосподарствам потрібен час для того, аби змінити свої інвестиційні та споживчі рішення, які впливають на внутрішній попит. Те саме можна сказати й про фінансових інвесторів, їхні валютні позиції та відповідний впливу на обмінний курс. На цінах зміни попиту та обмінного курсу також позначаються лише згодом. Наприклад, низька ставка сьогодні сприятиме економічному зростанню та інфляції вже наступного року. Це говорить про те, що тенденції потрібно бачити наперед, а для виправлення помилок потрібен час [8].

На монетарну політику України на сучасному етапі її розвитку значний вплив має ситуація, яка склалася у світі. Наразі грошово-кредитна політика НБУ залежить саме від розвитку ситуації з поширенням COVID-19. Ставка дисконту в 6,5 %, яка була ухвалена НБУ на останньому засіданні 5 березня 2021 року, спрямована на забезпечення балансу між досягненням помірної інфляції та стимулюванням економіки. Однак якщо посиляться негативний вплив коронавірусу на внутрішній попит і ділову активність, НБУ буде готовий надати економіці додатковий поштовх для поживлення. Уряд держави повинен бути готовим до протидії економічному впливу коронавірусу [9].

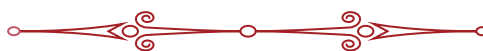
На початок 2021 року спостерігалось значне прискорення інфляції. Вона перетнула межі цільового діапазону й продовжувала збільшуватися. Це зумовлено цінами на продукти харчування й паливо. В цьому році Україна мала гірші врожаї та стрімке зростання цін на світових товарних ринках на тлі динамічного відновлення глобальної економіки. Також продовжував посилюватись інфляційний тиск з боку країн – торговельних партнерів.

Щодо цінової динаміки, то в ній продовжують відображатися ефекти від минулорічного послаблення гривні. Ураховавши всі ризики, суттєве посилення фундаментального інфляційного тиску впродовж останніх місяців, Правління НБУ підвищило облікову ставку до 6,5 %. Однак НБУ готовий до більш рішучого підвищення облікової ставки задля обмеження фундаментального інфляційного тиску, стабілізації очікувань та приведення інфляції до цілі. [10]

Висновок. Підсумовуючи вищевикладене, можна зробити висновок, що монетарна політика України повинна враховувати всі актуальні ризики, які можуть позначитися на економічному становищі держави, і на які вона має змогу вплинути. Також в умовах поширення COVID-19 необхідно створити певну стратегію монетарної політики, яка передбачатиме зниження ставки дисконтування, вливання додаткових коштів на ринок тощо.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пивавар І. В.

Література: 1. Докладніше про цілі монетарної політики. URL: <https://bank.gov.ua/ua/monetary/about/targets>. 2. Інструменти монетарної політики. URL: <https://bank.gov.ua/ua/monetary/tools>. 3. Про монетарну політику. URL: <https://bank.gov.ua/ua/monetary/about>. 4. Коробкова О. Інструменти монетарної політики: що на що впливає? // Юридична Газета. URL: <https://yur-gazeta.com/publications/practice/bankivske-ta-finansove-pravo/instrumenti-monetary-politiki-shcho-na-shcho-vplivae.html>. 5. Річна інфляція в Україні сповільнилася до 2,4 % // LB.ua. URL: https://lb.ua/economics/2020/03/10/452139_godovaya_inflyatsiya_ukraine.html. 6. Що означає зниження облікової ставки до 17 %? Максимально коротко // Громадське телебачення. URL: <https://hromadske.ua/posts/sho-oznachaye-znizhennya-oblikovoyi-stavki-do-17-maksimalno-korotko>. 7. Облікова ставка Національного банку. URL: <https://bank.gov.ua/ua/monetary/stages/archive-rish>. 8. Монетарна політика з точки зору економіста Національного банку України. URL: <https://voxukraine.org/uk/monetary-politika-z-tochki-zoru-ekonomista-natsionalnogo-banku-ukrayini/>. 9. Оганесян М. М., Дмитренко О. В. Монетарна політика держави в умовах рецесії. *Бізнес Інформ*. 2020. № 11. С. 356–361. 10. Національний банк України підвищив облікову ставку до 6,5 %. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/natsionalniy-bank-ukrayini-pidvischiv-oblikovu-stavku-do-65>.





ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ФІНАНСОВИЙ СТАН КОМУНАЛЬНОГО НЕКОМЕРЦІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

УДК 336.13:614.2

Миськів А. П.

Студент 4 курсу
факультету фінансів і обліку ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто основні фактори впливу на фінансовий стан комунального некомерційного підприємства. Представлено розрахунки показників внутрішніх і зовнішніх факторів впливу на діяльність медичного закладу. Реалізовано методичний підхід для кількісної оцінки чинників фінансового стану закладу охорони здоров'я.

Ключові слова: внутрішні фактори, зовнішні фактори, фінансовий стан, медичний заклад, регресійний аналіз, економічний аналіз.



Annotation. The main factors influencing the financial condition of a municipal non-profit enterprise are considered. Calculations of indicators of internal and external factors influencing the activity of a medical institution are presented. The methodical approach for a quantitative estimation of factors of a financial condition of a medical institution is realized.

Keywords: internal factors, external factors, financial condition, medical institution, regression analysis, economic analysis.



Діяльність будь-якого підприємства постійно піддається впливу різноманітних факторів і невизначених чинників, зумовлених зростанням економічної турбулентності, провадженню реформ або нестабільністю політичної ситуації в країні. Це може призвести як до позитивних, так і до негативних змін. Дослідження факторів і аналіз причин, що спричиняють появу негативних тенденцій і явищ у розвитку закладу охорони здоров'я є необхідністю, адже, за даними Державної служби статистики України, у період січень-вересень 2020 р. третина суб'єктів господарювання означено галузі (33 %) мала від'ємний фінансовий результат.

Значний внесок у розвиток методичних підходів до аналізу фінансово-господарської діяльності медичних установ зробили такі вчені, як Альошин С. М., Баканов М. І., Барнгольц С. Б., Голядченко О. М., Грищенко А. О., Каракоз І. І., Кузьмінський А. М., Малов Н. І., Мельничук Г. М., Мних Є. В., Накатис Я. А., Рудень В. В., Самборський В. І., Сопко В. В., Стражев В. І., Чумаченко М. Г., Шеремет А. Д. Водночас питання аналізу факторів, що впливають на фінансовий стан закладу охорони здоров'я, вимагає подальшого дослідження.

Метою статті є дослідження факторів впливу на фінансовий стан комунального некомерційного підприємства охорони здоров'я.

Оскільки діяльність лікарні нерозривно пов'язана з оточуючим середовищем, то постає питання аналізу факторів, що впливають на її фінансовий стан. Фактори – це, з одного боку, умови здійснення господарських процесів, а з іншого – причини, що впливають на ці процеси.

Найбільш доцільно розглянути зовнішні та внутрішні фактори, що впливають на фінансовий стан комунального некомерційного закладу (КНЗ) охорони здоров'я, оскільки до їх складу належить решта факторів. До зовнішніх факторів відносяться такі, на які підприємство не може впливати або цей вплив може бути незначним (рис. 1) [1].

До внутрішніх факторів належать ті, що безпосередньо залежать від форм, методів та організації роботи в самій медичній установі. Внутрішні чинники, які впливають на фінансовий стан установи, можна поділити на якісні та кількісні.

Останнім часом все більше уваги приділяється ефективності охорони здоров'я. Ефективність охорони здоров'я, його служб і окремих заходів вимірюється сукупністю критеріїв і показників, кожний з яких характе-



ризує деяку сторону процесу медичної діяльності. Визначення показників ефективності охорони здоров'я – досить складна проблема, оскільки на різних рівнях надання медичних послуг можуть бути свої пріоритети [2].

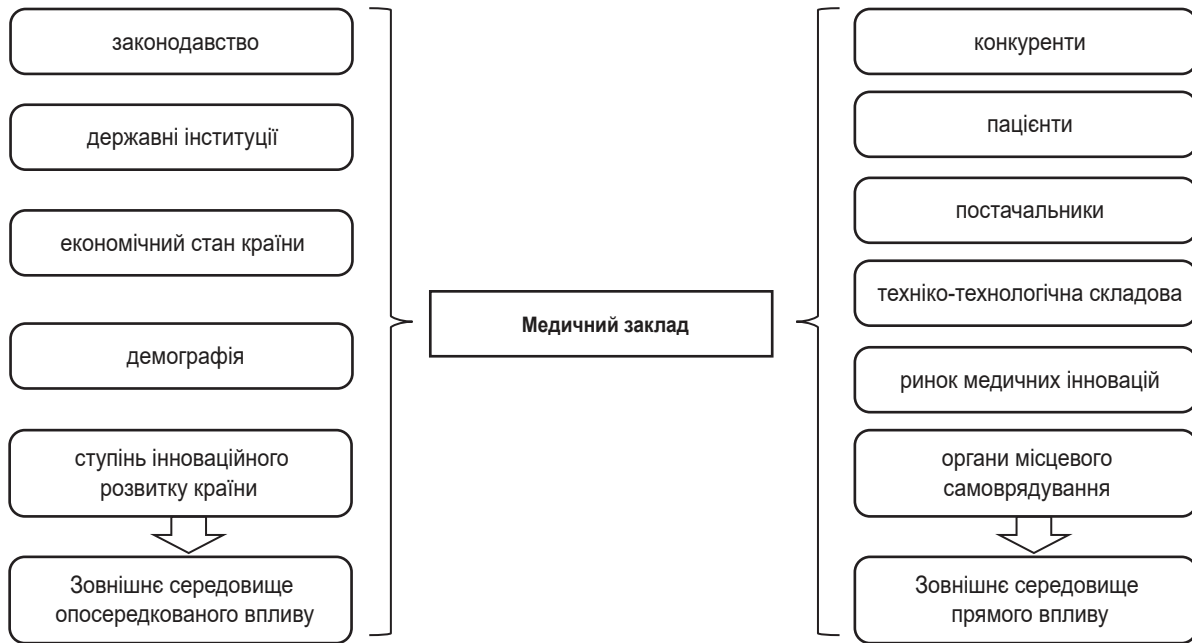


Рис. 1. Чинники зовнішнього середовища, що впливають на діяльність медичного закладу

Розрахунок економічної ефективності пов'язаний з пошуком найбільш економічного використання наявних ресурсів. Цей показник є необхідною складовою в оцінці функціонування системи охорони здоров'я в цілому, окремих її підрозділів і структур, а також економічним обґрунтуванням заходів щодо охорони здоров'я населення.

Економічний аналіз діяльності медичних установ проводиться за такими напрямками: використання основних фондів; ефективність використання ліжкового фонду; ефективність використання медичного обладнання; оцінка фінансових витрат; використання медичного та іншого персоналу – це є внутрішніми факторами впливу на діяльність медичного закладу.

Аналіз використання основних фондів лікувального закладу включає в себе розрахунок таких показників, як: коефіцієнт оновлення основних фондів, коефіцієнт вибуття основних фондів, коефіцієнт зносу основних фондів і коефіцієнт придатності основних фондів – для оцінки процесу оновлення основних фондів. Для оцінки використання основних фондів розраховують такі показники: фондоддачі, фондомісткості, фондоозброєності. Динаміку показників технічного стану й інтенсивності руху основних засобів в комунальному некомерційному підприємстві на прикладі «Павлоградська централь районна лікарня» наведено на рис. 2.

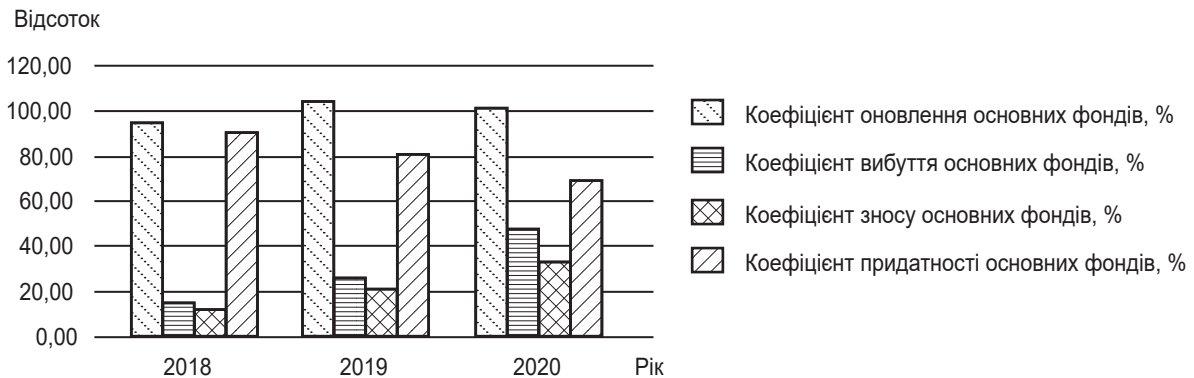


Рис. 2. Динаміка показників технічного стану й інтенсивності руху основних засобів у КНЗ «Павлоградська центральна районна лікарня»



Дані рис. 2 свідчать, що фондівдача, яка характеризує ефективність використання основних фондів, у 2019 році зменшилась на 1,04 грн проти 2018 року та на 3,39 грн у 2020 р. порівняно з 2019 р., що було спричинено тим, що вартість основних засобів зростала значно більшими темпами, ніж чистий дохід від реалізації продукції / послуг. Відповідно, зросла фондомісткість на 0,04 грн у 2020 році порівняно з 2018 р. Стосовно фондоозброєності, то слід зазначити, що цей показник також зріс за період дослідження на 137,84 у 2020 р.

Динаміку змін показників ефективності використання основних засобів комунального некомерційного підприємства наведено на рис. 3.

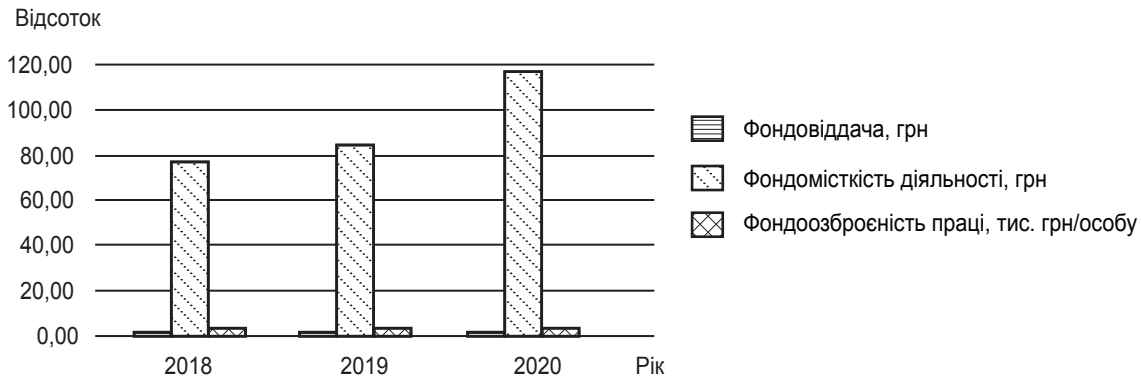


Рис. 3. Динаміка змін показників ефективності використання основних засобів КНЗ «Павлоградська центральна районна лікарня»

Також для оцінювання використання виробничого потенціалу слід розрахувати показники зарплатовіддачі та зарплатомісткості лікарні.

Зарплатомісткість характеризує суму витрат на оплату праці, що міститься в сумі витрат на виробництво (реалізацію) одиниці продукції. Зарплатовіддача як економічна категорія характеризує вартість виконаних робіт, що припадає на 1 грн (табл. 1).

Таблиця 1

**Показники використання виробничого потенціалу
КНЗ «Павлоградська центральна районна лікарня»**

Показник	Роки			Темп приросту, %	
	2018	2019	2020	2019/2018	2020/2019
Зарплатовіддача, грн/грн	3,07	3,53	1,57	12,90	-125,18
Зарплатомісткість, грн/грн	325,28	283,33	637,99	-14,80	55,59

Аналізуючи показники таблиці, можна помітити, що зарплатовіддача у 2020 р. порівняно з 2019 р. зменшилась на 125,18 %, а зарплатомісткість зросла на 55,59 %, що свідчить про наявність перевитрат на оплату праці. Така тенденція є негативною динамікою, оскільки у 2017–2018 рр. спостерігались інші тенденції.

Загалом слід зазначити, що основні засоби на підприємстві використовуються неефективно: рівень зносу основних засобів >0,8, що є критичним рівнем, і з кожним роком цей показник зростає; коефіцієнт придатності основних засобів зменшується у динаміці, що є негативною тенденцією; коефіцієнт вибуття медичного закладу збільшується, що свідчить про вилучення з майна підприємства спрацьованих і застарілих основних засобів, що є нормою для специфіки діяльності комунального некомерційного підприємства; коефіцієнт оновлення основних засобів лікарні зростає у динаміці та за своїм значенням перевищує коефіцієнт вибуття, що розцінюється позитивно, крім того, для підприємств з високим показником зносу основних засобів коефіцієнт оновлення має бути особливо значним, що забезпечить поліпшення технічного стану засобів у перспективі.

Серед чинників зовнішнього середовища, що впливає на діяльність медичного закладу, є фінансування галузі охорони здоров'я. Впроваджена реформа у сфері охорони здоров'я передбачає зміни принципів фінан-



сування медичних установ, якщо до реформи державні лікарні фінансувалися із бюджету, то відтепер вони можуть мати декілька джерел фінансування, отримувати як бюджетні кошти, так і кошти фізичних і юридичних осіб [3].

Основними джерелами отримання грошових коштів є виплати за договорами про медичне обслуговування населення, виплати з місцевого бюджету в рамках цільових програм чи шляхом надання фінансової підтримки. На рис. 4. Наведено динаміку фінансування галузі охорони здоров'я місцевим бюджетом базового рівня.

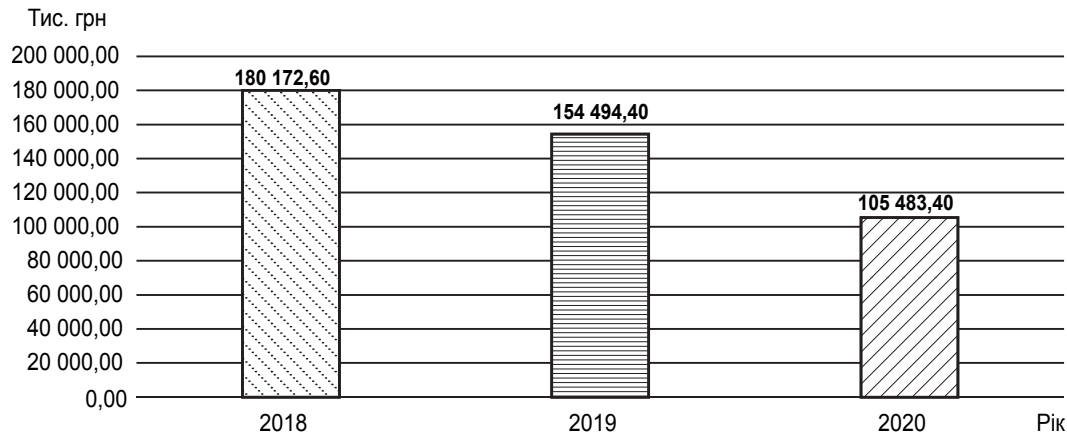


Рис. 4. Динаміка витратків на виконання бюджетних програм у галузі охорони здоров'я місцевим бюджетом базового рівня Павлоградської області

Як видно з рис. 4, сума витратків на виконання бюджетних програм у галузі охорони здоров'я щорічно зменшується. Так, у 2019 році ця сума зменшилась на 25878,20 тис. грн порівняно з 2018 роком, а у 2020 році – на 49011,0 тис. грн, або 31,7 %, у зв'язку з реформуванням галузі, скороченням вакантних штатних посад і реорганізацією установ охорони здоров'я.

Щодо структури витрат: на оплату праці протягом аналізованого періоду припадає найбільша частка витрат >70 % у 2018–2019 роках та 42,6 % – у 2020 році (рис. 5). Обсяг витрат на харчування хворих, оплату комунальних послуг, на бюджет розвитку зростає, а на оплату праці, навпаки, – збільшується на кінець періоду.

Розглянувши фактори впливу на діяльність комунального комерційного підприємства, доцільно провести регресійний аналіз для оцінки залежності інтегрального показника фінансового стану підприємства, від показників зовнішнього та внутрішнього впливу.

Інтегральний рівень фінансового стану «Павлоградської центральної районної лікарні» розрахований за методом таксономії [4] з використанням часткових показників ліквідності, фінансової стійкості, використання основних засобів.

Оцінювання впливу факторів проводиться методом регресійного аналізу. Регресійний аналіз – це статистичний метод дослідження, що дозволяє показати залежність того чи іншого параметра від однієї або декількох незалежних змінних. Результат аналізу дозволяє виділяти пріоритети. І, спираючись на головні чинники, спрогнозувати та спланувати розвиток пріоритетних напрямків, приймати управлінські рішення. Вхідні дані для регресійного аналізу подано в табл. 2.

Значення показників X – незалежні змінні, змінні, які використовуються для моделювання або прогнозування значень залежних змінних.

Залежна змінна (Y) – це залежна змінна, описує значення коефіцієнта таксономії – інтегрального показника фінансового стану лікарні.

За даними рис. 6 видно, що коефіцієнт детермінації R -квадрат дорівнює 1, отже, на 100 % параметри моделі пояснюють залежність досліджуваної змінної – Y від досліджуваних факторів – X .

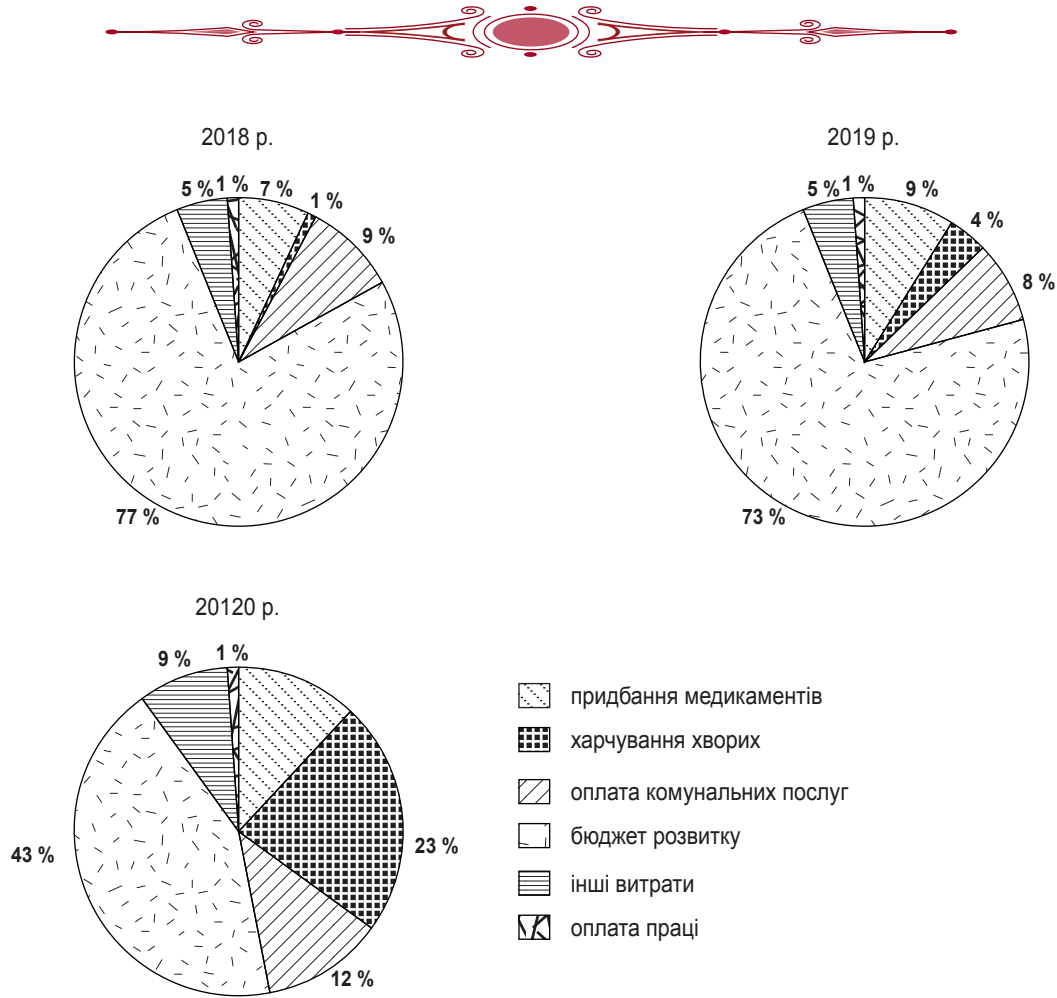


Рис. 5. Структура використання бюджетних асигнувань Павлоградської міської ради за 2018–2020 рр.

Таблиця 2

Вхідні дані для проведення аналізу факторів

Показник		Період			
		2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.
Видатки на виконання бюджетних програм у галузі охорони здоров'я, тис. грн	X1	202,35	180,17	154,49	105,48
Зарплатомісткість	X2	456,10	325,28	283,33	637,99
Матеріальні витрати, тис. грн	X3	7032,01	7046,03	7027,35	7021,51
Доходи, тис. грн	X4	30255,69	30054,88	29520,25	20386,65
Матеріаловіддача	X5	4,32	4,27	4,20	2,90
Матеріаломісткість діяльності	X6	0,21	0,23	0,24	0,34
Зарплатовіддача	X7	3,02	3,07	3,53	1,57
Фондовіддача	X8	0,01	-0,01	0,01	0,01
Фондомісткість діяльності	X9	78,25	77,37	84,15	117,79
Фондоозброєність праці	X10	4117,09	4228,12	4516,36	4365,96
Вартість ліжко-дня денного стаціонару	X11	0,55	0,49	0,67	0,82
Вартість ліжко-дня звичайного ліжка	X12	10,25	13,09	19,40	33,85
Коефіцієнт таксономії	Y	0,06	0,15	0,25	0,31



	A	B	C	D	E	F	G	H	I
2									
3	Регрессионная статистика								
4	Множественный R	1							
5	R-квадрат	1							
6	Нормированный R-квадрат	65535							
7	Стандартная ошибка	0							
8	Наблюдения	4							
9									
10	Дисперсионный анализ								
11		df	SS	MS	F	Значимость F			
12	Регрессия	12	0,036475	0,003039583	#ЧИСЛО!	#ЧИСЛО!			
13	Остаток	0	0	65535					
14	Итого	12	0,036475						
15									
16		Коэффициенты	Стандартная ошибка	t-статистика	P-значение	Нижние 95%	Верхние 95%	Нижние 95,0%	Верхние 95,0%
17	Y-пересечение	0,559428431	0	65535	#ЧИСЛО!	0,559428431	0,559428431	0,559428431	0,559428431
18	Переменная X 1	-4,21505E-06	0	65535	#ЧИСЛО!	-4,21505E-06	-4,215E-06	-4,21505E-06	-4,21505E-06
19	Переменная X 2	0	0	65535	#ЧИСЛО!	0	0	0	0
20	Переменная X 3	-1,88333E-08	0	65535	#ЧИСЛО!	-1,88333E-08	-1,8833E-08	-1,88333E-08	-1,88333E-08
21	Переменная X 4	1,60609E-08	0	65535	#ЧИСЛО!	1,60609E-08	1,60609E-08	1,60609E-08	1,60609E-08
22	Переменная X 5	0	0	65535	#ЧИСЛО!	0	0	0	0
23	Переменная X 6	0	0	65535	#ЧИСЛО!	0	0	0	0
24	Переменная X 7	0	0	65535	#ЧИСЛО!	0	0	0	0
25	Переменная X 8	0	0	65535	#ЧИСЛО!	0	0	0	0
26	Переменная X 9	0	0	65535	#ЧИСЛО!	0	0	0	0
27	Переменная X 10	0	0	65535	#ЧИСЛО!	0	0	0	0
28	Переменная X 11	0	0	65535	#ЧИСЛО!	0	0	0	0
29	Переменная X 12	0	0	65535	#ЧИСЛО!	0	0	0	0

Рис. 6. Результати проведення регресійного аналізу в середовищі MS Excel

Таким чином, рівняння моделі залежності рівня фінансового стану закладу охорони здоров'я «Павлоградська центральна районна лікарня» від факторів, що на нього впливають, має вигляд:

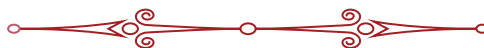
$$Y = 0,559 - 4,215 \times 10^{-6} \times X_1 - 1,883 \times 10^{-8} \times X_3 + 1,606 \times 10^{-8} \times X_4.$$

Вагомість впливу фактора X_1 (видатки на виконання бюджетних програм в галузі охорони здоров'я) на Y складає $-4,215 \times 10^{-6}$, тобто видатки на виконання бюджетних програм у галузі охорони здоров'я в межах цієї моделі негативно впливають на індикатор фінансового стану, тобто чим більше видатків на виконання бюджетних програм в галузі, тим менше інтегральний показник. Вплив фактора X_3 – негативний, тобто відповідно до моделі збільшення матеріальних витрат сприятиме зниженню величини інтегрального показника фінансового стану. Отримана модель показує, що збільшення доходів лікарні (фактор X_4) сприятиме зростанню інтегрального показника.

Проведений регресійний аналіз дав змогу виділити основні чинники зовнішнього та внутрішнього впливу на фінансовий стан комунального некомерційного підприємства на прикладі КНЗ «Павлоградська центральна районна лікарня». Отримані результати формують підґрунтя для подальших досліджень, які мають бути присвячені розробці практичних рекомендацій щодо покращення фінансового стану досліджуваного суб'єкта господарювання.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Лелюк С. В.

Literature: 1. Іванілов О. С. Економіка підприємства : підручник. Київ : Центр учб. літ., 2009. 728 с. 2. Столяров С. А. Краткий курс экономики здравоохранения. Барнаул, 2005. 260 с. 3. Розробка та затвердження фінансового плану. Звітність КНП. URL: <https://sorada.gov.ua/images/stories/galleries/2020/20200123-act2/sorada.gov.ua-0123-03.pdf>. 4. Сабліна Н. В. Использование метода таксономии для анализа внутренних ресурсов предприятия. *Бизнес Информ*. 2009. № 3. С. 78–82. 5. Портна О. В. Практичні проблеми фінансування охорони здоров'я в Україні. *Вісник Харківського політехнічного інституту*. 2012. № 45. С. 140. 6. Чередніченко Т. В. Роль економічного аналізу діяльності медичних закладів за сучасних умов управління. *Економіка та підприємництво*. 2002. № 9. С. 181–184. 7. Чередніченко Т. В. Вдосконалення аналізу обсягу функціонування лікувальних установ. *Економіка: проблеми теорії і практики*. 2003. № 180. С. 46–49.





ЗАХОДИ З ОПТИМІЗАЦІЇ РУХУ ГРОШОВИХ КОШТІВ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 330.322

Мізітова Д. Е.

Студент 4 курсу
факультету фінансів і обліку ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті визначено сутність поняття оптимізації грошових потоків та розглянуто заходи й етапи оптимізації руху грошових коштів підприємства. Проаналізовано вкладення власних коштів підприємств на депозитні рахунки в банках із виплатою відсотків як метод оптимізації грошових потоків.

Ключові слова: оптимізація грошових потоків, рух грошових коштів, етапи оптимізації грошових потоків, збалансованість обсягів грошових потоків.



Annotation. The article defines the essence of the concept of cash flow optimization and considers measures and stages of optimization of cash flow of the enterprise. The investment of own funds of enterprises in deposit accounts in banks with interest payments as a method of cash flow optimization is analyzed.

Keywords: cash flow optimization, cash flow, stages of cash flow optimization, cash flow balance.



Повсякчасно гроші є джерелом забезпечення життєдіяльності будь-якого суб'єкта. Рационально сформовані й ефективно використані в процесі реалізації фінансових відносин, вони створюють потенціал розвитку. Дефіцит грошових коштів, обмежена поточна й інвестиційна діяльність призводять до незбалансованості грошових потоків, надмірної тривалості фінансових циклів, обмеженості використання фінансових інструментів. Процес оптимізації рухом грошових коштів є дієвим інструментом забезпечення життєдіяльності суб'єкта господарювання і відіграє важливу роль в ефективності управління та функціонування.

Питаннями, пов'язаними з оптимізацією грошових потоків підприємств займаються багато вітчизняних і зарубіжних учених, серед яких: І. Бланк, М. Білик, О. Демініна, Л. Добрик, Г. Крамаренко, Г. Семенов, В. Бугай, Ю. Єрешко, Л. Лахтіонова, Г. Савицька, О. Олійник та інші. Незважаючи на значні здобутки авторів, постійна зміна методів, стилів і прийомів управління діяльністю підприємствами, модернізація інструментів і засобів досягнення їх розвитку вимагають узагальнення існуючого досвіду управління рухом грошових коштів та адаптації нового.

Метою статті є розгляд, узагальнення та систематизація методичних підходів та етапів процесу оптимізації руху грошових коштів підприємства.

У сучасній вітчизняній науці наявні два підходи до проблеми оптимізації грошових потоків підприємства, розроблених І. Бланком, Л. Лігоненко і Г. Ситник [1; 2]. Обидві теорії говорять про такі напрямки оптимізації, як збалансування й синхронізація надходжень і видатків грошових коштів, але є основна відмінність, що полягає у визначенні третього напрямку – максимізації чистого грошового потоку чи, навпаки, вирівнюванні вхідних і вихідних потоків.

Збалансування обсягів грошових коштів потрібне для забезпечення відповідності між обсягами позитивного та від'ємного грошових потоків. Синхронізація надходжень полягає у забезпеченні узгодженості позитивного та від'ємного грошових потоків у часі з метою підтримання необхідного рівня платоспроможності та зменшення резервного запасу грошових коштів. Вирівнювання грошових потоків необхідне для згладжування їх обсягів у розрізі окремих інтервалів досліджуваного періоду.

Оптимізація грошових потоків – це процес вибору найкращих форм їх організації на підприємстві з урахуванням умов і особливостей здійснення його господарської діяльності [3]. За її допомогою виявляються та реалізуються резерви, які допомагають мінімізувати залежність підприємства від залучення коштів із зовнішніх джерел.



Вони також забезпечують баланс між обсягами грошових потоків, взаємозв'язок між усіма їх видами (операційної, фінансової та інвестиційної); підвищують якість надходжень чистого грошового потоку.

Перед тим, як оптимізувати грошові потоки, треба визначити фактори, які можуть впливати на їхній обсяг і характер формування. У науковій літературі наявні підходи до визначення факторів впливу на грошові потоки окремо в розрізі видів діяльності. Зокрема, М. Бондар зазначає, що основними факторами впливу на позитивні грошові потоки операційної діяльності є: організація маркетингової діяльності; організація виробничого процесу; обсяг виручки від реалізації; рівень цін на продукцію; кредитна політика підприємства; організація закупівельної діяльності [4, с. 145].

Автор О. Щербань визначає, що факторами впливу на позитивний грошовий потік у сфері інвестиційної діяльності є: вибір інвестиційної програми підприємства; склад інвестиційного портфеля; можливість виходу із реалізації інвестиційного проекту у разі його неефективності; можливість продажу частини основних засобів і нематеріальних активів [5, с. 161].

Оптимізація грошових потоків націлена на забезпечення збалансованості обсягів позитивного та негативного грошового потоку. Тобто відсутність такої збалансованості може призвести до дефіциту чи надлишку ресурсів, що негативно впливатиме на результати діяльності підприємства.

Процес оптимізації грошових потоків відбувається у певній послідовності, основу якого складає виявлення резервів попередніх періодів та розробка заходів в напрямку досягнення балансу між вхідними та вихідними грошовими потоками:

1. Аналіз грошових потоків у попередніх періодах та оцінка їх ефективності;
2. Виявлення резервів збільшення позитивного грошового потоку та зменшення негативного грошового потоку;
3. Вивчення факторів впливу на обсяги грошових потоків в розрізі операційної, інвестиційної та фінансової діяльності;
4. Розробка основних заходів щодо досягнення балансу між вхідними і вихідними грошовими потоками;
5. Планування грошових потоків з урахуванням визначених заходів у короткостроковому та довгостроковому періодах;
6. Реалізація пропонуванних заходів та оцінка їх результатів.

На останньому етапі оптимізації забезпечується максимізація чистого грошового потоку. Вона досягається за допомогою таких заходів: зниження суми змінних і постійних витрат; проведення ефективної цінової політики, що призведе до підвищення рівня прибутковості операційної діяльності; впровадження прискореної амортизації; вибір оптимальної системи оподаткування; період амортизації використовуваних підприємством нематеріальних активів має скорочуватися; основні засоби і нематеріальні активи, що не використовуються, мають бути продані; для своєчасного та повного стягнення штрафних санкцій має бути посилена претензійна робота.

Означені заходи, передусім, впливають із потреб оптимізації операційної діяльності підприємства, включаючи фінансову та інвестиційну. І, якщо оптимізація руху грошових коштів спрямована на зниження залежності підприємства від зовнішніх джерел фінансування, що характеризує перебіг фінансової складової діяльності більшості вітчизняних підприємств, то активізація інвестиційної діяльності є тим напрямом, мета якого – забезпечити розвиток.

З огляду на це в літературі знаходимо такі методи оптимізації грошових потоків [6], які враховують результати активності, окрім операційної діяльності, інвестиційну та фінансову:

- 1) методи оптимізації за обсягами: залучення стратегічних інвесторів з метою збільшення обсягу власного капіталу, проведення додаткової емісії акцій, залучення пільгових кредитів, продаж частини фінансових інвестиційних інструментів і здавання в оренду обладнання, будівель, які не використовують;
- 2) методи оптимізації в часі: розроблення графіків податкових платежів, закупівлі сировини, матеріалів і врівноваження їх з термінами реалізації продукції, встановлення порядку проведення розрахункових операцій;
- 3) методи максимізації чистого грошового потоку: підвищення ефективності використання ресурсів та прискорення фінансового циклу підприємства.



Для більш ефективного управління грошовими коштами, які допоможуть підприємству в прийнятті рішень, виділяють такі групи методів оптимізації грошових потоків (табл. 1) [7, с. 83–95].

Таблиця 1

Оптимізаційні заходи для ефективного управління грошовими коштами

Оптимізаційні заходи	Результат впровадження
Методи максимізації чистого грошового потоку	підвищення ефективності використання ресурсів та прискорення фінансового процесу підприємства
Методи оптимізації за обсягами	залучення стратегічних інвесторів з метою збільшення обсягу власного капіталу, проведення додаткової емісії акцій, продаж частини фінансових інвестиційних інструментів та здавання в оренду обладнання, будівель, які не використовуються; залучення пільгових кредитів
Методи оптимізації в часі	розроблення графіків закупівлі сировини, податкових платежів, матеріалів та врівноваження їх з термінами реалізації продукції, встановлення порядку здійснення розрахункових операцій
Модель Баумоля	дозволяє визначити оптимальну частоту поповнення та оптимальний розмір залишку грошових коштів у складі оборотного капіталу, за яких сукупні втрати будуть мінімальними
Модель Міллера-Орра	дозволяє оптимізувати величину середнього та максимального залишків грошових активів підприємства з урахуванням обсягу його платіжного обороту та вартості обслуговування короткотермінових фінансових вкладень

Одним із найпростіших, а іноді найбезпечніших методів оптимізації руху грошових коштів підприємства може стати вкладання звільненого від використання їх обсягу у фінансові інструменти. Як результат, підвищення активності інвестиційної діяльності шляхом оптимізації їх руху.

Навіть використання пасивної стратегії управління вільними грошовими коштами може забезпечити як мінімум збереження капіталу і як максимум – його примноження. Обираючи пасивну стратегію управління грошовими коштами, підприємство заощаджує на витратах винагороди професійним учасникам фінансового ринку, оскільки питання оцінки вкладання капіталу в стабільні, невисокодохідні, але низькоризикові активи ефективно вирішуються особою, яка вже запровадила процес організації та ведення бізнесу.

Причини доцільності збереження вартості існуючого капіталу підприємства полягають у незмінному напрямі зростання рівня інфляції в країні. За оцінками експертів, у 2021 р. прогнозується зростання споживчих цін на рівні 7 %. Приблизно в цих межах коливаються середні ставки за депозитами банків для юридичних осіб (рис. 1).

Відповідно, використання такого інструменту інвестування допоможе підприємству зберегти наявний капітал від негативного впливу інфляції. Альтернативою відкриття депозитного рахунку для юридичної особи можуть стати інвестиції в облігації внутрішньої державної позики (ОВДП).

Переваги ОВДП перед депозитами в банках: високі ставки: на останньому аукціоні Мінфіну доходність ОВДП з річним терміном обігу становила 11,73 % річних, тоді як середні ставки за річними депозитами складають 8–9 %; надійність: виплата основної суми боргу і відсотків за ним гарантується державою. У 2021 році очікується, що ставки за ОВДП будуть якщо не зростати, то триматися на цих же рівнях, відповідно до того, що поступове зниження відсоткових ставок за депозитами може продовжитися [8]. Станом на поточний момент часу (травень 2021 р.) досвід використання такого інструменту юридичними особами оцінюється у розмірі 44,31 млрд грн. [9]. Середню доходність ОВДП у 2019–2021 рр. наведено на рис. 2.

Отже, обираючи один із найпростіших варіантів реалізації інвестиційної діяльності, підприємство має можливість забезпечити відповідний рівень збереження вартості вільних грошових коштів, в іншому разі їх примножити, а отже, забезпечити позитивний вхідний грошовий потік. Розширення меж інвестиційної діяльності за допомогою сучасних інструментів примноження капіталу (акції іноземних компаній, криптовалюта, нерухомість тощо) дозволять забезпечити більшу доходність за професійного підходу до реалізації цього напрямку.

Загалом існує велика кількість різних методів і моделей оптимізації грошових коштів, проте відсутня універсальна модель, яка охоплювала б усю різноманітність завдань щодо управління грошовими коштами. Ефек-

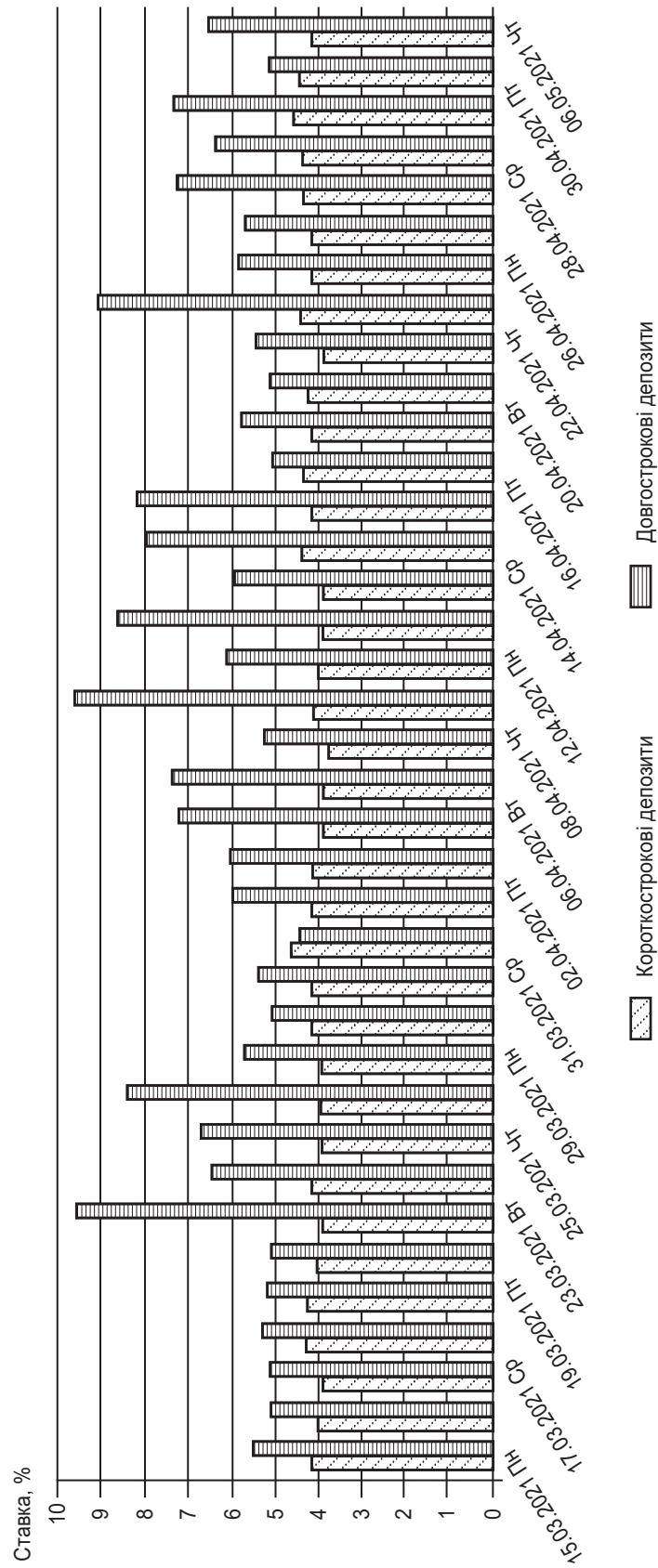


Рис. 1. Середні ставки за депозитами для юридичних осіб в Україні в національній валюті [8]

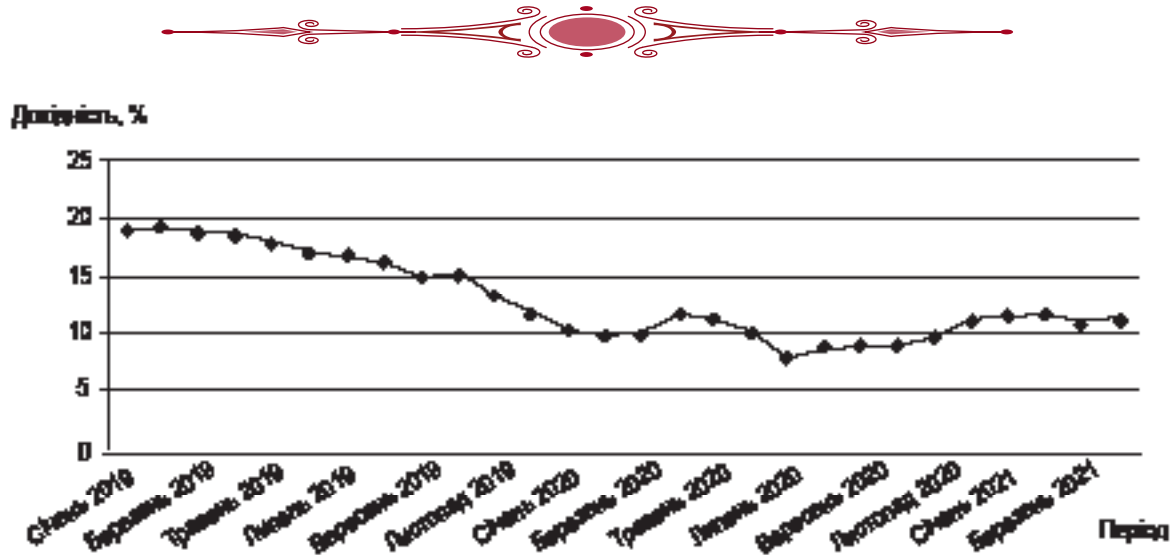


Рис. 2. Середня доходність облігацій внутрішньої державної позики в Україні [9]

тивне планування, управління та оптимізація грошових потоків сприятиме формуванню додаткових інвестиційних ресурсів для здійснення фінансових інвестицій, які є джерелом прибутку. Метою оптимізації грошових потоків підприємства є забезпечення збалансованості обсягів грошових потоків, синхронності формування грошових потоків у часі та росту чистого грошового потоку підприємства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Алексеенко І. І.

Література: 1. Бланк І. О. Управління грошовими потоками. Київ : Ніка-Центр: Ельга – Н, 2002. 736 с. 2. Лігоненко Л. О., Ситник Г. В. Управління грошовими потоками. Київ : КНТЕУ, 2005. 255 с. 3. Калина А. В., Конєва М. І., Яценко В. О. Сучасний економічний аналіз і прогнозування : навч. посіб. Київ : МАУП, 2009. 272 с. 4. Бондар М. І. Інвестиційна діяльність: методика та організація обліку і контролю. Київ : КНЕУ, 2008. 280 с. 5. Щербань О. Д. Фактори впливу на грошовий потік в сфері інвестиційної діяльності. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2015. № 52. С. 157–162. 6. Керанчук Л. С. Оптимізація грошових потоків підприємства. URL: <http://intkonf.org/keranchuk-ls-rudenko-vv-metodi-optimizatsiyi-groshovih-potokiv-pidpriemstva/>. 7. Куліш Г. П., Джус С. І. Напрями збільшення вхідних грошових потоків інвестиційної компанії. *Гроші, фінанси і кредит. Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту*. 2013. № 4 (39). С. 83–95. 8. Статистичні дані Міністерства фінансів України. URL: <https://index.minfin.com.ua/>. 9. Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/>.



ХАРАКТЕРИСТИКА МІГРАЦІЇ МІСЬКОГО ТА СІЛЬСЬКОГО НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ

УДК 314.727

Михайлюк С. Д.

Студент 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті розкрито сутність внутрішньої міграції та її характеристики. Обґрунтовано причини виникнення міграції між селом і містом, наведено статистичні дані, які відбивають ситуацію з внутрішньою міграцією в Україні. Розкрито питання міграційної політики в державі та національного законодавства щодо управління міграцією. Зроблено висновки та надано рекомендації щодо подальшого управління міграцією.

Ключові слова: міграція, внутрішня міграція, міграційні процеси, національне законодавство, міграційна політика.



Annotation. The article reveals the essence of internal migration and its characteristics. The reasons for the migration between the village and the city are substantiated; the statistical data reflecting the situation on internal migration in Ukraine are given. The issues of migration policy in the state and national legislation on migration management are revealed. Conclusions were made and recommendations for further migration management were provided.

Keywords: migration, internal migration, migration processes, national legislation, migration policy.



Актуальність теми дослідження. З самого початку існування людство прагне до кращого життя, що, своєю чергою є рушійною силою для освоєння нових територій, яке по завершенню призведе до повного заселення земної кулі. Переселення народів відбиває не тільки потреби людства у підних умовах життя, а й недоліки попередніх місць проживання. На сучасному етапі розвитку цей процес отримав назву міграція, і вона обумовлює значну частину проблем в економіці держав.

Значний внесок у дослідження міграційних процесів здійснювали як зарубіжні, так і вітчизняні вчені: Н. О. Лиховід, І. І. Магомедсултанов, М. О. Мамедбекова, О. А. Малиновська, О. В. Іванісов, Х. Ф. Агавердієва, І. З. Танчин, Л. Л. Рибаківський, В. І. Переведенцев.

Мета дослідження – проаналізувати динаміку внутрішньої міграції в Україні та зростання чисельності міського населення; виявити причини, характерні риси та наслідки різних видів внутрішньої міграції.

Задача цієї роботи полягає у дослідженні динаміки та характеристик внутрішньої міграції та розробленні рекомендацій щодо управління міграційними процесами в Україні.

Міграція населення надзвичайно широке поняття, яке містить у собі багато значень, що відрізняються один від одного залежно від досліджуваних явищ і напрямів дослідження. Так, на думку різних учених, поняття «міграція» має своє унікальне значення відносно галузі, де вченим проводиться вивчення та дослідження такого процесу. І. З. Танчин вважає, що міграція – соціальне явище, і дає таке визначення: це процес зміни постійного місця проживання індивідів чи соціальних груп: переміщення в інший регіон країни або в іншу країну. Міграцією є також переїзд для проживання із села в місто і навпаки [1, с. 223].

На думку Л. Л. Рибаківського, міграцію населення можна визначити як фактичне переміщення (переселення), а мобільність (рухливість) – як здатність або готовність до міграції, а не саме переміщення [2]. У більш вузькому розумінні це поняття можна зустріти у такому значенні: це сукупність таких переміщень людей, які нерозривно пов'язані зі зміною місця проживання [3, с. 9]. А економічна енциклопедія надає таке визначення «міграції»: це переміщення людей, етносів, їхніх частин або окремих представників, пов'язане із зміною постійного місця проживання або з поверненням до нього [4, с. 385].

На думку автора, найбільш повно це поняття характеризується таким визначенням. Міграція населення – це переміщення населення через кордони держави або її територіальні одиниці, пов'язані зі зміною місця



проживання. Зараз вона є проявом глобалізації, має об'єктивний характер та її майже не можливо зупинити. Чим далі буде розвиватися суспільство, тим більше будуть масштаби міграції. Зокрема, на неї вплинуть такі причини: активне та мобільне населення впродовж життя буде неодноразово змінювати місце проживання, цифровізація економіки, розширення транснаціональних корпорацій, розміщення виробництва в інших країнах, ніж місцеперебування головного офісу, спрощення процедури перетину кордону й інше [5].

Сучасні міграційні процеси суттєвіше впливають на соціально-економічний розвиток населення, соціокультурний та політичний простір, навіть порівняно з «Великим переселення народів». Адаже змінились не тільки природа і умови міграції (існує нерівномірність поширення, міграційні потоки відрізняються за швидкістю та інтенсивністю тощо), а і її спрямування – вона набула доцентрованого характеру [6].

Нині міграція найчастіше пов'язана з економічними чинниками, такими як: бажання отримувати більший заробіток і наступне покращення якості життя, однак важливо зазначити, що переселення також може бути викликано збройними конфліктами, техногенними та екологічними катастрофами та переслідуваннями через релігію, колір шкіри, орієнтацію.

На етапі сучасного розвитку людства можна виокремити такі тенденції міграції населення: глобалізація міграційних процесів; якісні зміни потоків переселення; переважання трудової міграції; збільшення нелегальної міграції та розширення географії вимушеної міграції [7].

Міграція поділяється за напрямом на зовнішню (переселення за межі держави) та внутрішню (переміщення в межах однієї держави). Остання, своєю чергою, поділяється на міграцію міського та сільського населення.

Внутрішня міграція – це територіальне переміщення населення, яке пов'язане з перетинаннями внутрішніх кордонів адміністративно-територіальних одиниць, економічно-географічних районів, населених пунктів та інше з метою зміни постійного місця проживання або тимчасового перебування для здійснення навчання або трудової діяльності. Традиційно вона виражається у переміщенні сільських жителів до міст, що обумовлено різницею у матеріальному становищі. Чинники, які впливають на міграцію, можна поділити на дві групи [8]:

- притягуючі – спонукають переселятися в регіони, де якість життя вища, ніж у регіоні проживання;
- виштовхуючі – обставини, які унеможливають подальше проживання в регіоні.

Внутрішня міграція не менш важлива для економічного та соціального розвитку, ніж зовнішня. Хоча вона не впливає на чисельність і склад населення, проте змінює його розміщення, статево-вікову структуру в окремих регіонах, які призведуть до регіональних відмінностей, поглиблення процесів індустріалізації, урбанізації та депопуляції села. Але важливо зазначити, що позитивні наслідки також присутні: підвищується дохід домогосподарств, зменшується бідність, здобувається новий досвід та знання, а країна не втрачає трудовий та інтелектуальний потенціал [9].

Найпоширенішим перерозподілом населення в країні є міграція між містом і селом. Упродовж тривалого часу з села виїжджали люди до міст, так можна виокремити декілька періодів міграції [10]:

- у 1960–1980-х рр. сільське населення України скорочувалося на 150-250 тис. щорічно;
- на початку 90-х років в умовах економічної кризи перехідного періоду рух мігрантів до міст уповільнився, а зворотний потік інтенсифікувався;
- у 1992–1996 рр. сальдо міграції між містом і селом склалося на користь останнього – +141,5 тис. осіб;
- з другої половини 1990-х рр. міграційні потоки врівноважилися та відновився відтік населення з села до міст, який триває і до нині.

Спрямованість людей до міст призвела до знелюднення віддалених сільських місцевостей та зростання частки міського населення. Так, згідно зі статистикою у 1990-х роках щорічно в середньому зникало 11 сіл, а в 2001–2019 рр. зникало 19 сіл з карти України. А у містах, за даними перепису 1989 року, проживало 66,7 % українців, за переписом 2001 року – 67,2 %, а станом на 1 січня 2019 року – 71,1 % населення України [11].

Найчастіше мешканці сіл і малих міст мігрують до великих міст, тим самим вони збільшують концентрацію населення у міських агломераціях. Це призводить до зростання техногенного забруднення, загострення транспортних і житлово-комунальних проблем і потреб у інфраструктурі перероблювання чи заховання відходів.

Можна виокремити такі характерні риси міграції в Україні:



- висока концентрація мешканців, які прибули з сіл і малих міст, у великих містах та економічних центрах;
- домінування переміщень «місто-місто» та «село-місто», а «місто-село» майже не спостерігається;
- причини переміщення: соціально-економічні та військові.

Вирізняють такі основні причини внутрішньої міграції населення в Україні:

- нерівномірність розміщення продуктивних сил, що призводить до суттєвих відмінностей в соціально-економічних умовах життя в селі та місті;
- структурна перебудова економіки та збільшення мобільності капіталу;
- збройний конфлікт на сході України та анексія Криму;
- різке погіршення екологічної та економічної ситуації в деяких регіонах країни.

В Україні найбільш значущими видами внутрішньої міграції є освітня, трудова і вимушена. Далі трохи детальніше розглянемо ці види міграції.

Одним із основних каналів територіального перерозподілу населення в Україні виступає внутрішня освітня міграція молоді. Насамперед спрямованість цього руху зумовлена особливостями територіального розміщення закладів вищої освіти. Наразі основні потоки студентів спрямовані до Києва, Харкова, Львова, Дніпра та Одеси [12].

На жаль, статистично вагомі обстеження з питань трудової внутрішньої міграції, на відміну від обстеження зовнішньої, не проводяться. Тому важко виокремити внутрішніх трудових від м'ягких мігрантів під час обстеження економічної активності. Такі трудові мігранти за місцем фактичного проживання та робота найчастіше не зареєстровані, що також заважає статистичному обліку внутрішньої трудової міграції. Через це для оцінки їхньої чисельності використовують непрямі методи з урахуванням даних щодо зайнятості, сплати податків, споживання харчових продуктів тощо. Але ми бачимо чітку тенденцію тяжіння міграції у напрямку столиці та регіональних центрів [9].

Цю тенденцію також підтверджує соціологічний моніторинг, який проводиться Інститутом соціології НАН України, серед тих українців, які працюють, у 2018 році кожен п'ятий мав роботу в іншому населеному пункті України. Найчастіше на це мешканці сіл і люди, які проживають в західних регіонах країни [11].

Вимушена міграція відрізняється від інших тим, що, навпаки, призводить до втрати набутого добробуту та соціального статусу, і надалі населення намагається повернути те, що вони раніше мали. За статистикою, більшість ВПО розміщено в Луганській, Донецькій, Харківській, Дніпропетровській, Запорізькій та Київській областях. Таким чином, можна побачити закономірність розміщення переселенців, адже вони переїжджають до міст, які знаходяться найближче до власних домівок.

На сьогодні в Україні існує деталізована законодавча база, яка регулює міграційні процеси. Проте варто зазначити, що основна увага приділяється зовнішній міграції (еміграції та імміграції), а внутрішня тільки згадується.

Серед низки нормативно-правових актів необхідно виокремити Концепцію державної міграційної політики [13] та Стратегію державної міграційної політики [14]. На думку автора, це найбільш амбітні та наближені до виконання наведених вище функцій нормативно-правові акти, реалізація заходів яких вплине на покращення ситуації з внутрішньою міграцією.

Вони все ж таки більше зосереджені на розв'язання питання зовнішньої трудової міграції, але деякі моменти можна використати і для внутрішньої.

Але керування міграцією можливе, як і її стримування. У довгостроковій перспективі успішна децентралізація може зменшити чисельність міграційних процесів, адже вона спрямована на підвищення рівня місцевого розвитку, якості життя в ОТГ шляхом нарощування фінансового потенціалу та його ефективного використання. За песимістичного варіанта проведення децентралізації міграційна активність тільки зростає як у бік внутрішньої, що може виникнути при позитивному варіанті розвитку подій, так і зовнішньої міграції [5].

Важливо не забувати, що є суб'єктивні причини у населення, які стримують переїзд, навіть при скрутних умовах у місці проживання.

Можна виокремити такі:

- низький добробут мешканців окремих регіонів, який завадить переїзду;



- необхідність збереження господарства;
- дефіцит і висока вартість на оренду або купівлю житла у великих містах;
- слабка система посередництва у працевлаштуванні;
- прив'язка до попереднього місця реєстрації як доступу до багатьох важливих соціальних послуг і подальша необхідність перереєстрації на місці проживання для їхнього отримання [9].

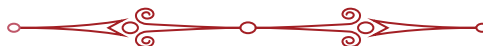
У цьому дослідженні автор виокремив поняття «міграція» шляхом аналізу вже наявних у науковій літературі визначень. Також проведено аналіз характерних рис і причин внутрішньої міграції; виявлено недоліки в управлінні міграції та надано рекомендації щодо їх розв'язання, які наведені нижче.

Отже, можна дійти висновку, що внутрішня міграція населення має значний вплив на українську економіку, політику, інфраструктуру, соціум, демографічні показники й інше.

Насамперед вона призводить до депопуляції сіл і малих міст, створення великих міських агломерацій, перенаселення територій, зростання техногенного забруднення, зміни статево-вікової структури населення, ще більшого розшарування у доходах населення та посилення урбанізації. А тому потрібно інколи змінювати вектор міграційної політики з зовнішньої на внутрішню та розв'язувати проблему переїзду населення за кордон шляхом покращення умов у середині країни. Тобто використовувати соціально-економічні важелі, щоб удосконалити умови в країні, населення натомість буде знаходити нову роботу в державі. Такі зміни можуть полягати у: реалізації ринку доступного орендного житла, удосконаленні ринку праці та посередництва при працевлаштуванні, розробленні системи реєстрації населення за місцем фактичного проживання, яка повинна бути зосереджена на соціальних послугах, що надаються тільки за місцем прописки, та спрощення умов для такої реєстрації.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Іванісов О. В.

Література: 1. Танчин І. З. Соціологія : навч. посіб. Київ : Знання, 2008. 351 с. 2. Рыбаковский Л. Л. Миграция населения. Три стадии миграционного процесса (Очерки теории и методов исследования). Москва, 2001. 113 с. 3. Переведенцев В. И. Методы изучения миграции населения. Москва : Наука, 1975. 230 с. 4. Економічна енциклопедія : у 3 т. Т. 2 / редкол.: С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. Київ : Академія, 2001. 848 с. 5. Українське суспільство: міграційний вимір : нац. доповідь. Київ : ІДСД ім. М. В. Птухи НАН України, 2018. 396 с. 6. Лиховід Н. О. Дослідження наслідків та ефектів міграційних процесів України. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2017. Вип. 4. URL: <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=1058>. 7. Іванісов О. В., Агавердієва Х. Ф., Лебединська О. С. Сучасні тенденції міграційних процесів в Україні та світі. *Економіка і фінанси*. 2018. № 1. С. 48–56. 8. Магомедсултанов И. И., Мамедбекова М. О. Миграция как один из основных факторов социальных преобразований в современный период глобализации. Махачкала : РППЭ, 2009. № 4. С. 1–17. 9. Малиновська О. А. Внутрішня міграція та тимчасові переміщення в Україні в умовах політичних та соціально-економічних загроз. *Соціальна політика*. 2015. № 17. URL: http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/vnutrishnya_migratsia-45aa1.pdf. 10. Населення України. Соціально-економічні проблеми українського села. Київ : ІДСД ім. М. В. Птухи НАН України, 2007. 11. Міграція в Україні: цифри і факти. Київ, 2019. 20 с. URL: https://iom.org.ua/sites/default/files/iom-ukraine_ukr_2019.pdf. 12. Статистична звітність // Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>. 13. Про Концепцію державної міграційної політики : Указ Президента України від 30.05.2011 № 622/2011 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/622/2011#Text>. 14. Про схвалення Стратегії державної міграційної політики України на період до 2025 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 12.07.2017. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/482-2017-%D1%80#Text>.





METHODS FOR ASSESSING THE COMPETITIVENESS OF AN ENTERPRISE

UDC 650.18

K. Mishnova

Undergraduate 2 years of study
of the Faculty of Management and Marketing of KHNUE S. Kuznets

Annotation. The concept of evaluating the competitiveness of a company has been studied, and methods for analyzing existing approaches to evaluating the competitiveness of a product based on its quantitative and qualitative evaluation have been considered. The key groups of parameters that affect the competitiveness of a company have been identified, as well as the ways in which competitiveness can be improved through better service and work of the company.

Keywords: competition, enterprise competitiveness, assessment methods, process, enterprise, competitiveness factors, management.



Анотація. Досліджено поняття оцінки конкурентоспроможності підприємства, розглянуто методи аналізу наявних підходів до оцінки конкурентоспроможності товарів на основі її кількісної та якісної оцінки. Визначено ключові групи параметрів, що впливають на оцінку конкурентоспроможності підприємства, та шляхи, в основі яких покращення конкурентоспроможності за рахунок поліпшення сервісу та роботи підприємства.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність підприємства, методи оцінки, процес, підприємство, фактори конкурентоспроможності, управління.



At the current stage of formation and development of market economy in Ukraine, the issue of ensuring a high level of competitiveness of Ukrainian enterprises is becoming particularly important, which is one of the conditions for maintaining the position of enterprises in the domestic and international markets. Success of the enterprise in the conditions of competitive struggle is caused by constant monitoring of positions in the market, research of strengths and weaknesses, both own economic activities and competitors, ability to adapt to changes of a market situation [1, p. 4–8].

In the process of developing the theory of competitiveness of enterprises, scientists have not come to a single conclusion as to what interpretation of this concept can be common and cover as much as possible all factors affecting its definition in the current conditions at enterprises of various industries and specialisations.

Analysis of recent studies and publications. With increasing competition on global and local markets, the problem of evaluating, creating and maintaining competitive advantages is one of the most pressing tasks [2, p. 187]. There is a significant number of published works devoted to the study of individual aspects of the process of forming and maintaining companies' competitiveness.

Organizational and economic aspects of ensuring the competitiveness of companies are reflected in the works of: G. Azojev, F. Kotler, V. Libernickel, M. Porter, I. Skobeleva, I. Faminsky, A. The issues of competitiveness and potential assessment of enterprises are considered in the works of Vinokurov V., Kozlov V., Mlotok E., Popkov V., Stepanova A., Fatkhutdinova R., Sheremet M. and others. In these works, the methodology of forming the company's competitiveness is considered in sufficient detail.

Purpose of the article. At present, there is no generally accepted methodology for assessing the competitiveness of a company; therefore, a number of studies by domestic and foreign scientists are devoted to the theoretical and methodological basis [3, p. 5]. In this regard, it becomes important to analyse the existing approaches and methods of assessing the competitiveness of enterprises in order to find those with the help of which it would be possible in the future to determine the level of competitiveness of objects with the least error in the assessment results [2, p. 19].

Methodologically inextricably linked to solving the problem of improving the competitiveness of a company is the assessment of its competitiveness, because only on the basis of such an assessment can conclusions be drawn about the competitiveness of the business entity and, as a result, the correct management decisions can also be taken. The



correct assessment is the starting point for the development of measures to improve the competitiveness of a business entity and at the same time a criterion for the effectiveness of these measures. Moreover, the competitiveness assessment is a methodological basis for analysing and, as a consequence, identifying ways to improve a business entity's competitiveness, which is a strategically important area of development and operation of any company.

In particular, the assessment of a business entity's competitiveness is necessary for the purpose [4, p. 14–19]:

- developing measures to improve competitiveness;
- selecting contractors for joint activities;
- developing a programme for the company's entry into new markets;
- carrying out investment activities;
- carrying out state regulation of the economy.

Methods based on assessing the competitiveness of the enterprise's products. This group of methods is based on the assumption that the higher the competitiveness of an enterprise, the higher the competitiveness of its products. Various marketing and qualification methods are used to determine the competitiveness of products, most of which are based on finding a price/quality ratio.

Methods based on the theory of effective competition. The essence of the approach is to score the ability of the company to ensure competitiveness. Each of the methods formulated in the preliminary analysis of the ability of the company to achieve competitive advantages is assessed by experts in terms of available resources [1, p. 24].

Comprehensive methods. Within the framework of such methods, the competitiveness of a company is assessed on the basis of identifying the current and potential competitiveness of the company. In most cases, the current competitiveness is determined on the basis of the assessment of the competitiveness of the company's products, while the potential competitiveness is determined by analogy with methods based on the theory of effective competition.

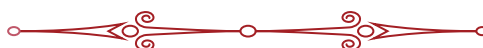
The vast majority of methods are based on identifying the factors that determine the competitiveness of business entities, with the emphasis on creating a comprehensive list of them. However, the system of factors determining the competitiveness of a company is open and many elements of this system are unclear. Thus, the number of factors for competitiveness is almost infinite and therefore, no matter how extensive their list is, it will still not be exhaustive, which means that the assessment of a company's competitiveness based on such an incomplete list will be inadequate. By focusing on an exhaustive list of factors for competitiveness, researchers are stumped because such a list is impossible in principle [5, p. 27–36].

In order to assess the factors of competitiveness identified by researchers and to identify a number of other indicators, approximate estimates, "expert methods", which suffer from significant subjectivity and conditionality, are used [1, p. 43]. Of course, this approach cannot be avoided in some cases, but the use of such assessments as a basic method results in a very weak mathematical connection between the initial factors and the assessed competitiveness indicator.

The main conclusion to be drawn from the theoretical research on competition is that market competition is a dynamic, complex and highly complex phenomenon. In a competitive environment, a company is immediately affected by several groups of factors, forming and constantly changing the competitive environment in which it operates. This complexity is compounded by the fact that each of these groups, in turn, consists of many elements, the composition and structure of which is unique to each individual company. As a result, competition cannot be presented as an exhaustive list of competitive forces and factors.

Supervisor – Candidate of Sciences (Law), Associate Professor Kotlik A. V.

Literature: 1. Дурович А. П. Основы маркетинга. Москва : Новые знания, 2004. 512 с. 2. Перцовский Н. И., Спиридонов И., Баркова С. В. Международный маркетинг : учеб. пособие. Москва : Высшая школа, 2001. 239 с. 3. Сафиуллин Н. З., Сафиуллин Л. Конкурентные преимущества и конкурентоспособность. Казань : Казанский ун-т, 2002. 104 с. 4. URL: <https://www.salesforce.com/products/service-cloud/what-is-customer-service/>. 5. Горбашко Е. А. Управление и качество конкурентоспособности. Санкт-Петербург, 2002.





SOURCES OF ENTERPRISE COMPETITIVENESS

UDC 658:338.242.2

K. Mishnova

Undergraduate 2 years of study
of the Faculty of Management and Marketing of KHNUE S. Kuznets

Annotation. The competitiveness of a company is determined by certain factors of the competitive environment and its location. Each of these sets of factors has a very complex composition and structure. The basic factors of the competitive environment are in close unity with each other. By constantly influencing each other and flowing from one to the other, the blocks of factors under consideration form two different sources of competitiveness for the company: operational efficiency and strategic positioning through improved service and performance.

Keywords: competition, efficiency, operating activities, strategic positioning, competitive advantage.



Анотація. Конкурентоспроможність підприємства визначається конкретними факторами конкурентного середовища та її базування. Кожен із цих факторів має досить складний склад і структуру. Базові фактори конкурентного середовища знаходяться між собою в тісній єдності. Надаючи постійний вплив один на одного, витікаючи один з іншого, блоки факторів формують два різних за своєю природою джерела конкурентоспроможності підприємства: операційну ефективність і стратегічне позиціонування за рахунок поліпшення сервісу і роботи компанії.

Ключові слова: конкуренція, ефективність, операційна діяльність, стратегічне позиціонування, конкурентна перевага.



Operational efficiency means performing similar activities better than competitors. It includes evaluating the performance of certain activities, as well as a number of other measures that enable the company to intensify the use of existing factors of production, for example by reducing product rejects or developing new products more quickly [1, p. 43].

Conversely, strategic positioning of a company means carrying out activities that are different from those of its competitors or similar activities, but in other ways. The essence of strategic positioning can be formulated as the performance of activities that provide the unique nature of the value added. Strategic positioning consists in creating a unique and advantageous position based on a combination of activities that are different from those of competitors.

Operational efficiency ensures profit in the process of selling added value, and strategic positioning, creating, maintaining and expanding markets, is the very possibility of this process.

An important concept that makes it possible to understand the sources of formation of the company's competitive advantages is the one proposed by M. M. Kovalenko. Porter's proposed chain of enterprise values. [2, p. 92].

Competitive advantage is achieved on the basis of how the company organises and carries out certain activities. Through these activities, companies create certain values for their customers. The final value created by the company is determined by how much customers are willing to pay for the goods or services offered by the company. If this amount exceeds the total cost of all necessary activities, the enterprise is profitable. In order to gain a competitive advantage, the company must either give customers approximately the same value as its competitors but produce products with lower costs (operational efficiency) or act in a way that gives customers products with higher value for which a higher price can be obtained (strategic positioning).

A company's activities can be combined into what is known as a value chain. All activities in the value chain contribute to customer value. They can be roughly divided into two categories: primary activities and secondary activities, i.e. supporting activities [3, p. 142].

The company gains a competitive advantage by developing new ways of doing business, introducing new technologies or original components of production.



But a company is not just the sum of all its activities. The enterprise value chain is a system of interdependent activities, between which there are links. These relationships arise when the way an activity is carried out affects the costs or effectiveness of other activities.

Links often lead to the fact that the additional costs of «fitting» individual activities to each other will pay off in the future. For example, more expensive designs and components or more careful quality control can reduce after-sales service costs. Businesses must bear such costs in accordance with their strategy in order to achieve competitive advantage [2, p. 98].

The existence of links also requires the coordination of different activities. In order not to disrupt delivery times, for example, production, raw material and component supply, auxiliary activities (e.g. commissioning) need to be well linked. Clear co-ordination ensures that the goods are delivered on time to the customer without the need for expensive means of delivery (i.e. a large fleet of machines when small, etc. can be avoided). Harmonization of related activities reduces transaction costs, provides clearer information, which facilitates management and makes it possible to replace expensive operations in one activity with cheaper operations in another. It is also an effective way of reducing the total time required to perform different activities, which is increasingly important for competitive advantage. For example, it significantly reduces the time required to develop and launch new products, as well as to receive orders and deliver products [3, p. 67].

In order to achieve competitive advantage, the value chain must be treated as a system rather than a set of components. Changing the value chain by rearranging, regrouping or even excluding individual activities often leads to a significant improvement in competitive position [4, p. 89].

The value chain of an individual enterprise is part of a larger system of activities that can be defined as a system of values. It includes suppliers of raw materials, components, equipment and services. On the way to the end consumer, the goods of a given company often pass through the value chains of its distribution channels. Eventually, the products become an aggregate element in the customer's value chain that uses them in the performance of its activities [4, p. 90–96].

Competitive advantage is determined by how clearly the company can organise the whole system. The above-mentioned links not only connect the different activities of the company, but also make it mutually dependent on the company, its allies and its sales channels. The enterprise can achieve a competitive advantage by better organising these connections [2, p. 19].

Regular and timely deliveries can reduce the company's operating costs and reduce the required stock levels. However, the opportunities to save by harmonizing links are not limited to supply security and order acceptance. This includes research and development, after-sales services and many other activities. Both the company itself, its associates and the sales network can benefit if they are able to recognize and use these links.

The value chain provides a better understanding of the sources of cost benefit. The cost gain is determined by the amount of cost in all the necessary activities (compared to competitors) and can occur at any stage. Enterprises that lead by reducing costs also gain by developing new, cheaper products, applying less expensive marketing, reducing maintenance costs, i.e. they gain cost advantages from all parts of the value chain.

The value chain also helps to understand the reserves for product differentiation, i.e. achieving competitive advantage through strategic positioning. A company creates special value for the customer (and this is the meaning of differentiation) if it gives the customer the savings or consumer properties that the customer cannot obtain by buying a competitor's product. In essence, differentiation is the result of how the company's products affect the buyer's activities. The company and its customers have many touch points, each of which can be a source of differentiation [4, p. 46–59].

Four main types of competition strategies and their respective enterprises can be identified, focusing on different target market segments and, accordingly, different economic environments and different resources located in the location of the enterprise: violts, commutants, patrons and exploiters.

Violet strategy is characteristic of companies operating in the mass production sector. A fundamental source of strength for the companies that adhere to it is that it is usually possible to establish such production more efficiently and at less cost than the production of small lots of very different goods. In addition, rollers take advantage of large-scale scientific research, a well-developed sales network and large advertising companies [3, p. 69].

Patient strategy is typical of companies that have embarked on a narrow specialisation path. It provides for the manufacture of special, unusual products for a specific range of customers. Companies derive their market power from the fact that their products become to a greater or lesser extent indispensable for the respective customer group. Such



a company tries not to disperse itself by controlling a large part of a large market, but rather by gaining the maximum share of a small market segment. It addresses its expensive and high-quality products to those who are not satisfied with standard products [5, p. 36].

Countless small businesses that are set up on a case-by-case basis act as the connective tissue of the economy. Only switches are ready to use every business opportunity, while other companies are very strict in their production profile.

Increased flexibility becomes the source of commutants' competitive advantage. The spirit of free enterprise, with its constant focus on profit and willingness to resort to any means for it, is manifested in the switchboard's activities in the cleanest and most complete form [5, p. 37–48].

The main advantage of the exploiters is that they are ahead of the curve in introducing fundamental innovations. Such an enterprise strives to create a new market and to benefit from its initial sole presence there. The main feature of companies that adhere to this strategy is the constant introduction of innovations, primarily related to the creation of new and unique customer value.

As mentioned earlier, operational efficiency ensures profit in the value-added process, and strategic positioning is the very possibility of this process. Therefore, each of the sources of competitiveness considered separately is a necessary but not sufficient condition to ensure the competitiveness of a company [4, p. 97]. The sustainable competitiveness of a business entity can only be achieved if and only if it is based on both sources of competitiveness, which, by combining and interacting, complementing and strengthening each other, create powerful competitive advantages for the company in the course of its competition.

Among the factors of the competitive environment, the economic potential of suppliers as well as the economic potential of customers have a greater influence on the formation of operational efficiency; the threat of invasion by new competitors and the threat of substitute products have a greater influence on the formation of strategic positioning. Among the factors based on the formation of operational efficiency to a greater extent are influenced by the conditions of the factors of production, as well as related, supporting and accompanying enterprises; on the formation of strategic positioning - demand conditions, as well as the structure and strategy of the enterprise. The only exception is competition among existing competitors. This factor is present among both sets of factors and has an impact on the formation of both sources of competitiveness of the enterprise [4, p. 102].

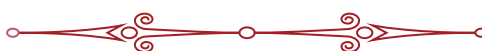
The fact is that the content of the factors and the nature of their impact on the competitiveness of a company is such that each of them affects several aspects of the business entity's activities at once, so the impact of one factor cannot be considered in isolation from the impact of the other factors on the business entity's activities as a whole.

This is the whole system of factors for the competitiveness of an enterprise, which is manifested as a result of the complex interaction of a complex of external and internal factors of competitive struggle. A company's competitiveness is a complex concept that represents a complex system of factors and is not defined by any one or even several parameters, but is a system of many factors unique in each particular situation [5, p. 53]. Moreover, this system is open and the multitude of factors is unclear. In some cases, a factor may be decisive, but this is only the case when all other factors and parameters are combined. It is sometimes not possible to determine which factor is decisive for the competitiveness of a company [1, p. 43].

Thus, only a thorough analysis of the competitive environment of a particular business entity and its operating environment can make it possible to identify the factors that have the greatest impact on its competitiveness. Furthermore, by targeting these factors, it is possible to improve the competitiveness of the company.

Supervisor – Candidate of Sciences (Law), Associate Professor Kotlik A. V.

Literature: 1. Губанов С. Неоиндустриализация плюс вертикальная интеграция (о формуле развития России). *Экономист*. 2008. № 9. С. 3–27. 2. Зиннуров У. Г., Ильясова Л. Проблемы оценки конкурентоспособности товаропроизводителей. *Экономика и управление*. 1997. № 4. С. 6–52. 3. Зулкарнаев И. Ю., Ильясова Л. Р. Методика расчета интегральной конкурентоспособности промышленных, торговых и финансовых предприятий. *Маркетинг в России и за рубежом*. 2001. № 4. URL: <https://www.cfin.ru/press/marketing/2001-4/04.shtml>. 4. Кревенс Д. В. Стратегический маркетинг. Москва : Вильямс, 2003. 752 с. 5. Пивоваров К. В. Финансово-экономический анализ хозяйственной деятельности коммерческих организаций. Москва : Дашков и К, 2003. 120 с.





СУДОВО-ЕКОНОМІЧНА ЕКСПЕРТИЗА ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 657.6.012.16

Моїсеєнко Ю. О.

Магістрант 1 року навчання
факультету фінансів і обліку ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті досліджено сутність судово-економічної експертизи. Розглянуто основні завдання та об'єкти експертного дослідження фінансових результатів діяльності підприємства. Наведено джерела, які повинен дослідити бухгалтер експерт, і визначено, внаслідок чого може бути спотворений фінансовий результат.

Ключові слова: судово-економічна експертиза, фінансовий результат, експертне дослідження, прибуток, збиток.



Annotation. The article investigates the essence of forensic economic expertise. The main tasks and objects of expert research of financial results of the enterprise are considered. The sources to be examined by an expert accountant are given and the result of which the financial result may be distorted is determined.

Keywords: forensic economic examination, financial result, expert research, profit, loss.



Актуальність цієї тематики статті обумовлена тим, що на сьогодні відсутність формування системи економічних заходів, які могли б забезпечувати дотримання законодавства всіма суб'єктами господарювання, унеможливує ефективний розвиток будь-якої держави. Практика показує, що сучасні реформи супроводжуються процесами криміналізації суспільства і зростанням злочинності переважно у фінансово-економічній сфері. І тому судово-економічна експертиза виступає дослідницьким процесом, метою якого є правильне прийняття рішення правоохоронними органами.

Питанню сутності судово-економічної експертизи було присвячено ряд праць науковців і практиків у сфері експертного дослідження. Серед основних варто виділити праці таких як: Будник Л. А., Волкова І. А., Говоруха О. О., Дікань Л. В., Євлаш Т. О., Кожушко О. В., Понікаров В. Д., Романів С. Р., Саченко С. І., Топоркова О. В.

Метою дослідження є розкриття теоретичних і практичних основ судово-економічної експертизи фінансових результатів діяльності підприємства.

Досліджуючи сутність судової експертизи, насамперед потрібно провести детальну оцінку самого поняття «судово-економічна експертиза» і його формулювання різними науковцями. Через те, що однозначності тлумачень цього поняття, незважаючи на його простоту та розповсюдженість, досі не спостерігається, під час проведення дослідження підходів до розкриття цього поняття було отримано ряд наукових визначень. Найбільш змістовними є такі:

Автори підручника «Судово-економічна експертиза» Дікань Л. В., Понікаров В. Д., Кожушко О. В. [2] трактують судово-економічну експертизу як процесуальну форму дослідження на основі спеціальних знань у різних сферах економіки, господарського аналізу, ревізії та контролю первинних облікових документів, бухгалтерських і податкових реєстрів та фінансової звітності суб'єктів господарювання різних форм власності з метою вирішення широкого кола питань, що виникають при розслідуванні економічних злочинів і судовому розгляді господарських суперечок.

Романів С. Р., Будник Л. А., Саченко С. І. [3] під судово-економічною експертизою розуміють процесуальне дослідження економічних об'єктів, явищ і процесів, які містять інформацію про фактичні дані та обставини конкретної справи, що перебувають у провадженні органу суду, шляхом застосування спеціальних знань і навичок експерта-економіста.



Автори опорного конспекту лекцій «Судово-бухгалтерська експертиза» Топоркова О. В., Євлаш Т. О., Говоруха О. О. [5] вважають, що судово-бухгалтерська експертиза – це процесуальна форма дослідження первинних бухгалтерських документів, облікових регістрів і фінансової звітності підприємств з метою вирішення широкого кола економічних питань, що виникають під час розслідування господарських злочинів у суді.

Автор підручника «Судово-бухгалтерська експертиза» Волкова І. А. [1] пропонує розглядати судово-економічну експертизу як дослідження фінансово-господарської діяльності суб'єкта господарювання, яке в межах чинного законодавства здійснюється особою, котра володіє спеціальними знаннями в галузі бухгалтерського обліку (експертом-бухгалтером), з метою подання висновку стосовно кола питань, поставлених органами дізнання, попереднього слідства чи суду.

У зв'язку з тим, що дані про доходи та витрати підприємства найпростіше фальсифікувати, судово-економічна експертиза фінансових результатів – це один із найбільш тривалих процесів. Це пов'язано з тим, що для такої перевірки потрібні не тільки окремі сторони діяльності підприємства, а й усі сукупності операцій, оскільки вони формують фінансовий результат.

Основними завданнями експертів бухгалтерів у процесі перевірки операцій, які формують фінансові результати, є: перевірка безпомилковості визначення та розкриття в обліку доходів за видами діяльності, джерелами та періодом надходження і періодом визнання, а також встановлення причин, які сприяють корисливим зловживанням.

Перш ніж перейти до джерел дослідження, доцільно розглянути його основні об'єкти.

Об'єктами експертизи є: дотримання нормативно-правового забезпечення методології та повнота відображення фінансового результату в системі обліку та фінансовій звітності, склад за видами діяльності та сегментами, правова регламентація та визнання.

До джерел, які має дослідити експерт-бухгалтер, відносяться: наказ про облікову політику, регістри аналітичного та синтетичного обліку рахунків 7 та 9 класів, перша та друга форми фінансової звітності, первинні документи обліку (виставлені рахунки, податкові накладні та накладні на відпуск готової продукції, ТТН), декларація про прибуток підприємства, розрахунок собівартості продукції, договори з реалізації товарів, робіт і послуг, документи які відображають інвестиційну та фінансову діяльність, матеріали попередніх ревізій та перевірок, останній аудиторський звіт.

Існує досить багато причин, через які може бути спотворений фінансовий результат. Перш за все, головною причиною може бути неправильн обчислення собівартості реалізованої продукції. Це може статися через те, що, наприклад, неправильно розподілили загальновиробничі витрати або списали понаднормові витрати, завищили норми витрат сировини та матеріалів, ціни на сировину та норми списання від природних втрат. Також трапляється віднесення собівартості до витрат, які покриваються фінансовим результатом діяльності.

Також необхідно зазначити, що неповне відображення доходів, завищення витрат і помилки у визначенні податку на прибуток також значно викривляють фінансові результати.

Крім того, до цих причин слід віднести необґрунтоване списання дебіторської заборгованості та неправильне відображення сплачених штрафів, пені та неустойок.

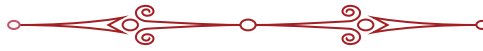
Отже, спираючись на сукупність всього викладеного матеріалу, можна зробити висновок, що фальсифікація фінансових результатів пов'язана з дуже великою кількістю рахунків обліку та документів, які необхідні для їх відображення та визначення. Тому головне завдання експерта полягає у з'ясуванні правильності відображення і зіставлення доходів і витрат.

Науковий керівник – канд. екон. наук, старший викладач Кожушко О. В.

-
- Література:** 1. Волкова І. А. Судово-бухгалтерська експертиза : навч. посіб. Київ : Центр учб. літ., 2009. 84 с. 2. Дікань Л. В., Понікаров В. Д., Кожушко О. В. Судово-економічна експертиза : навч. посіб. Харків : Вид-во ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2014. 432 с. 3. Романів С. Р., Будник Л. А., Саченко С. І. Судово-економічна експертиза в Україні: її економічна суть та кадрове забезпечення. *Бухгалтерський облік, аналіз та аудит*. 2018. № 23. С. 343–350. 4. Скорба О. А. Судово-бухгалтерська експертиза фінансових результатів // *Бъдещето въпроси от света на наука-*



та – 2013 : матеріали ІХ Міжнар. наук. практ. конф., 2013. С. 26–30. 5. Топоркова Т. О. Опорний конспект лекцій в таблицях та рисунках для студентів денної та заочної форм навчання спеціальності 071 «Облік і оподаткування» / уклад. О. В. Топоркова, Т. О. Євлаш, О. О. Говоруха. Харків : ХДУХТ, 2019. 108 с.



ВПЛИВ СОЦІАЛЬНОЇ ІЗОЛЯЦІЇ НА ЛЮДСЬКИЙ РОЗВИТОК: АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА

УДК 159.922:316.6

Назарова А. О.

Студент 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті розглянуто поняття «соціальна ізоляція» та особливості її реалізації як одного із головних факторів поширення соціально небезпечної хвороби. Результати статистичного аналізу дозволили виявити ряд негативних тенденцій за основними аспектами людського розвитку та виділити ряд рекомендацій у напрямі його збереження.

Ключові слова: соціальна ізоляція, карантин, пандемія, надзвичайна ситуація, людський розвиток.



Annotation. The article considers the concept of «social isolation» and features of its implementation. The results of the statistical analysis allowed to identify a number of negative trends. The results of the study allowed us to identify the recommendations for the preservation of human development.

Keywords: social isolation, quarantine, pandemic, emergency, human development.



Постановка проблеми. Формування соціальної безпеки в умовах нової реальності здійснюється під впливом різних викликів і загроз, що складно передбачити та своєчасно запобігти. COVID-19 демонструє надзвичайний вплив на суспільство в усьому світі.

Такі процеси, як соціальне дистанціювання та карантинні обмеження, поширення «нової освітньої реальності» та віртуальної зайнятості, не лише сприяють послабленню динаміки захворювання на соціально небезпечних хвороби, а й призводять до загострення наявних проблеми і породжують нові загрози та ризики для розширення можливостей людини та реалізації її потенціалу.

Безперечно, ці виклики є суперечливими, оскільки приносять як значні досягнення суспільству у вирішенні надзвичайно важливого питання – збереження здоров'я людини та її життєдіяльності, так і сприяють появі нових небезпек, якими є загострення психологічного напруженості, порушення рівності можливостей, «ненадійна зайнятість», зниження економічного добробуту, зростання соціально-економічної нерівності. Вищезазначене підтверджує актуальність обраної теми дослідження. У зв'язку з цим актуалізується питання збереження людського потенціалу в умовах соціальної ізоляції.

Аналіз останніх досліджень. Аналіз опрацьованої літератури показав, що проблема соціальної ізоляції є предметом дослідження публікацій багатьох вітчизняних і зарубіжних учених: В. Сулима, О. Сошенко, М. Шпітцер, Л. Вілер, Е. Вебер, Т. Симакова, К. Федосенко, А. Колот, Р. Підлипна.



Метою дослідження є вивчення впливу самоізоляції на людський розвиток, наслідків загострення наявних проблем і породження нових ризиків загроз.

Основні результати дослідження. Проблему COVID-19 слід розглядати не лише як медичну проблему, а як різновид надзвичайних ситуацій, у прогнозуванні наслідків яких слід зважати на реакцію суспільства та держави [4].

Вже із середини минулого століття у науковий обіг увійшло поняття «соціальна ізоляція». На думку П. А. Мартиненко, соціальна ізоляція – це «тотальна психологічна відстороненість «Я» людини від соціуму». Розрізняють об'єктивну і суб'єктивну соціальну ізоляцію. Перша зумовлена фактичним унеможливленням безпосередніх соціальних зав'язків добровільно чи під дією зовнішнього примусу, як от тепер під час карантину. Суб'єктивна соціальна ізоляція виникає у результаті недостатньої взаємодії з іншими людьми [3]. Як вважає Б. П. Лазоренко, примусова самоізоляція, може призводити до формування внутрішньоособистісного конфлікту.

Соціальна ізоляція людини є потужним чинником, який впливає на людський розвиток. Фахівці ПРООН зазначають, що людський розвиток може бути представлений у трьох аспектах: довголіття і здоров'я, освіта та матеріальний добробут, які у сукупності відображують основні чинники розширення людських можливостей.

Цей склад основних аспектів людського розвитку став найбільш популярним і водночас через всеосяжність та взаємозалежність – найбільш дискусійним у спробі такої характеристики змісту людського розвитку. Отже, аналіз впливу соціальної ізоляції на людський розвиток через ці аспекти вважаємо цілком доцільним.

Так, аналізуючи вплив ізоляції на стан здоров'я, слід зауважити її ефективність і результативність у напрямі запобігання поширенню соціально небезпечної хвороби, запобігаючи зростанню рівня смертності населення. Натомість вимушена ізоляція викликає ряд інших, «менш катастрофічних» [5]. Так, кількість людей, які мають симптоми психологічного стресу, невпинно зростає під час пандемії. Це може мати тривалі наслідки і навіть викликати серйозніші психічні захворювання в майбутньому [7].

Згідно з дослідженнями учених Школи громадської охорони здоров'я ім. Дж. Хопкінса визначено, що кількість дорослих, які відчувають стрес, збільшилася у 3 рази під час карантину: у 2018 р. частка осіб, які мали симптоми психологічного стресу, складала 3,9 %, а у квітні 2020 р. – 13,6 %. Іншим наслідком є прояв підвищеної тривоги, особливо у натовпі. Так, за даними вищезазначеного соціального опитування, 4 % респондентів відчували тривогу, коли навколо кашляли або чхали, 26 % – уникали натовпів і закритих місць та 21 % респондентів уникали будь-яких публічних місць протягом декількох місяців після карантину [8].

У докарантинний період 11 % опитуваних відчували себе самотніми, а в карантинний період цей показник зріс до 13 %. Також дослідження свідчать про наявність прямої тісної кореляції між психологічним стресом і рівнем доходу. Так, у 2018 р. лише 7,9 % осіб із низьким доходом відчували психологічний стрес, порівняно з 2020 р. показник зріс на 11,4 % і склав 19,3 %. Дослідники припускають, що такий психологічний стан може стати причиною появи більш небезпечних захворювань [8].

Для значної частини суспільства ізоляція відбувається на самоті у період карантину, що є надзвичайно важким випробуванням для людини та суспільства. Адже обмеження простору та «відділення» від суспільства, розрив соціальних зв'язків підвищує ризик ранньої смертності на 26 %, у тому числі через скоєння самогубства [8].

Пандемія призвела до суттєвих змін у сфері освіти протягом 2020 р. в усьому світі. Натомість слід зауважити, що впровадження повноцінного дистанційного навчання в Україні гальмується багатьма чинниками. Досить вагомою проблемою є низька пропускна спроможність електронної мережі під час навчальних онлайн-конференцій. А також недосконалість нормативно-правового і організаційно-методичного забезпечення.

За даними Державної служби статистики України, у період з I кв. 2016 р. по I кв. 2020 р. рівень безробіття населення України віком 15–70 років коливався в межах 7,3–10,1 %. У I кв. 2020 р., наприкінці якого було запроваджено загальнодержавний карантин в Україні, рівень безробіття населення становив 8,6 %, однак у III кв. 2020 р. збільшився до 9,3 % [2].

В умовах карантину роботодавці вдаються до повного або часткового зупинення виробництва, скорочення штату працівників, переведення на неповний робочий тиждень або відправляють працівників у відпустки без



збереження заробітної плати. Це призводить до скорочення попиту на робочу силу, зменшення кількості зайнятого населення та загострення соціально-економічної нерівності [1].

Спалах пандемії спричинив падіння світової економіки, обсягів торгівлі та цін на товар, що послугувало частковій неплатоспроможності населення [7].

Підсумовуючи викладене, можна визначити основні заходи щодо збереження людського розвитку в умовах пандемії за основними її аспектами:

1. Більшість негативних ефектів, що впливають на людську психіку, пов'язані з примусовим обмеженням простору та «відділенням» від суспільства. Отже, за добровільної самоізоляції люди відчуватимуть набагато менше стресу. На нашу думку, уряду слід всіляко підкреслювати альтруїзм у виборі виду самоізоляції.

2. Популяризація здорового способу життя та відповідальної самозбережувальної поведінки.

2. Період карантину має бути не довготривалим, з метою запобігання ускладнень для психічного здоров'я людини.

3. Інформація – один із основних джерел підвищеної тривоги серед населення, тому ефективна і оперативна комунікація, підтримка розвитку соціального діалогу з боку влади знижує рівень стресу та його наслідків.

4. Розроблення загальнодержавної програми щодо забезпечення інтернет-безпеки, особливо неповнолітніх, в умовах дистанційної освіти.

5. Забезпечення рівного доступу до освіти.

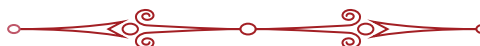
6. Покращання умов для ведення бізнесу та стимулювання тих видів економічної діяльності, які постраждали від дії карантинних обмежень.

7. Стимулювання діяльності малих господарств, зокрема сімейних ферм та ін.

Висновки. Соціальна ізоляція стала не лише можливістю людства, чинником, що запобігає поширенню соціально небезпечної хвороби, є катализатором для розвитку діджиталізації та її проникнення у всі сфери життєдіяльності суспільства у цілому у світі, але й спричинила появу низки проблем, що стримують людський розвиток. Результати проведеного автором порівняльного аналізу головних аспектів людського розвитку на основі статистичних матеріалів у період дії загальнонаціонального карантину дав змогу виявити ряд негативних тенденцій.

Науковий керівник – викладач Дем'яненко А. А.

Література: 1. Колот А., Герасименко О. Сфера праці в умовах глобальної соціоекономічної реальності 2020: виклики для України. URL: <https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/33773/16344.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. 2. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. 3. Озель В. І. Конституційність обмежень прав і свобод людини в умовах карантину. *Dictum Factum*. 2020. № 2 (7). С. 43–51. DOI: 10.32703/2663-6352/2020-2-7-43-51. 4. Підлипна Р. П. Загострення соціальних проблем в Україні у світлі карантинних обмежень. URL: http://www.lute.lviv.ua/fileadmin/www.lac.lviv.ua/data/pidrozdzily/Naukovi_Vydannya/Vydan_Ekon/Docs/maket_59.pdf#page=12. 5. Пыжиков Н. С., Кутова А. Н. Влияние пандемии коронавируса на глобальные интеграционные процессы. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyaniye-pandemii-koronavirusa-na-globalnyie-integratsionnyie-protsessy>. 6. Kolosok A. Social Protection and Social Security During the Quarantine Period: a Theoretical Aspect. *Economic Journal of Lesya Ukrainka Eastern European National University*. 2020. Vol. 2 (22). DOI: 10.29038/2411-4014-2020-02-64-71. 7. Piwat Suppawittaya, Pakara, Yiemphat, Pratchayapong, Yasri Effects of Social Distancing, Self-Quarantine and Self-Isolation during the COVID-19 Pandemic on People's Well-Being, and How to Cope with It. 2020. Vol. 5 (2). P. 12–20. URL: https://ijshr.com/IJSHR_Vol.5.Issue.2_April2020/IJSHR003.pdf. 8. WHO. Clinical management of COVID-19 – Interim guidance. Всемирная организация здравоохранения. URL: <https://www.euro.who.int/en/health-topics/health-emergencies/coronavirus-covid-19/publications-and-technical-guidance/2020/clinical-management-of-covid-19-interim-guidance,-27-may-2020>.





ВАЛЮТНИЙ РИНОК УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН І ПРОБЛЕМИ

УДК 2964

Насоненко Є. Р.

Студент 1 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У цій статті розглянуто стан валютного ринку в Україні за останні кілька років. Оцінено вплив внутрішніх і зовнішніх факторів на валютний ринок, а також формування валютних кореляцій. Враховано політику Державного банку України щодо регулювання валютного ринку. Визначено фактори, що впливають на валютний ринок, та шляхи покращення його стану. Проаналізовано ключові тенденції на українському валютному ринку та визначено майбутні тенденції.

Ключові слова: валютний ринок, Національний банк України, фінансова безпека, валютний контроль, золото-валютні резерви, валютна торгівля, міжбанківський валютний ринок.



Annotation. This article examines the recent situation in the Ukrainian foreign exchange market. Assessment of the influence of internal and external factors on the formation of foreign exchange markets and monetary relations. The policy of the State Bank of Ukraine in the field of foreign exchange market regulation is taken into account. Identify the factors that affect the market and how to improve their condition. Analyze key trends in the Ukrainian market and identify prospects for the future.

Keywords: foreign exchange market, National Bank of Ukraine, financial security, monetary regulation, gold and foreign exchange reserves, foreign exchange trading, interbank foreign exchange market.



Постановка проблеми. Валютний ринок України відіграє важливу роль в економічних відносинах. Будь-які іноземні інвестиції, будь то акції, нерухомість чи банківські депозити, повинні вийти на валютний ринок, де узгоджуються інтереси покупців і продавців. Як один із ключових елементів світової валютно-фінансової системи валютний ринок переживає все більше і більше глобалізацію, диверсифікацію та трансформацію в останні десятиліття. Україна повинна вдосконалити валютний ринок, щоб приєднатися до міжнародної спільноти. Тому через позитивний вплив зовнішніх і внутрішніх факторів на українську економіку та світову фінансову кризу питання внутрішнього валютного ринку набуло особливої актуальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Багато робіт таких учених, як Савлук М. І., Білоцерківець В. В., Філіпенко А.С., Мозговий О. М., Береславська О. І., мають відношення до проблеми українського валютного ринку. Однак, незважаючи на великі наукові досягнення, питання ситуації на українському валютному ринку залишається невирішеним і суперечливим.

Мета статті: проаналізувати сучасний ринок України, його стан і розглянути перспективи подальшого розвитку. Валютний ринок – це сфера економічних відносин, які проявляються в купівлі та продажу валюти, розміщенні вільних коштів, інвестуванні капіталу. Це найбільший ринок, як у країні, так і світі.

Валютний ринок – це система (група) економічних і регуляторних відносин, заснована на купівлі-продажу іноземних валют. Валютний ринок – це також особлива сфера діяльності, яка порівнює попит на іноземні валюти з пропозицією та визначає обмінний курс щодо національної валюти країни. На сьогодні на ринку фінансів здійснюється багато операцій в галузі туризму, міграції капіталів, зовнішньоторговельних розрахунків тощо, які зумовлюють використання іноземної валюти суб'єктами ринку. Всі учасники тісно пов'язані між собою за допомогою засобів зв'язку. Це дає змогу переказувати кошти за лічені хвилини з будь-якого куточка світу. За розміщенням валютні ринки прив'язані до банківських і біржових центрів.

Національні валютні ринки наявні у більшості країн світу. Їхній економічний простір – це територія певної країни, і регулюються вони її національним валютним законодавством.



Міжнародні валютно-кредитні та фінансові відносини – це складні зв'язки. У них функціонують проблеми національної та світової економіки. Найважливішими учасниками валютного ринку є роздрібні банки й інші банки, експортери, імпортери, транснаціональні компанії, фінансові установи, інвестори та державні установи. Всі вони мають різні потреби, включаючи роботу з відкритими позиціями на валютному ринку, інвестиції в різні куточки світу та передачу купівельної спроможності з однієї країни в іншу.

Основні функції валютного ринку:

- встановлення умов реалізації державної грошово-кредитної політики;
- побудова валютної кореляції;
- задовольнити доходи учасників;
- хеджування валюти;
- зміни валютних резервів.

Основні суб'єкти валютного ринку:

- державні установи;
- центральні банки;
- управління валютними резервами;
- державна скарбничка країн;
- юридичні та фізичні особи;
- комерційні банківські установи;
- валютна біржа [1].

Валютний ринок України відображає стан економіки країни. Аналіз процесів внутрішнього валютного ринку свідчить про значний внесок Національного банку України. Побудувавши власну фінансову систему, Україна була змушена формувати свої резерви за рахунок зовнішніх позик, що протягом тривалого часу стабілізувало динаміку гривні.

Український національний банк є головним банком країни, він формує, обробляє та регулює валютний ринок нашої країни.

Розвиток валютного ринку ділиться на три етапи:

1. 1991 р. – жовтень 1994 р. – пошук концепції розбудови економіки нової держави.
2. Жовтень 1994 р. – серпень 1996р. – макроекономічна стабілізація.
3. Вересень 1996 р. – введення в обіг гривні.

За результатами 2020 року міжнародні резерви України зросли на 15 % і досягли \$ 29,133 млрд на 1 січня 2021 року. Ця сума резерву є рекордною за останні вісім років (найвища зафіксована не пізніше у вересні 2012 р.). А також відповідає прогнозам Національного банку, опублікованим у звіті про інфляцію від жовтня 2020 р., щоб збільшити міжнародні резерви на 3,8 млрд дол. у рік кризи Федеральний резерв США провів послідовну валютну політику.

Зокрема, чистий продаж валюти від Центрального банку в березні 2020 року склав 2,2 млрд дол. Американський регулятор виправив коливання девальвації гривні, запровадивши карантинні заходи – чистий обсяг покупок в іноземній валюті за рік перевищив 1 млрд дол. США. Водночас у 2020 р. обсяг платежів, здійснених за виплату та погашення державного та гарантованого державою боргу, склав 10,4 млрд дол. На збільшення міжнародних резервів у 2020 р. вплинуло також збільшення вартості фінансових інструментів на 2,3 млрд дол. (через зміни ринкової вартості та обмінних курсів). У грудні 2020 року міжнародні резерви України зросли приблизно на 3 млрд дол.

Це пояснюється значним рівнем доходів на користь уряду, а також позитивним сальдо операцій Центрального банку на міжбанківському валютному ринку. Динаміка запасів у грудні визначалася такими факторами:

по-перше, управління державним боргом. Валютні надходження на користь уряду склали близько 3 млрд дол. 1 мільярд доларів надійшов від розміщення облігацій місцевого самоврядування (ОВДП) та 670,2 млн дол. – з позиції єврооблігацій (OZDP). При цьому загальна сума платежів, здійснених за стягнення та погашен-



ня державного боргу в іноземній валюті, становила 478,3 млн дол. Ця сума становить \$ 414,9 млн, які використовувались для обслуговування та погашення ОВДП в іноземній валюті, решта коштів – для виконання інших державних зобов'язань в іноземній валюті;

по-друге, діяльність Центрального банку на міжбанківському валютному ринку. У першій половині грудня на ринку спостерігався надлишок грошей, оскільки нерезиденти почали працювати на аукціонах ОВДП. За цей період Центральний банк викупив 378,6 млн дол. як резерв. Протягом другої половини місяця попит на іноземну валюту зріс, особливо завдяки інтенсивності бюджетних платежів. З метою пом'якшення коливань девальвації Центральний банк здійснив кілька валютних інтервенцій на суму 89,4 млн дол. Так, чисті придбання Центральним банком іноземної валюти на міжбанківському валютному ринку в грудні склали 289,2 млн дол.;

по-третє, переоцінка фінансових інструментів. Минулого місяця його вартість зросла на 217,5 млн дол. [2].

Також МВФ та український уряд хочуть досягти домовленості про запуск нової програми кредитування в режимі stand-by. Програма діятиме півтора роки та передбачить виділення 5 млрд дол. Ця програма допоможе подолати коронавірусну кризу [3].

Банківський сектор України продемонстрував стійкість до кризи, маючи достатні резерви для підтримки економіки кредитними ресурсами. У кризові періоди банки не стають чинником зростання нестабільності, а навпаки, вони підтримують великий і малий бізнес для економічного зростання. Завдяки своєчасному прийняттю антикризових інструментів держава змогла подолати кризу на більш високому рівні. Введення буфера збереження капіталу та системного значення було придушено. Крім того, була відкоригована структура позики боржника [4].

Важливим фактором відновлення позик є зменшення вартості позик для підприємств і фізичних осіб. Як результат, споживчі позики продовжують приносити доходи банкам, але позики значно сповільнились. З метою заохочення належного розгляду пільг і рахунків НБУ прагне запровадити більш небезпечні ризики для небезпечних споживачів. Другим ризиком для прибутковості банків є звуження процентних спредів. Зберігаючи макроекономічну стабільність, ставки за кредитами продовжуватимуть знижуватися. Водночас простір для найнижчого зниження депозитних ставок в історії українського банківського сектора дуже обмежений. Банки повинні прагнути підтримувати ефективність і прибутковість, важливе джерело капітальної підтримки [5].

Щоб зберегти прибутковість та ефективність валютного ринку, існує фінансова безпека держави – це ефективне використання державних ресурсів для запобігання фінансовій загрози та забезпечення сталого розвитку держави.

Фінансова безпека – це стан фінансової сфери держави, який характеризується ефективністю та рівновагою, гарантуючи стабільність фінансової системи під впливом негативних внутрішніх і зовнішніх факторів, а також забезпечуючи стійке економічне зростання та синергетичний розвиток країни [6].

Висновок. Валютний ринок України – це особливий ринок, де валюти купуються, продаються та обмінюються. Основними складовими валютного ринку є речовини та предмети, попит і пропозиція, ринкова ціна, інфраструктура, зв'язок. Валютний ринок є одним із найважливіших сегментів на фінансовому ринку, він безпосередньо впливає на розвиток економіки. Підрозділи купують і продають товари та послуги в національній та іноземній валюті.

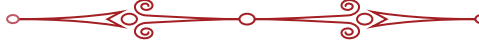
Валютний ринок України організований та регульований. Він проводить валютні інтервенції для стабілізації національної валюти, регулює баланс, управління золотовалютними резервами. Для активізації функціонування валютного ринку необхідно зменшити доларизацію економіки України, вдосконалити регулювання ринку, вдосконалити ринкову інфраструктуру, стимулювати експорт, розробляти нові технології, забезпечувати стабільність діяльності НБУ, визначити оптимальний режим валютного курсу.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пивавар І. В.

Література: 1. Поняття валютного ринку. Передумови створення сучасних валютних ринків та їх особливості // Вукліб. 2020. URL: <https://buklib.net/books/23673/>. 2. НБУ оцінив вплив коронавірусу на валютний ринок // Дебет-кредит. 2020. URL: <https://news.dtki.ua/finance/bank-system/61130>. 3. Національний банк України. У 2020 році



міжнародні резерви України зросли до восьмирічного максимуму // Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/u-2020-rotsi-mijnarodni-rezervi-ukrayini-zrosli-do-vosmirichnogo-maksimumu>. **4.** Звіт про фінансову стабільність // Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/stability/report>. **5.** НОВИНИ RSS Фінансова безпека України: ключові виклики та завдання. URL: <http://www.visnuk.com.ua/uk/news/100006350-fiansova-bezpeka-ukrayini-klyuchovi-vikliki-ta-zavdannya>. **6.** Малахова О., Марусин М. Валютний ринок України: сучасний стан та проблеми. *Світ фінансів*. 2019. Вип. 2. С. 46–60.



ПРИЧИНИ ПОГЛИБЛЕННЯ БІДНОСТІ ТА НАПРЯМИ ЇЇ ВИРІШЕННЯ

УДК 364.22(477)

Немикіна М. О.

Студент 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто сутність поняття бідності. За результатами теоретичного і статистичного аналізу ідентифіковано та згруповано причини поглиблення бідності в Україні за шістьма групами. У результаті дослідження надано рекомендації щодо зниження рівня бідності у країні.

Ключові слова: бідність, причини бідності, рівень життя населення, добробут, соціальний розвиток.



Annotation. The essence of the concept of poverty is considered. The causes of deepening poverty in Ukraine were identified and grouped into six groups according to the results of theoretical and statistical analysis. As a result of the study provided recommendations for reducing the level of poverty in the country.

Keywords: poverty, causes of poverty, living standards, welfare, social development.



Постановка проблеми. Дослідження проблеми бідності і шляхів її подолання є актуальним і залишається найважливішим завданням соціальної та економічної політики держави. Сучасний розвиток вітчизняного суспільства дає можливість стверджувати, що головною причиною бідності є не лише економічна ситуація у країні, як це традиційно прийнято вважати, а й соціальна, медична, політична. До того ж поширення такого явища, як бідність, серед працюючого населення, що є неприйнятним у розвинених країнах, підвищує увагу науковців і практиків до наукових досліджень у цій сфері. Слід зауважити, що відсутність ефективних дій та затягування часу у вирішенні цього питання може привести до тяжких наслідків. Так, результатом низького рівня життя є погіршення здоров'я, зменшення тривалості життя, погіршення демографічних показників в країні, оскільки більшість населення надають перевагу еміграції з метою покращення головним чином соціально-економічного стану.

Аналіз дослідження та публікацій. Питання бідності та розроблення шляхів вирішення цієї проблеми висвітлено у працях вітчизняних і зарубіжних науковців: Н. Власенко, Е. Реклю, А. Сміт, М. Волгін, Р. Спенсер, С. Кадомцева, Ю. Саєнко, В. Латік, Е. Лібанова, О. Макарова, Г. Назарова, О. Палій, Л. Черенько, М. Шаповал та ін. Слід зазначити й вагомий внесок у вирішення проблеми бідності фахівців міжнародних організацій: Ор-



ганізації Об'єднаних Націй, Світового банку, Всесвітньої організації охорони здоров'я, Міжнародної організації праці та ін.

Метою статті є визначення причин поглиблення бідності, ідентифікація ключових негативних наслідків, до яких вона призводить, і розроблення власного бачення вирішення проблеми.

Об'єктом дослідження є бідність як соціально-економічна категорія. Предметом є ідентифікація причин бідності в Україні та визначення напрямів її вирішення.

Виклад основного матеріалу. Термін «бідність» походить від англійського «poverty», що в перекладі означає «соціальне положення», що характеризується відсутністю необхідних матеріальних засобів для того, щоб проводити повноцінне (відповідно до норм прийнятих суспільством) життя. Наприклад, неможливість забезпечити матеріальний добробут родини, забезпечити доступ до вищої освіти дітям чи забезпечити сім'ю якісним медичним обслуговуванням.

Проблема бідності належить до рубрики так званих «вічних» проблем людства, зачіпає найрізноманітніші суспільні сфери, негативно впливаючи як на розвиток окремого індивіда, так і суспільства у цілому. Вона є центральним питанням економіки, соціології, політології, психології та обумовлена впливом безлічі чинників, серед яких стать, вік, професія, географічні умови й ін. Бідність веде до загострення соціально-економічної нерівності, перешкоджає суспільному розвитку.

Поняття бідності визначається як стан, за якого характерним є відсутність або недостатність доходів і необхідних ресурсів для прийняттого способу життя особи у суспільстві. Вірогідність збідніння залежить від способу життя, а також уміння за тих чи інших обставин використати наявний соціальний статус, знання, уміння, навички тощо.

Однак деякі науковці підкреслюють бідність як спадкове явище, оскільки діти з бідних сімей фактично позбавлені можливості здобути вищу освіту й отримати гідне працевлаштування та високу заробітну плату, а отже, приречені мати низькі доходи й обіймати непрестижні посади, потерпати від відсутності активів, почуття меншовартості та неспроможності не лише задовольнити власні потреби, а і забезпечити безбідне життя для нащадків і майбутніх поколінь.

Якщо розглядати соціально-психологічну й особистісну природу бідності, слід зауважити, що численні дослідження науковців доводять, що наявність рис і властивостей поведінки людини спричиняють психологічну готовність бути бідною. Тобто спричиняють ситуацію, коли саме людина є джерелом негараздів, такі особи:

- по-перше, ведуть нездоровий спосіб життя;
- по-друге, у своїх проблемах звинувачують усіх, окрім себе;
- по-третє, покладаються передусім на державне соціальне забезпечення, не приділяючи належної уваги зміні власного світогляду та активізації трудової діяльності;
- по-четверте, зневірилися у можливості докорінно покращити власне життя;
- по-п'яте, відмовляються від народження другої дитини або ж, навпаки, використовують державну соціальну допомогу по народженню як джерело доходу тощо [4].

Розглянувши вищезазначене, слід зазначити, що у сучасних умовах розвитку України, з огляду на економічну кризу, зовнішню збройну агресію, слабкість і неусталеність демократичних інституцій і практик, розповсюдженість культури бідності є не лише негативним суспільним феноменом, а довгостроковою небезпекою для перспектив виживання, сталого і демократичного розвитку країни.

Доведено, що, незважаючи на «вічність» цієї теми, вона продовжує залишатися невід'ємною рисою будь-якого суспільства. Так, «міжнародні параметри» крайньої бідності, що встановлено у розмірі 1,90 доларів США відповідно до паритету купівельної спроможності у день, не дає жодного уявлення про масштаби бідності в Україні. Саме тому в Україні для вимірювання національної межі бідності використовується дещо інші показники – нормативний та фактичний прожитковий мінімум.

За останні 20 років в Україні спостерігалися різкі коливання рівня бідності. Абсолютна бідність досягла двох пікових значень: у 2001 і 2015 рр. Соціально-економічна ситуація 2015 р. суттєво вплинула на картину бідності: показники бідності досягли пікових значень на тлі загострення кризових явищ в економіці попередніх років. Якщо у 2014 р. за межею фактичного прожиткового мінімуму перебувало 28,6 % населення, то у 2015 р. значення зросло до 58,3 %, тобто у два рази [10].



У період з 2015 по 2019 рр. спостерігалось стійке зниження бідності більш ніж на 15 процентних пунктів. У 2018 р. загальний рівень бідності в Україні складав 43,2 %, а бідність дітей сягала 49,9 %. У 2019 р., за даними Державної служби статистики, кожний другий українець був фінансово незахищеним. Для 51 % населення недоступними були непередбачені необхідні витрати з особистих коштів. Для порівняння: у 28 країнах Європейського Союзу (ЄС-28) цей показник дорівнював 32,5 %. Крім того, кожний п'ятий українець (21,1 %) не міг у повному обсязі та своєчасно оплачувати оренду, іпотеку, кредит або житлово-комунальні послуги; для порівняння: у ЄС-28 цей показник дорівнював 8,9 % [8].

Однак у 2020 р., в першу чергу в зв'язку з пандемією COVID-19, згідно з останніми прогнозами ЮНІСЕФ, досягнення України у скороченні бідності після кризи 2015 р. були зведені нанівець [10].

Отримані результати свідчать про те, що для сучасної України бідність є не лише негативним соціальним явищем, що визначає спосіб життя значної частини населення, але і фактором поляризації суспільства та посилення соціальної напруженості.

Встановлено, що, на відміну від розвинених країн, в Україні одним із головних чинників появи бідності є безробіття, що являє собою таку соціально-економічну ситуацію в суспільстві, за якої частина активних працездатних громадян не може знайти роботу, яку вони здатні виконувати, що обумовлено переважанням пропозиції над попитом.

Також на збільшення рівня бідності впливають такі чинники, як:

- скорочення робочих місць, що призводить до того, що значна частина населення емігрує у пошуках гідного працевлаштування;
- зростання інфляції у порівнянні з реальними доходами населення;
- скорочення, розпад підприємств;
- перенасичення ринку праці однорідними професіями, що призводить до неможливості реалізувати власну робочу силу;
- невідповідність ціни і вартості робочої сили працівника.

Крім того, поширення і поглиблення бідності пояснюється, як правило, економічними причинами: зростанням безробіття, низьким рівнем оплати праці, низьким рівнем соціального захисту і соціального забезпечення у країні, заборгованістю виплати заробітної плати, переведення на неповний робочий день тощо. На сьогодні заробітна плата є основним засобом існування людини та важливим фактором покращення фінансового стану громадян, як наслідок – одним із факторів впливу на рівень життя та рівень бідності населення.

Співвідношення рівня мінімальної заробітної плати та прожиткового мінімуму в Україні наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Динаміка прожиткового мінімуму та мінімальної заробітної плати в Україні за 2014–2020 рр.

Рік	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Прожитковий мінімум, грн	1176	1330	1544	1700	1853	2027	2118
Мінімальна заробітна плата, грн	1218	1378	1600	3200	372	4173	4723

Джерело: розраховано та складено за [2]

У європейських країнах з розвинутою економікою розмір мінімальної оплати праці встановлюється на рівні 35–40 % від середньої по країні (у нас 37 %) і вищий за прожитковий мінімум на 10–15 % [2]. А в країні мінімальна заробітна плата перевищує прожитковий мінімум на 3,6 %.

Бідність також пов'язана з існуванням такої категорії людей, які не в змозі заробляти у зв'язку зі старістю або станом свого здоров'я. Крім цього, в Україні починає формуватися хронічна бідність. Результатом цього може стати бідність наступних поколінь через незмогу отримати належну професійно-освітню підготовку, що призведе в майбутньому до їх низької конкурентоспроможності на ринку праці.

При цьому наслідками виникнення бідності в Україні є низький рівень народжуваності, погіршення стану здоров'я, неможливість отримати якісну освіту. Бідності неможливо уникнути чи подолати. Головне, що можна



зробити для того, щоб бідність не стала проблемою, це посилити контроль над нею і регулювання з боку державних органів влади.

Отже, проаналізувавши вищезазначене, слід підвести підсумок, що бідність є наслідком різноманітних і взаємопов'язаних між собою причин, які можна згрупувати таким чином:

- психологічні (пасивність у громадській діяльності, непродуктивне спілкування, слабка мотивація досягнень, страх перед змінами);
- економічні (безробіття, низька заробітна плата, низька продуктивність праці, високі ціни);
- соціально-економічні (низький рівень соціальних гарантій, соціальна незахищеність);
- демографічні (неповна сім'я, велика кількість утриманців в сім'ї);
- медичні (інвалідність, старість, високий рівень захворюваності);
- політичні (військові конфлікти, вимушена міграція).

Таким чином, чітке розмежування причин бідності в Україні за групами дає змогу визначити автору напрями зниження її рівня та запобігання її поглибленню. Тому, на нашу думку, застосування не лише активних дій уряду шляхом сприяння підвищенню доходів працюючих і пасивних – підвищення соціальної допомоги, що має справляти суттєвий вплив на зниження рівня бідності у країні, а й консультаційних і превентивних. Мається на увазі впровадження системи надання фахової допомоги та масової популяризації здорового способу життя, приділяючи належну увагу зміні власного світогляду та активізації трудової діяльності, готовності брати на себе відповідальність за власне забезпечення і намагатися приймати правильні рішення. Тому сприяння з боку суспільства, соціальний капітал особи може стати для цінним джерелом ефективного самовизначення і матеріального добробуту.

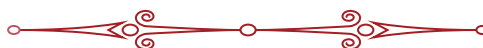
Виходом суспільства із «кризи поглибленої бідності» має стати соціально орієнтована економіка як механізм переробки ресурсів у товари та послуги для громадян, яка зрештою приведе до створення свідомого власника, зможе подолати масштабну бідність і зробить державу країною зі зростаючим добробутом.

Висновки. Таким чином, важливо зазначити, що немає єдиного визначення та розуміння бідності, оскільки це поняття є міждисциплінарним. Рівень бідності, ступінь його поширення і поглиблення залежить від низки чинників. Так, у результаті аналізу автору вдалось згрупувати такі основні групи причин, які ведуть до загострення бідності за умови бездіяльності, неефективності дій уряду на ін.: психологічні, економічні, соціально-економічні, демографічні, медичні та політичні.

Виходячи із зазначеного вирішення проблеми бідності та низького рівня життя населення в Україні слід пов'язувати не лише з економічним розвитком, а й з існуючою системою соціальних цінностей, ефективністю діяльності державних інститутів, дієвістю механізмів державного управління соціальним розвитком, результативністю співпраці органів державного управління, місцевого самоврядування і суспільства, громадян. Таким чином, основна зброя проти бідності – це комплексна політика, яка була б направлена, перш за все, на соціальний розвиток.

Науковий керівник – викладач Дем'яненко А. А.

Література: 1. Банерджі А., Дуфло Е. Економіка бідності. Як звільнити світ від злиднів. Київ : Наш формат, 2017. 312 с. 2. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. 3. Лібанова Е. Бідність: визначення, критерії та показники. *Україна: аспекти праці*. 1997. № 7. С. 9. 4. Лібанова Е. Подолання бідності: погляд науковця. *Україна: аспекти праці*. 2003. № 7. С. 26–32. 5. Офіційний сайт ООН. URL: www.un.org/. 6. Скуратівський В. А. Соціальна політика як суспільний феномен і вид практичної діяльності. *Вісник УАДУ*. 1997. № 1. С. 130–147. 7. Про Стратегію подолання бідності : Указ Президента України від 15.08.2001 № 637/2001. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/637/2001#Text>. 8. Стрішенець О. М., Єлисеєва Л. В., Ліщук В. І. Економічна теорія : навч. посіб. Луцьк : СНУ ім. Лесі Українки, 2014. 240 с. 9. Основи політичної науки: курс лекцій / за ред. Б. Кухти. Львів : Кальварія, 1998. 556 с. 10. ЮНІСЕФ боротьба з COVID-19 в Україні: початкові оцінки впливу на бідність. URL: <https://www.unicef.org/ukraine/media/5811/file/COVID%20impact%20on%20poverty%20ukr.pdf>.





ТІНЬОВА ЕКОНОМІКА: ВИДИ, ПРИЧИНИ, НАСЛІДКИ, ШЛЯХИ ДЕТІНІЗАЦІЇ

УДК 338.054.23

Ноженко А. О.

Студент 1 курсу
факультету міжнародної економіки і підприємництва ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У наведеній роботі проаналізовано види, причини та наслідки тіньової економіки (ТЕ), надано статистику рівня ТЕ в Україні та наведено приклади ефективних шляхів детінізації економіки.

Ключові слова: економіка, корупція, ТЕ, рівень ТЕ, тіньова зайнятість.



Annotation. The presented work analyzes types, reasons and consequences of the shadow economy (SE), the article provides statistics of the level of the SE in Ukraine and examples of effective ways to de-shadow the economy.

Keywords: economy, corruption, SE, level of the SE, shadow employment.



Тіньова економіка (далі - ТЕ) – це дуже популярна проблема сучасної економічної діяльності, тому дуже багато вітчизняних і закордонних авторів присвячують свої роботи аналізу та вирішенню цього питання. До них належать: О. Барановський, С. Біла, З. Варналій [1], О. Ладенюк [2], В. Мандибура, В. Мунтіян, В. Предборський, О. Турчинов, Д. Блейдс, Р. Гутманн, Е. де Сото та ін. Цей список збільшується з кожним роком, тому що ця проблема залишається актуальною протягом багатьох років.

Постановка проблеми. ТЕ завжди була проблемою, з якою постійно стикаються різні держави. Дуже важливо розуміти, через що рівень цієї «темної» економіки зростає, які він має наслідки та найголовніше – як боротися з цим показником, тому що бездіяльність з приводу цього питання може привести тільки до погіршення ситуації. Чим більший рівень ТЕ, тим складніше його знизити, тому треба діяти швидко та цілеспрямовано.

Мета статті – зрозуміти основні положення чинників ТЕ, проаналізувати дані по рівню ТЕ України за останні 10 років, виявити взаємозв'язок між ТЕ та тіньовою зайнятістю, знайти шляхи вирішення цієї проблеми.

Виклад основного матеріалу. Тіньова економіка – це сукупність різних легальних і нелегальних економічних процесів і факторів, які не регулюються державою та не враховуються офіційною статистикою (не входить до ВВП). Загальноприйнятих видів чи розділів ТЕ немає, але більшість учених виділяють такі різновиди: неофіційна, підпільна та фіктивна економіки.

- Неофіційними вважають ті економічні процеси, які є легальними, але про які не знає держава. Причина їх існування – небажання підприємців платити податки.
- Підпільна економіка – уся нелегальна діяльність, яка повністю заборонена законами певної держави.
- Фіктивна економіка – різні спекулятивні угоди, хабарництво, корупція та ін.

Причин формування та розвитку ТЕ досить багато, найвагоміші це: корупція, низькі ставки заробітних плат, високі податки. Але можна виділити й основні групи: економічні, соціальні, правові та державні (за І. Приварниковою).

Економічні причини:

- кризи фінансових систем;
- дуже високий рівень податків;
- складний механізм розрахунку податків.



Соціальні причини:

- високий рівень циклічного безробіття;
- низький рівень життя;
- нерівномірний розподіл ВВП.

Правові причини:

- відсутність певної границі між тіньовою та офіційною економікою;
- невдала підготовка робітників правоохоронних структур;
- дефіцит необхідних матеріально-технічних ресурсів для правоохоронних органів.

Державні причини:

- умови, що надають змогу використовувати державне майно та майно організаційних структур заради одержання неофіційного приватного доходу державними чиновниками та управлінцями;
- різноманітні види корупції в майже усіх сферах економічної діяльності.

Розуміючи причини ТЕ, можна казати про її наслідки. На перший погляд, ТЕ – це скоріше негативний процес, але, наприклад, видатний швейцарській вчений-економіст Д. Касел ще в 1980-х роках наголосив на трьох позитивних факторах ТЕ:

1. Перепади в кон'юктурі економіки є не такими різкими завдяки постійному переливу капіталу та ресурсів між легальною та ТЕ.
2. Тіньова зайнятість зменшую напругу в суспільстві та є основним видом заробітку для великої кількості населення.
3. ТЕ «підпитує» легальну, наприклад, багато ресурсів закупають за кошти з ТЕ.

Але ці ідеї підтримують не всі економісти. Більшість вважає, що ці позитивні наслідки не є вагомими порівняно з усіма негативними:

- руйнування господарських зв'язків;
- криза в економіці;
- втрата керованості та зростання економічної злочинності;
- розшарування суспільства (поділ на бідних та багатих);
- отримання доходу будь-якими засобами (хабарництво, спекуляція, крадіжки та ін.).

Певний рівень ТЕ присутній в кожній країні, але, наприклад, в розвинутих державах цей показник тримається на рівні 10–12 %, при цьому він не заважає нормальному функціонуванню економіки [4]. Але в Україні ТЕ, навпаки, досить довгий час займає вагоме місце, негативно впливає та заважає розвиватися економіці держави. Наразі ТЕ присутня в дуже багатій кількості та в усіх важливих секторах економіки: в торгівлі, нерухомості, будівництві, сільському господарстві та ін. Рівень тіньової економіки протягом багатьох років залишається на досить високому рівні (рис. 1).

Щоб подолати такий рівень ТЕ, треба розуміти, які чинники в цьому випадку викликають його. До таких чинників можна віднести:

- недосконалу фіскальну політику;
- постійні та непередбачувані зміни в податковій системі;
- високий рівень безробіття;
- ринкове середовище не є повноцінним;
- недоліки діяльності правової та судової влади.

Варто додати, що завдяки тіньовій зайнятості в нашій країні формуються доходи у багатьох городян. Рівень і масштаби тіньової зайнятості не можливо знизити доти, поки не знизиться рівень ТЕ в цілому. Але на сьогодні тіньова зайнятість за багатьма факторами являє собою ту єдину ниточку, за яку тримається велика частина населення.

Тіньова зайнятість постійно поповнює робочою силою ТЕ, без якої не можливе її існування. Усі причини розвитку ТЕ також поширюються на цей вид зайнятості, але головним серед них є: низькі заробітні плати, від-



сутність суворого покарання за такий вид діяльності та корупція. Але ліквідувати тіньову зайнятість без ліквідації ТЕ неможливо, тому треба долати першопричину проблеми [3].

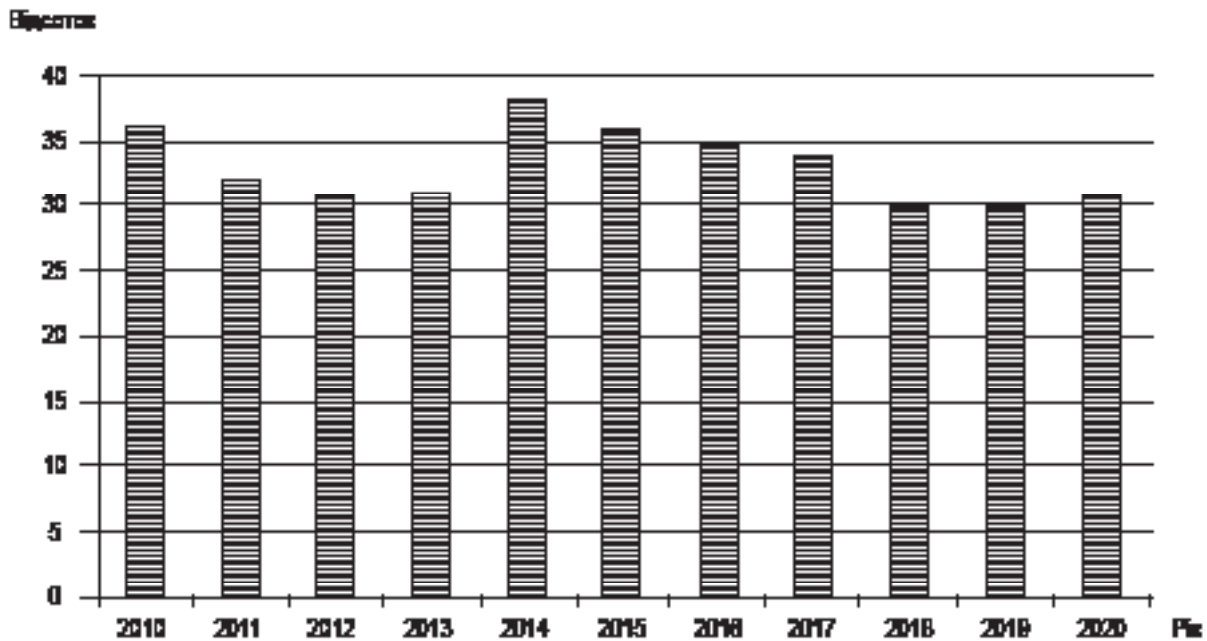


Рис. 1. Інтегральний показник рівня тіньової економіки в Україні (у % від офіційного ВВП)

Для виходу економіки з «тіні» держава повинна боротися саме з причинами ТЕ. Треба проводити радикальні міри, наприклад:

- створення стабільної податкової системи, яка буде базуватися на певній ставці податків, без урахування рівня рентабельності;
- створення всіх умов для офіційного оформлення малого бізнесу;
- впровадження серйозних покарань за корупцію та хабарництво та створення ефективно діючої правоохоронної системи;
- подолання високого рівня циклічного безробіття.

Також доцільним буде брати приклад з держав, які мають набагато нижчий рівень ТЕ. У Великій Британії посилено покарання за корупцію та підвищено рівень довіри громадян до влади, в Німеччині зменшено відрахування з заробітної плати, покращено та спрощено податкову систему, в Польщі введено заборону подарської діяльності, яка була пов'язана з податковим злочином, у США – сильний контроль державними соціальними службами за поширенням обсягів ТЕ [5].

Висновок. ТЕ має вагомий вплив не тільки на економіку, але й на соціум. Причин цього явища досить багато. Зокрема, вони пов'язані з неправильною економічною, правоохоронною та соціальною політикою уряду. Незважаючи на невелику кількість позитивних наслідків, все ж таки переважають негативні, які формують труднощі в розвитку економічних сфер діяльності. Україна, на жаль, входить до тих країн, де рівень ТЕ перевищує норму. Для подолання цього явища уряд держави повинен, враховуючи всі причини, запроваджувати зміни, які зможуть знизити цей показник.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Шифріна Н. І.

Література: 1. Варналій З. С. Тіньова економіка: сутність, особливості та шляхи легалізації : монографія. Київ : Вид-во НІСД, 2006. 576 с. 2. Ладенюк О. Д. Характеристика тіньової економіки в Україні. *Економічна наука*. 2017.



№ 8. С. 32–34. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/8_2017/10.pdf. **3.** Заглинський А. О., Хриплюк Б. В. Тіньовий ринок праці та його особливості в Україні. URL: <http://archive.nbuv.gov.ua>. **4.** Бакланова О. Г. Макроекономіка : навч. посіб. / за ред. М. І. Зверякова, 2015. 40 с. **5.** Приварникова І. Ю., Степанюк К. В. Тіньова економіка України: причини, обсяги та шляхи їх зменшення. *Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво*. 2010. № 2. С. 163–167.



СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В УКРАЇНІ

УДК 657.01

Носова В. Г.

Студент 2 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Досліджено сучасний стан і майбутні перспективи бухгалтерського обліку в контексті зміни технологічних укладів, тенденцій фінансової звітності. Визначено розробки теоретичних і практичних положень бухгалтерського обліку. Розглянуто проблеми оцінки стану розвитку сучасного бухгалтерського обліку.

Ключові слова: бухгалтерський облік, технологічні уклади, фінансова звітність, бізнес, оцінка розвитку.



Annotation. The current state and future prospects of accounting in the context of changing technological systems, trends in financial reporting and modern business ownership are studied. The development of theoretical and practical provisions of accounting is determined. The problems of assessing the state of development of modern accounting are considered.

Keywords: accounting, technological systems, financial reporting, business, development assessment.



Бухгалтерський облік є дуже важливим для інформаційних систем різних підприємств, адже він формує велику частку інформації, яка допомагає чітко уявити фінансово-економічний стан [1]. Також дослідження особливостей розвитку технологічних укладів і сучасних глобальних процесів дають можливість визначати стан бухгалтерського обліку і його розвиток. Незважаючи на потужні розробки у програмному забезпеченні системи бухгалтерського обліку, тенденції вимагають запровадження саме нових і ще більш ефективних технологій. Беручи до уваги розвиток програмного забезпечення, пов'язаний з новими можливостями використання техніки й технологій, треба також сказати про відсутність якісного ривка в розробці технологій штучного інтелекту. Досить актуальною є проблема уніфікації бухгалтерського обліку, тому що зростання інтеграції економіки до світового простору потребує прозорості принципів до формування прибутку, бази оподаткування та інвестування [2].

Дослідженням економічних порядків і перспектив займався Є. А. Єрохін. Проблеми автоматизації системи управління господарюючих суб'єктів і проектування автоматизованих систем управління підприємством



описувалися в роботах В. М. Жеребіна, Б. В. Алахова, В. М. Ісакова, В. Б. Лібермана, М. В. Мельник, Б. Е. Одінова, В. Ф. Палія, Ю. А. Ратмірова, А. Н. Романова, В. С. Рожнова, Д. В. Чистова, Е. Л. Шуримова й інших учених. Багато розробок вище указаних авторів присвячено основним питанням автоматизації облікової роботи як складової процесу управління підприємством. Проблема використання технологій в бухгалтерському обліку, наповнені праці таких вітчизняних науковців: К. О. Вольської, І. В. Бакової, А. П. Дикого, В. А. Соколенко, Ю. Ю. Дюлічевої, Р. І. Мачуги, С. Ю. Робул.

Мета статті – дослідження сучасного стану бухгалтерського обліку, його проблем і методів їх вирішення, а також визначення шляхів подальшого розвитку бухгалтерського обліку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Якщо порівняти поняття «національна система бухгалтерського обліку» і «система бухгалтерського обліку», можна затвердити, що бухгалтерський облік є підсистемою управління на кожному підприємстві і являє собою відкриту систему, а складові цієї системи залежать від впливу зовнішніх факторів. Одним із таких факторів є регламентація бухгалтерського обліку, яка є елементом системи, що не виступає частиною обліку, але зміни в якому можуть спричинити зміни в стані системи. Облікова система також впливає на зовнішнє середовище. Таким чином, облік – це інформаційна система управління, яка повинна постійно пристосовуватися до зростаючих потреб суспільства (рис. 1) [3].

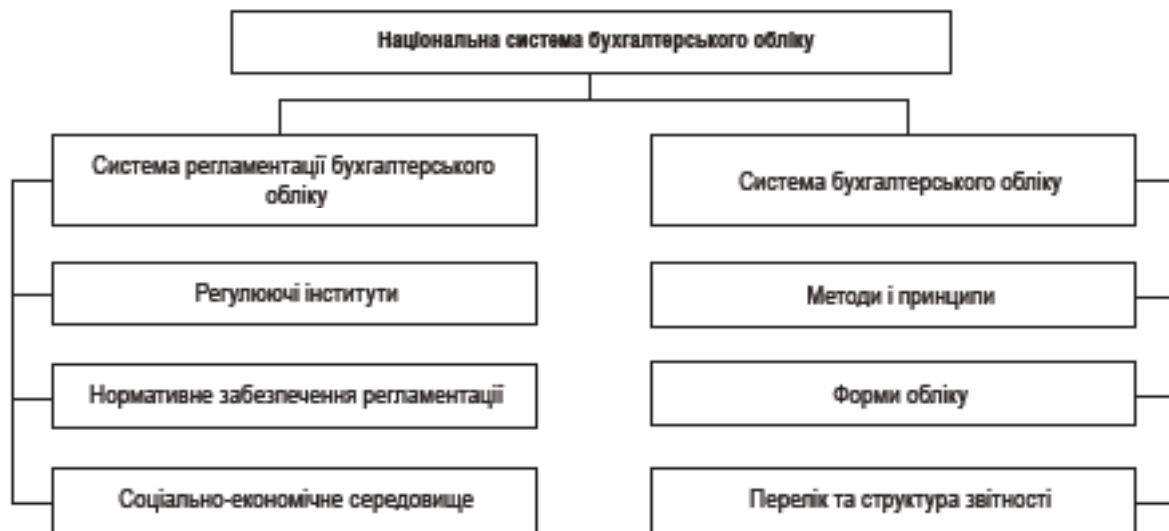


Рис. 1. Національна система бухгалтерського обліку

На сьогодні бухгалтерський облік має декілька систем, що дозволять наблизити нас до подолання виявлених обмежень бухгалтерського обліку.

Зазначимо, що система бухгалтерського обліку розвивається і змінюється вже багато часу, але все ж таки існує ще немало невирішених проблем, які наведено далі.

1) Після прийняття закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» протягом майже десяти років є невирішене принципове питання: за якими стандартами працюють наші підприємства – національними чи міжнародними? А також застосування стандартів іншими підприємствами, які працюють з фінансовими інструментами, інститутами інвестування, страховими компаніями, компаніями з управління активами, то це питання на законодавчому рівні також не вирішене [4, с. 106–107].

2) Наша держава, коли працює з міжнародними фінансовими інститутами, бере на себе деякі зобов'язання у сфері бухгалтерського обліку. Але та система державного регулювання, що є у нас, дуже застаріла й нездатна продукувати кінцевий результат, а тобто якісну та достовірну інформацію для прийняття рішень на рівні підприємств, регіонів, галузей і держави [5, с. 61–63].

3) Підготовка бухгалтерських кадрів. Міжнародний досвід і практика показують, що післядипломна підготовка й процес постійного підвищення кваліфікації практикуючих бухгалтерів – це прерогатива професійних бухгалтерських організацій.



Вирішення цих проблем допоможе покращити систему державного регулювання та реформування бухгалтерського обліку, адаптація до ринкових змін і міжнародних стандартів у системі прийняття рішень, і це все буде позитивною зміною для бухгалтерського обліку [4, с. 107–111].

Основними завданнями удосконалення системи обліку та контролю є: створення раціональної системи організації обліку на підприємстві; удосконалення вже існуючих методів оцінки та системи контролю на всіх етапах різних процесів; створення інформаційної бази обліку та контролю за центрами відповідальності та загалом по підприємству.

Система бухгалтерського обліку також має теоретичні, методологічні та регуляторні обмеження, які стримують її подальший розвиток. Виходячи з цього з'являється необхідність створення глобальної системи бухгалтерського обліку – системи збирання, перетворення й надання зовнішнім і внутрішнім користувачам надійної та своєчасної фінансової та нефінансової інформації про минулі й майбутні параметри діяльності підприємства та зовнішнього середовища.

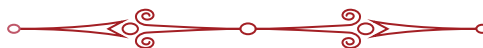
У сучасних умовах господарювання удосконалення технології збору та опрацювання економічної інформації можливе за умови автоматизації облікових процесів. Використання ручної та частково автоматизованої форми не дозволяє бюджетній установі своєчасно й оперативно отримувати необхідну інформацію для прийняття ефективних управлінських рішень. Підвищення оперативності облікових даних і посилення контролю за цільовим витрачанням бюджетних коштів можливе лише за комплексної автоматизації облікових процесів.

Шлях удосконалення бухгалтерського обліку на основі його цілісності, системності та дієвості – це збереження його концептуальних основ у межах чинного правового поля.

Отже, бухгалтерський облік розвивається і змінюється, але також має деякі невирішені проблеми, тому для скорішого їх подолання, а саме удосконалення системи бухгалтерського обліку, насамперед необхідно: дотримуватися умов активного розвитку різних облікових систем і методологічної бази бухгалтерського обліку; уніфікація методики визначення бухгалтерського обліку та показників фінансової звітності; гармонізація міжнародних стандартів фінансової звітності, з урахуванням вітчизняних потреб і можливостей методики обліку підприємницької та не підприємницької діяльності; безперервна професійна освіта, реалізація програми сертифікації бухгалтерів та аудиторів.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Серікова Т. М.

Література: 1. Васюта-Беркут О. І., Шепітко Г. Ф., Ромашевська Н. О. Теорія бухгалтерського обліку. Київ : МАУП, 2003. 176 с. 2. Голов С. Ф. Сучасний стан та перспективи розвитку бухгалтерського обліку в Україні : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.09. Київ, 2011. 31 с. 3. Голов С. Ф. Бухгалтерський облік в Україні: аналіз стану та перспективи розвитку. Київ : Центр учб. літ., 2007. 522 с. 4. Жук В. М. Актуальні проблеми бухгалтерського обліку і їх вирішення. *Фінанси України*. 2009. № 7. С. 100–113. 5. Кузьмінський Р. Реформування бухгалтерського обліку. *Фінанси України*. 2006. № 8. С. 59–63.





ОБҐРУНТУВАННЯ ЗАХОДІВ ЩОДО ЗНИЖЕННЯ РІВНЯ КОНФЛІКТНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

УДК 658.3:316.48

Овечкін К. В.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто проблему обґрунтування заходів щодо зниження рівня конфліктності на підприємстві. Досліджено визначення поняття «конфліктів на підприємстві». Визначено типи конфліктів, методи зниження рівня конфліктності на підприємстві й особливості попередження і вирішення конфліктів на підприємстві.

Ключові слова: конфлікт, управління, група, колектив, підприємство, особа.



Annotation. The problem of substantiation of measures to reduce the level of conflict at an enterprise is considered. The definition type conflicts of the concept of "conflicts at the enterprise" is investigated. Methods for reducing the level of conflict at the enterprise and the features of preventing and resolving conflicts at the enterprise.

Keywords: conflict, management, group, collective, company.



Актуальність обраної теми обґрунтовує той факт, що конфлікт завжди має місце у соціальних структурах, до яких і відносяться організації. В організації конфлікт впливає не тільки на внутрішній трудовий клімат, але і справляє вплив на ефективність діяльності персоналу, а отже, і на такі показники, як товарообіг і обсяг виробництва.

Теоретичні та методичні аспекти заходів щодо запобігання конфліктам на підприємстві висвітлено в роботах вітчизняних і зарубіжних учених: Іванова Т., Веснін В., Гришина Н., Дуткевич Т., Хасан Б., Козер Л., Захарчин Г., Дойч М., Боудинг К., Патнем Л.

Метою статті є узагальнення і розвиток теоретичних підходів і методичних положень щодо зниження рівня конфліктності на підприємстві.

«Організація – це багатогранне ціле, яке містить у собі не тільки індивідів з різноманітними статусами, громадськими установками й інтересами, але й різні соціальні формування, які прагнуть оволодіти більш значним місцем у структурі організації, змінити існуючі норми діяльності або систему взаємовідносин всередині організаційної структури» [1].

У науці управління досліджували конфлікти в адміністративній школі. Основним представником був Вебер. Він розглядав конфлікт як негативне явище, що асоціювалось із певною агресією, ворожістю, війною, суперечками, погрозами, що, своєю чергою, призводить до руйнування досягнутого балансу та може зашкодити діяльності будь-якої соціально-економічної системи [4; 5].

Конфлікт – це відсутність згоди між двома і більше сторонами, що можуть бути конкретними особами або групами осіб. Кожна сторона робить все, щоб була прийнята її точка зору або мета, і заважає іншій стороні робити те ж саме [5].

Однак серед дослідників присутня думка, що навіть в організаціях з ефективним управлінням деякі конфлікти не тільки можливі, але й бажані. Звичайно, конфлікт не завжди має позитивний характер. У деяких випадках він може заважати задоволенню потреб окремої особистості і досягненню мети організації в цілому. Наприклад, часто вам може трапитись людина, яка може сперечатися лише від того, що таким чином протестує проти колективу або керівництва, що, своєю чергою, знизить загальну ефективність вирішення проблеми.



Однак у багатьох випадках конфлікт допомагає виявити різноманітність точок зору, допомагає виявити більше число альтернатив або проблем, дасть додаткову інформацію тощо [3].

Необхідно розуміти, що інколи конфлікти необхідно не просто придушувати на їх початку, а тримати у певному контролі задля більш м'якого його згасання із ціллю отримати вигоду з цього.

У науковій літературі виокремлюють декілька типів конфлікту:

- внутрішньособистісний конфлікт;
- міжособистісний конфлікт;
- конфлікт між особистістю і групою;
- міжгруповий конфлікт.

Внутрішньособистісний конфлікт. Він може набувати різних форм, і з них найбільш розповсюджена форма ролівого конфлікту. Людині дають різні завдання на ціль її праці або, наприклад, коли вимоги виробництва не збігаються з особистими потребами або цінностями. Проведені дослідження виявили, що такий конфлікт може виникнути при низькій задоволеності роботою, низькій впевненості в собі і поганій організації, стресі [3].

Міжособистісний конфлікт. Це найпопулярніший вид конфлікту. В організаціях він виявляється по-різному. Найчастіше це боротьба керівників «за місце під сонцем», а саме за схвалення від вищого керівництва. Приклад можна побачити в змаганнях за стипендію між двома студентами однієї групи [3].

Міжособистісний конфлікт також може виявлятися і як зіткнення особистостей. Люди з різноманітними рисами характеру, поглядами і цінностями інколи просто не в змозі порозумітися з іншими. Як правило, погляди і мета таких людей абсолютно різні.

Конфлікт між особистістю і групою. Між однією людиною і рештою групи може виникнути конфлікт на підставі власної думки, що є протилежною думці решти групи. Мабуть, кожен зустрічав «білу ворону» серед колективу, яка не погоджується з рештою і робить так, як вважає за потрібне [3].

Міжгруповий конфлікт. Організації складаються з безлічі формальних і неформальних груп. Це трапляється, коли група звичайних працівників вважає, що керівництво з ними чинить несправедливо, або існує конфлікт між різними відділами підприємства. Приклад міжгрупового конфлікту – це конфлікт між профспілкою і керівництвом, коли профспілка потребує більше святкових вихідних для працівників, а працедавець, підраховавши збитки, не погоджується із цим.

Управління конфліктною ситуацією. Існує декілька ефективних засобів управління конфліктною ситуацією. Їх можна поділити на дві категорії: структурні та міжособистісні. Не варто списувати конфлікт лише на особистий характер конфліктуючих, варто зазирнути глибше і дійти до суті самого конфлікту [5].

Структурні засоби. Роз'яснення вимог до роботи.

Це один із найкращих засобів управління, що відвертає дисфункціональний конфлікт. Потрібно, щоб керівництво максимально чітко пояснило підлеглим їхні цілі, кожному працівникові або підрозділу окремо.

Координаційні та інтеграційні механізми. Це ще один засіб управління конфліктною ситуацією. Один із найрозповсюдженіших механізмів – ланцюг команд. Саме поступове виконання команд спростить підлеглим розуміння цілі. У разі виникнення конфлікту між двома підлеглими їм варто звернутися за вирішенням до свого спільного керівника.

Структура системи винагород. Принцип у тому, аби заохочувати тих працівників або відділи, що допомагають у розвитку загальної мети компанії. Це дасть можливість підлеглим краще зрозуміти, що до вподоби керівництву.

Також існують різні стилі поведінки під час вирішення конфлікту.

Міжособистісні стилі вирішення конфліктів:

- *Ухиляння.* Все просто: людина будь-що намагається ухилитися від конфліктних ситуацій, не вступати в дискусію тощо, навіть якщо це могло б допомогти досягненню спільної цілі.

- *Згладжування.* Людина буде намагатися заспокоїти конфлікт і не дати вийти йому на нові межі, однак триматися подалі від причини, що зрештою приведе до «вибуху» [3].



– *Примушення.* У рамках цього стилю переважають спроби змусити прийняти свою точку зору будь-якою ціною. Це переважно керівник, який наділений більшою владою, однак повністю подавити ініціативу працівників не вдасться, а відсутність погляду на справу з іншого ракурсу призведе до більш вірогідної помилки у прийнятті рішень.

– *Компроміс.* Кращий варіант розв'язку конфліктних ситуацій на пізніх стадіях, але інколи є небезпечним на ранніх стадіях конфлікту. Якщо конфлікт виник і його коренем є важлива проблема, то компроміс на цій стадії не дасть можливість відшукати альтернативного рішення.

– *Рішення проблеми.* Цей стиль відокремлює учасників конфлікту і дивиться більш глобально, намагається якнайкраще і вигідно вирішити проблему, а не йти на поступки тій чи іншій стороні.

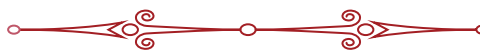
Нижче наведені деякі пропозиції з використання цього стилю вирішення конфлікту [1]:

- потрібно визначити проблему в категоріях мети, а не рішень;
- після того як проблема визначена, визначити рішення, прийнятні для всіх сторін;
- зосередити увагу на проблемі, а не на особистих якостях іншої сторони;
- створити атмосферу довіри, збільшивши взаємний вплив і обмін інформацією;
- під час спілкування створити позитивне ставлення один до одного, виявляючи симпатію і вислуховуючи думку іншої сторони.

Отже, запобігати конфліктам, знижувати їхній рівень і вміти їх вирішувати – це необхідні навички при керуванні підприємством. Поняття та класифікації конфліктів допоможуть легше справлятися із ними. Однак слід зрозуміти, що повністю уникнути конфліктів не вдасться навіть найталановитішому керівникові, оскільки конфлікт є невід'ємною частиною будь-якої групи людей.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Бутенко Д. С.

Література: 1. Бондар Н. Економіка підприємства : навч. посіб. Київ : А.С.К., 2004. 399 с. 2. Герасимчук В. Стратегічне управління підприємством: Графічне моделювання : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2000. 360 с. 3. Герасимчук В., Подорожко Г. Управління підприємством як соціально-економічною системою: функціональний підхід. *Економіка України*. 2003. № 4. С. 12–18. 4. Гетьман О., Шаповал В. Економіка підприємства : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ, 2006. 487 с. 5. Грейсон Дж. К. Мл., О'Делл К. Американський менеджмент на порозі ХХІ століття. Москва : Экономика, 1991. 390 с.



MARKETING STRATEGY OF RETAIL ENTERPRISES IN CRISIS

UDC 005.332

V. Ogbunuju

The 4-th year student
of the Faculty of Management and Marketing KhNEU S. Kuznets

Annotation. In the article the basic signs of crisis situation are considered in the retail business. The negative and positive aspects of crisis situation are shown for development of retail chains in Ukraine. The consequences of crisis situation are given in



the field of retail business and the ways of change of marketing strategies of retail chains are represented. It is proposed the bundle anti-crisis measures for retail chains in the marketing sphere as well as the necessary attributes of change of marketing strategy of retail enterprises.

Keywords: crisis, retail business, development, marketing strategy, anti-crisis.



Анотація. У статті розглянуто основні ознаки кризової ситуації в роздрібному бізнесі. Показано негативні та позитивні сторони кризової ситуації для розвитку торгових мереж в Україні. Наведено наслідки кризової ситуації у сфері роздрібного бізнесу та шляхи зміни маркетингових стратегій торгових мереж. Запропоновано комплекс анти-кризових заходів для роздрібних мереж у сфері маркетингу, а також необхідні атрибути зміни маркетингової стратегії роздрібних підприємств.

Ключові слова: криза, роздрібний бізнес, розвиток, маркетингова стратегія, антикризовий.



Formulation of the problem. Retail chains have been evolving over the past eight years excessively fast and were unprepared to work in a crisis. Most of them developed extensively by attracting foreign investment. In a liquidity crisis, falling consumer activity, retail chains are forced to reorient their own activities, abandon plans for rapid expansion of the domestic market in favor of strategy organic growth. This requires a review of marketing strategies and the formation of a complex anti-crisis marketing actions.

Questions of analysis and assessment of the current crisis D. Demchenko, K. Druzheruchenko, N. Honcharuk, E. Kurchaya, T. Nikolaeva, O. Popova, T. Roik and others dealt with situations in the sphere of functioning of retail network enterprises. However, in business and The scientific literature pays very little attention to the directions of change in marketing strategy retail enterprises namely: in a crisis and uncertainty of their further development.

The purpose of this article is to identify the main focus of change marketing strategy that will allow retailers to better adapt to the current one situations and move to qualitatively new marketing strategies that will allow retailers get out of the crisis with the least losses.

Ukrainian retail business has developed in recent years extremely active pace. The share of hyper- and supermarkets in the annual turnover for In 2018–2020 it increased from 23 % to 30 %. The number of such trade establishments in 2020 is comparable since 2019 it has increased by 20 % to 1,351 units. The number of open markets decreased by 5 % [1, p. 40]. During 2018–2020, Ukraine became a leader among European countries average growth rate of retail sales – 24.2 %, ahead of Russia (19 %), Romania (17.9 %), Bulgaria (15.1 %), Slovakia (7.9 %), Poland (7.8 %), Hungary (7.5 %) [2, p. 24]. But, in retail there are signs of a crisis situation:

1. Catastrophic loss of Ukraine's position in the international investment rating attractiveness of countries in the field of retail A.T. Kearney (from 5th in 2018 to 17th place in 2020) [5, p. 44]. This is primarily due to political instability, high inflation, rising fuel prices, shortage of land resources and qualified personnel.

2. Refusal of foreign trade networks from direct expansion of the Ukrainian market or closure of an existing business. In particular, the Estonian DIY network "Bauhof" has announced the curtailment its activities in Ukraine in connection with the global financial crisis in Europe and the political instability in Ukraine [1, p. 50]. After a three-year period in Ukraine, she closed her business Russian network "Paterson", selling its Kiev establishments and not keeping promises to increase their number is up to 20.

3. Deterioration of credit policy of commercial institutions. Debts of most domestic networks 5-10 times higher than the profit [5, p. 18]. After the banks rolled out long-term lending, and refinance and issue short hryvnia loans began at 20-30% per annum (against 13–14 % in 2019), many companies have to revise their development plans and conditions organization of economic activity. Since the summer of 2020, most developers have been forced to freeze construction in order to reconsider their plans in a year or two. So, it is possible to state about the facts of restriction of possibilities of construction of new trade objects, increase in the number of unfinished construction projects and increase in the cost of opening new ones institutions (about 30%).

4. Falling profitability of retail business to 1–2 % [4, p. 40]. The profitability of Ukrainian retail is falling due to the constant growth of rental rates for retail space, which only in 2008 increased by 25–30 % [3, p. 30]. Large retail chains are forced to diversify their business, preferring the highly profitable construction of shopping centers. In addition, some retailers are forced to maintain prices on an appropriate list of social goods, or even lower prices to retain customers.



5. Deterioration of settlements of trade networks with suppliers. Burdened with debts retailers are trying to solve their problems at the expense of suppliers.

In particular, the funds invaded for products are used to pay salaries to employees, pay rent premises and repayment of bank loans to eventually escape default [1, p. 29]. Some suppliers, mostly importers of non-food products, are unwilling put up with the new conditions of the game, begin to stop shipping goods to networks that delay payment. This explains the situation in some retail chains, on the shelves of institutions which clearly reduced the goods. However, not everyone decides to leave organized retail, and therefore suppliers have the opportunity to obtain more favorable delivery terms.

6. Reducing the purchasing activity of consumers seeking to buy goods for affordable prices. A sharp decline in consumer lending and rising prices for imported goods after the October devaluation of the hryvnia, Ukrainians became less likely to buy expensive things. Another factor in reducing purchasing activity is the increase in unemployment in the country.

There was an almost 30 % decrease in demand for household appliances and electronics, as well as significant decline in sales in the automotive market [2, p. 25]. Sales also decreased perfumery and cosmetics. Consumption of food has not decreased, but citizens of lower-than-average incomes began to buy cheaper goods. Even consumers with high and average incomes began to treat their purchases more moderately, and therefore gradually reduced costs for the purchase of premium goods. For the first time in eight years, it has declined index of consumer sentiment of Ukrainians. Most of our compatriots are negative current and future well-being, financial situation of the household, purchasing activity and economic trends in general. During 2019–2020, the share of Ukrainians' expenditures on products nutrition in total income decreased to 40 %. However, in 2019 the share of product costs and basic necessities can increase to 65 %.

7. Slowing down the pace of retail development. Decrease in purchasing activity already affected the dynamics of retail trade. If in May 2018 sales growth exceeded 30 %, in October this figure dropped to 23 %. Following the results of 2008 retail sales are likely to increase by 20 %. We should expect a reduction in retail turnover, and in all product categories: for non-food products – at least 20 %, for food – by 10 % [3, p. 132].

8. Outflow of customers from large-format retail establishments in favor of small ones non-network establishments and markets. The share of the latter in the overall structure of retail trade may increase by 5–10 %. In addition, it seems that in the Ukrainian retail business is not yet end understand the value of the postulate, which proclaims the dependence of the increase in total volume sales and net profit from increasing customer satisfaction. In the consumer market Ukraine today is experiencing a decline in customer loyalty, which is due to the weak level of service [5, p. 58].

In times of crisis, people prefer low prices to quality goods, and therefore try to buy goods where they are more «profitable» – y small shops and markets. Dismissals should not be expected in all networks, but they will definitely get worse social standards and reduce the level of social benefits. In turn, this will lead to an outflow highly qualified specialists of scarce specialties in retail trade.

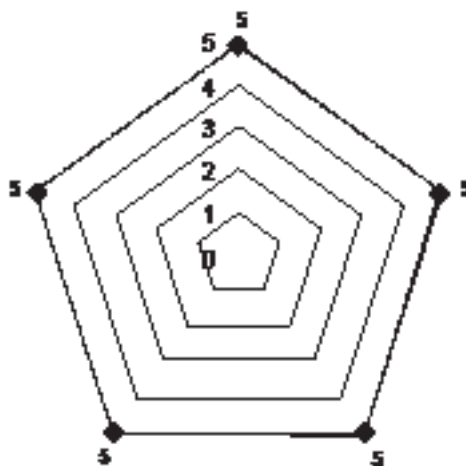


Fig. 1. Score assessment of retail strategy of enterprises 2020



However, in today's situation in retail there are positive aspects:

1. The market will remain strong and resilient companies capable of competitive competition, in particular to foreign competitors. The success of domestic retailers is explained not so much market emptiness, how much their better understanding of the specifics of regional markets, ability to adapt the range to the preferences of local consumers. In addition, domestic operators today they will win the strategic struggle for the location of institutions.

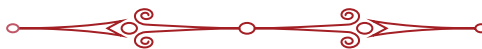
2. Domestic trade networks will be developed not for sale to trade TNCs, but to form their own national culture of trade. Those are experiencing great difficulties enterprises that collapsed with the intention of being sold to foreign owners. However, if foreign markets simply stagnated before the crisis, they are currently showing negative indicators pace of development. Therefore, the plans of domestic enterprises can be changed until such time as foreign operators will be able to optimize their own costs and resume purchase negotiations business. But already today a significant number of commercial establishments have opportunities for improvement service culture and, consequently, increasing internal competitive advantages.

3. The relations between trade networks and their suppliers will improve. Until the fall In 2020, almost all distributors and manufacturers paid retailers for shelves, for joining the network, financing marketing campaigns and deducting interest on sales. Except moreover, most networks used virtually interest-free commodity credit, introducing system of deferral of payments for the delivered goods. All these deductions amounted to 10 % cost of goods. Suppliers had to agree to such onerous conditions as retailers easily changed sources of supply. The traditional post-New Year sales decline, exacerbated by the economic crisis is likely to provoke an escalation of the conflict between suppliers and retailers. Large distributors and manufacturers may try to switch on prepayment or will find other mechanisms of settlement with networks. Suppliers hope for certain concessions from the networks – increasing the space on the shelves occupied by the product, reducing the amount of additional payments. At worst, suppliers, especially those that have excessive receivables and experience an acute shortage of working capital, can refocus on working with open markets, independent trade institutions. Note that 70% of the retail market today is the so-called «linear» retail [4, p. 97]. But leaving the retail chains does not suit all manufacturers. For example producers of excisable goods (tobacco, alcohol) are prohibited from trading on open markets. Except In addition, such a reorientation of manufacturers and distributors will only be temporary.

According to Darwin's theory of evolution, he does not win the struggle for existence stronger, and adapted neck. This rule also applies in business. Functions of marketers in the company in the period the troubles should only intensify. Most executives look at marketing from a position digits – market share or advertising costs, etc. But marketing strategy today is not only low-budget stocks or a simple reduction in commodity prices. Today's marketing strategy should cover even the smallest details that may turn into strategic advantages. Practice shows that even with giants, small companies can to fight through the implementation of non-standard moves that can be created by implementing those the innovations themselves. And for this it is necessary to contact employees, motivating them to independent work, because they are primarily carriers of the core values and ideas of the company, in particular and marketing.

??Supervisor – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor Mazorenko O. ??.

Literature: 1. Story M., French S. Food advertising and marketing directed at children and adolescents in the US. *Int J Behav Nutr Phys Activity* 2004;1:3. 2. European strategy for making the Internet a better place for children. Opinion TEN/489 EESC-2012-1518. Brussels : European Economic and Social Committee; 2012. URL: <http://www.eesc.europa.eu/?i=portal.en.ten-opinions.23764>. 3. Marketing our brands responsibly. Our marketing code. McLean, VA: Mars, Inc. URL <http://www.mars.com/global/about-mars/mars-pia/our-brands/communicating-responsibly/marketing-our-brands-responsibly.aspx>). 4. Cairns G., Angus K., Hastings G., Caraher M. Systematic reviews of the evidence on the nature, extent and effects of food marketing to children. A retrospective summary. *Appetite*. 2013. Vol. 62. P. 209–215. 5. Montgomery K., Chester J. Digital food marketing to children and adolescents: problematic practices and policy interventions. Oakland, CA : National Policy and Legal Analysis Network to Prevent Childhood Obesity; 2019. URL: https://www.foodpolitics.com/wp-content/uploads/DigitalMarketingReport_FINAL_web_20111017.pdf.





СТАН ЕКОНОМІКИ НОРВЕГІЇ, ЇЇ НАЙГОЛОВНІШІ ЧИННИКИ ТА РОЛЬ У СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

УДК 338; 339.5

Осьмачко М. С.
Гончаренко Г. А.

Студенти 1 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У цій статті розглянуто та статистично проаналізовано економіку Норвегії, особливості її розвитку, економічну політику. Проведено аналіз двох найцінніших промисловостей, а саме нафто- та газовидобувну, величини експорту нафти й газу та його вплив на світову економіку.

Ключові слова: ВВП, економіка, розвиток, експорт, видобування, нафта, газ, промисловість.

Annotation. In this article the economy of Norway, features of its development, economic policy are examined and statistically analyzed. The two most valuable industries such as oil and gas extraction, volume of oil and gas exports and its influence on the world economy are analyzed.

Keywords: GDP, economy, development, export, extraction, oil, gas, industry.

На цей момент Норвегія є дуже розвиненою країною і має свої особливості в економіці. Одними з найголовніших чинників розвитку економіки Норвегії є нафто- та газовидобувна промисловість. Вони відіграють дуже важливу роль і приносять більше третини від усіх доходів країни. Експорт нафти загалом займає більшу частину експорту всієї Норвегії.

Актуальність цієї теми пов'язана з тим, що нафта та газ є одними з найцінніших ресурсів всього світу. Тому важливо проаналізувати економіку Норвегії як одного з головних видобувачів, експортерів нафти та газу, а також вплив цих промислів на економіку країни та світу в цілому.

Досліджуванням цієї теми займалися: Губанов В. [1], Талагаєва Д., Тращенко А. [2], Трунін П., Ібраєв Р., Сорокіна А. [3], Савосін Д. [4] та ін.

Метою статті є дослідження та аналіз особливостей економіки Норвегії, нафтовидобувної та експортної складової цієї країни.

Політика Норвегії спрямована на інновації, освіту та забезпечує найменший розрив між доходами. Норвегія володіє найбільшим у світі фондом національного добробуту, який поповнюється від продажу нафти й газу. Гроші цього фонду спрямовані на довгострокове економічне планування.

Окрім швидкого та стабільного розвитку національної економіки, Норвегія змогла конвертувати економічне зростання у високий рівень життя людей країни. За даними на 2020 рік, ВВП Норвегії становить 367 млрд дол., інфляція становить 1,4 %, ВВП на душу населення – 68 тис. дол., безробіття – 4 %. Доречно сказати, що інфляція за останні 30 років не перевищує 4 %, що є ідеальною статистикою.

За показником ВВП на душу населення, Норвегія взагалі посідає 5 місце у світі і набагато перевищує середнє значення – 12, 549 тис. дол. Незважаючи на високий рівень цін, Норвегія має один з найбільших показників середнього доходу на людину в день, а саме 60,4 дол. [4].

Такі високі показники досягаються внаслідок доступності та стабільності працевлаштування, рівня заробітної плати. Норвегія не встановлює мінімальну плату. Окрім того, 54 % працівників працюють у профспілках. Для порівняння: у США членами профспілки є 11 % робітників, у Великій Британії – 25 %.



Не можна не зазначити, що Норвегія намагається позбутися гендерної нерівності. Підтвердженням цього є те, що ця країна сягає 4 місце, співвідношення доходів жінок і чоловіків дорівнює 0,79.

Роботодавці можуть вибрати жінку замість чоловіка, якщо вона майже так само підготовлена. У Норвегії серед технічних робітників більше жінок, аніж чоловіків. Таким же чином, чоловіків, так само як і жінок, вибирають на роботу, пов'язану з доглядом за дітьми [1].

Нижче запропоновано розгляд основоположних промисловостей, а саме нафто- та газовидобувної, їх експорт і вплив на економіку Норвегії.

Газ і нафта завжди були і є найціннішими товарами на світовому ринку. Північне, Норвезьке та Баренцове моря, що є найважливішими джерелами газу й нафти, дають Норвегії достатньо ресурсів як для зовнішньої торгівлі, так і для споживання. Завдяки цим ресурсам країна посідає третє місце у рейтингу держав з експорту природного газу та п'яте місце з експорту нафти. За даними експертів, доходи з експорту газу й нафти виростили до більш ніж 40 % від усіх експортних операцій країни та становлять майже 20 % від усього ВВП. Станом на 2012 рік інвестиції в нафтову галузь становили 7,8 млрд дол., що є 46,9 % від усіх інвестицій у країні [2].

Одним із найважливіших ресурсів на території Норвегії є природний газ. Хоча його запаси не такі великі (приблизно 2 трлн куб. м, що становить 1 % від загальносвітового запасу копалини) порівняно з іншими країнами світу, газ, як і нафта, став провідним ресурсом Норвегії для зовнішньої торгівлі. У 2011 році було здобуто понад 103 млрд куб. м природного газу, що становило 3 % від світового обсягу. У тому ж 2011 році Норвегія експортувала майже 98 млрд куб. м газу, що дорівнювало 95 % обсягу його здобування, що сприяло зростанню частки країни у світовому експорті газу до 9–10 % [3]. Станом на 4 кв. 2020 року видобуток газу в листопаді становив 9,57 млрд куб. м/добу, що менше за прогноз The Norwegian Petroleum Directorate (NPD) у 10,1 млрд куб. м/добу. Порівняно з жовтнем того ж року обсяг добутого газу зріс на 6,6 %, але порівняно з листопадом 2019 року – впав на 4,7 %.

Нафта з Північного моря є еталоном якості для світового ринку. Починаючи з 1969 року, коли були відкриті запаси нафти в Північному морі, населення Норвегії активно шукало ефективні способи її видобутку на територіях, що належали Норвегії. У 2010 році на континентальному шельфі країни спостерігалось 50 родовищ. Розглянемо одного з найважливішого видобувача нафти в Норвегії – North Sea Brent (NSB). NSB містить у собі чотири підвиди: Brent, Forties, Ekofisk та Oseberg. Останні два видобуваються на родовищах Норвегії. У середньому за 2010–2013 роки в загальному обсязі здобутої нафти марки NSB частка норвезьких родовищ Ekofisk та Oseberg становила 44 % (440 тис. барелів у день) [2].

За даними NPD, обсяг видобутої нафти в Норвегії у квітні 2020 року становив 1,783 млн бар./добу, що на 1,8 % більше за рівень березня того ж року. У періоді з 2009 до 2012 рр. частка Норвегії в загальносвітовому експорті нафти була 4 % – сьоме місце у рейтингу експортерів нафти. Навіть на сьогодні країна залишається на сьомому місці у цьому рейтингу з експорту цієї сировини. У 2018 р. нафтогазовий сектор приніс Норвегії 18 % від сукупного ВВП країни та 62 % всього експорту [4].

За видобутком та використанням газу й нафти слідкують державні установи та компанії, що були створені самою державою:

- 1) Statoil (зараз – Equinor) – нафтова компанія, яка володіє приблизно 65 % усіх нафтових свердловин;
- 2) Petoro, яка повністю регулюється країною та володіє однією третю всіх нафтогазових запасів Норвегії;
- 3) State's Direct Financial Interest (SDFI);
- 4) та Державний пенсійний фонд – Глобальний (ДПФ-Г) (раніше – Державний нафтовий фонд).

В економіці Норвегії є важливий момент: при коливанні цін на світовому ринку на паливні копалини створюється ризик щодо економіки країни, оскільки нафтогазовий сектор є двигуном її економічного розвитку. Для того щоб запобігти залежності країни від волатильності цін на енергоносії, протидіяти наслідкам майбутнього падіння доходів, а також для згладжування наслідків сильних коливань цін на нафту, у 1990 році був створений нафтовий фонд. У цьому фонді вчислюються надприбутки нафтової промисловості Норвегії на їх подальше інвестування у міжнародні активи. Станом на вересень 2017 року вартість активів фонду досягла 1 трлн дол., що приблизно дорівнює 1 % від світового фондового ринку, та на жовтень 2019 року цінність фонду досягла 10 трлн норвезьких крон.



Отже, Норвегія – найінклюзивніша з усіх економік у світі. Завдяки своїй прозорості та чесності країна з кожним роком дедалі кращає, підвищуючи рівень життя свого населення. Значну роль у розвитку Норвегії відіграє газонафтовий сектор, який приносить величезні прибутки, які складають понад 20 % від усього ВВП, країні та має величезну роль у зовнішньоекономічній політиці держави.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Шифріна Н. І.

Література: 1. Губанов В. Норвегія, Финляндия и Швеция почти избавились от гендерного неравенства. 2019. URL: <https://www.kp.ru/daily/26951.4/4003692/>. 2. Талагаева Д. А., Тращенко А. А. Роль нефтяных ресурсов Северного моря в экономике Норвегии. *Вестник МГИМО-Университета*. 2015. № 4 (43). С. 263–270. 3. Трунин П. В., Ибраев Р. Х., Сорокина А. В. Роль нефтегазового сектора в экономике Норвегии. Москва : Дело, 2014. 174 с. 4. Савосин Д. Добыча нефти в Норвегии в апреле 2020 г. выросла на 4,5 % по сравнению с мартом. 2020. URL: <https://neftegaz.ru/news/dobycha/549824-dobycha-nefti-v-norvegii-v-aprele-2020-g-vyroslo-na-4-5-po-sravneniyu-s-martom/>.



ТЕХНОЛОГІЯ АНАЛІЗУ Й ОЦІНКИ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.15

Очиченко О. Д.

Студент 4 курсу
факультету фінансів і обліку ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті розглянуто підходи науковців до визначення сутності понять «бізнес-процес» і «бізнес-модель»; охарактеризовано мету моделювання; побудовано структурно-функціональну модель підприємства; проведено декомпозицію структурних блоків моделі з конкретизацією складових; сформовано висновки з проведеного дослідження.

Ключові слова: *бізнес-процес, структурно-функціональна модель, декомпозиція, графічне моделювання IDEF.*



Annotation. The article considers the approaches of scientists to determine the essence of the concepts of business process and business model, characterized the purpose of modeling, built a structural and functional model of the enterprise, decomposed the structural blocks of the model with specification of components, formed conclusions from the study.

Keywords: *business-process, structural and functional model, decomposition, graphic modeling IDEF.*



Інтеграція національної економіки у світовий простір, вплив конкуренції на зовнішніх і внутрішніх ринках зумовлює підприємства використовувати більш новітні технології, що будуть виділяти їх серед інших. Безупинні зміни технологічних процесів, матеріалів, вподобань клієнтів мають безпосередній вплив на господарську діяльність підприємства та його фінансові результати.



На цей момент у сфері підприємництва відбувається активне зростання концепцій управління бізнесом за допомогою спеціалізованого обладнання, що полегшує роботу керівного персоналу, розширює аналітичні відомості про процес господарювання на підприємстві.

Вивченням питань моделювання бізнес-процесів займалися такі вітчизняні вчені, як С. І. Бай, В. С. Пономаренко, С. В. Мінухін, С. В. Знахур, С. І. Маторін, Г. М. Калянов, Б. М. Андрушків, О. П. Полтініна, а також такі іноземні науковці, як А. Остервальдер, Д. Марк, Дж. Форестер та ін.

Одним із головних концептів адміністрування є управління на базі бізнес-процесів на підприємстві. Проте слід зауважити, що впровадження такого інструменту управління потребує ретельної підготовки, а саме: адаптація моделювання бізнес-процесів під структуру підприємства, масштаби діяльності, специфіку господарювання, наявне інформаційне забезпечення. Таким чином, процес створення моделей бізнес-процесів відіграє важливу роль у підвищенні результативності підприємницької діяльності.

Метою дослідження є створення структурно-функціональної моделі оцінки й аналізу фінансової безпеки на прикладі підприємства ТОВ «Стальмаркет».

Розглянемо трактування бізнес-процесу вітчизняними вченими.

Т. С. Морщенок вважає, що бізнес-процес – це певна сукупність послідовних, систематично між собою пов'язаних дій, за якими передбачається реалізація стратегії розвитку підприємства (суб'єкта господарювання) [1].

На думку Б. М. Андрушківа, бізнес-процес підприємства являє собою логічний ланцюг пов'язаних між собою послідовних і керованих дій, завдяки яким вхідні параметри підприємства (ресурси) перетворюються на вихідні (продукцію, послуги, прибуток тощо) з метою забезпечення високого рівня результативності діяльності підприємства, а також задоволення потреб зацікавлених осіб [2].

Л. Г. Ліпич підкреслює, що бізнес-процес – це цілісна сукупність взаємоузгоджених дій, серед яких доцільно виділяти завдання та функції, що спрямовані на трансформування ресурсів у результати виробничо-господарської діяльності за певний визначений період часу із використанням технологій [3].

Метою моделювання є систематизація знань про компанію та її бізнес-процеси в наочній графічній формі з тим, щоб в подальшому дані процеси можна було аналізувати і вдосконалювати. Моделювання бізнес-процесів дозволяє проаналізувати не тільки як працює підприємство в цілому, як воно взаємодіє із зовнішніми організаціями, замовниками та постачальниками, але і як організована діяльність на кожному окремо взятому робочому місці [4].

На сьогодні найвідомішими мовами (нотаціями) графічного моделювання бізнес-процесів є UML, ARIS, IDEF (IDEF0, IDEF3), BPMN. Але найбільш широко використовується методологія опису бізнес-процесів – стандарт США IDEF [4].

За допомогою методології сімейства IDEF можна ефективно відображати й аналізувати моделі діяльності широкого спектра складних систем у різних розрізах. До сімейства IDEF відносяться такі стандарти: IDEF0 – методологія функціонального моделювання, яка за допомогою наочної графічної мови представляється у вигляді набору взаємозалежних функцій [5].

Таким чином, структурно-функціональна модель на основі програмного забезпечення Ramus за стандартом IDEF0 є множиною діаграм, що розбивають складний об'єкт на складові частини, які зображені у вигляді блоків. Деталі кожного з основних блоків зображені у вигляді блоків на інших діаграмах. Кожна детальна діаграма є декомпозицією блоку з більш загальної діаграми (діаграми більш високого рівня).

Декомпозиція – це процес створення діаграми, що деталізує певний блок і пов'язані з ним дуги. Результатом її є опис, який є «розламуванням» батьківського блоку на менші та більш приватні функції. Вона включає також синтез. Декомпозиція полягає в початковому відокремленні об'єкта на дрібніші частини й подальшому з'єднанні їх у детальніший опис об'єкта. Модель показує тільки результат взаємодії аналізу та синтезу [6].

Модель AS – IS або модель «як є» створюється на основі існуючої структури, діяльності підприємства. Ця модель дає змогу висвітлити функціональні залежності, підпорядкування, процеси, що здійснюються на підприємстві, а також виявити проблемні місця, що притаманні для конкретного бізнес-процесу, знайти можливі шляхи оптимізації діяльності. Модель AS – IS наведено на рис. 1.



Використовується в: ТОВ «Стальмаркет»	Автор: Овчаренко О. Д.	Дата: 09.02.2021	Розробляється	КОНТЕКСТ: Догори
	Примітка: Сфера та аналіз фінансової безпеки підприємства	Ревізія: 17.02.2021	Чернетка	
	Примітка: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10		Рекомендації	
			Публікація	

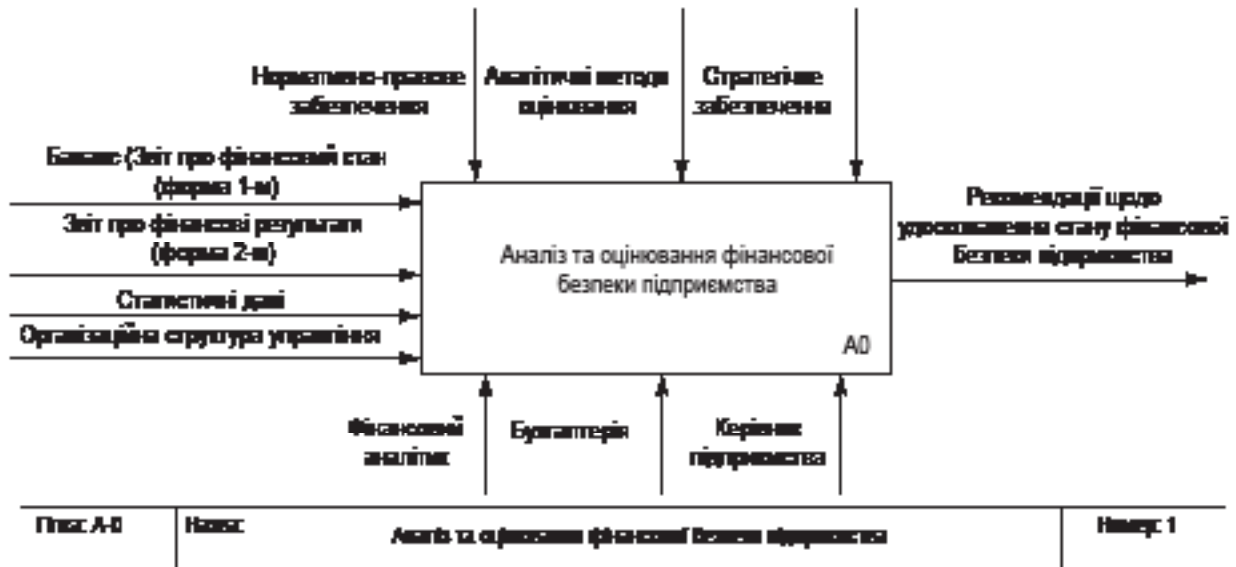


Рис. 1. Структурно-функціональна модель AS – IS підприємства ТОВ «Стальмаркет»

Основний блок діаграми, що відображає сутність дослідження, мету створення визначений як «Аналіз та оцінка фінансової безпеки підприємства».

Вхідною інформацією моделі є «Баланс» (Звіт про фінансовий стан, форма 1-м), Звіт про фінансові результати (форма 2-м), статистичні дані та організаційна структура підприємства.

Блок управління визначений нормативно-правовим забезпеченням, стратегічним забезпеченням та аналітичними методами оцінювання діяльності підприємства.

Механізм управління процесом представлений фінансовим аналітиком, бухгалтерією та керівником підприємства.

Вихідним елементом моделі виступають рекомендації щодо удосконалення стану фінансової безпеки підприємства.

Наступним етапом є декомпозиція основної діаграми на структуровані рівневі діаграми. Декомпозицію наведено на рис. 2.

Декомпонований процес складається з чотирьох основних етапів:

- збір і групування статистичних показників на основі фінансової звітності підприємства;
- аналіз фінансового стану;
- діагностування фінансової безпеки;
- розроблення заходів щодо підвищення рівня фінансової безпеки підприємства.

Отже, початковим етапом є безпосередній збір даних і їх оформлення для подальшого використання при аналізі фінансового стану за допомогою аналітичних методів оцінювання.

Проілюструємо декомпозицію блоку «Збір та групування статистичних показників» (блок А1) (на рис. 3).

Цей блок представлений трьома основними процесами, у ході яких буде сформований інформаційний масив даних. Слід зазначити важливість процесу пріоритизації, оскільки структура та діяльність підприємства вимагає більш виваженого підходу визначення основних показників до аналізу. Механізм представлений фінансовим аналітиком і бухгалтерським складом.



Виправдовується в: КВ «Стальарм»	Автор: Шевченко О. Д.	Дата: 09.02.2021	Розробляється	КОНТЕКСТ: ■
	Примет: Свіжес та аналіз	Резюме: 17.02.2021	Чернетка	
	Фінансової безпеки підприємства		Рекомендації	
	Примітки: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10		Публікація	

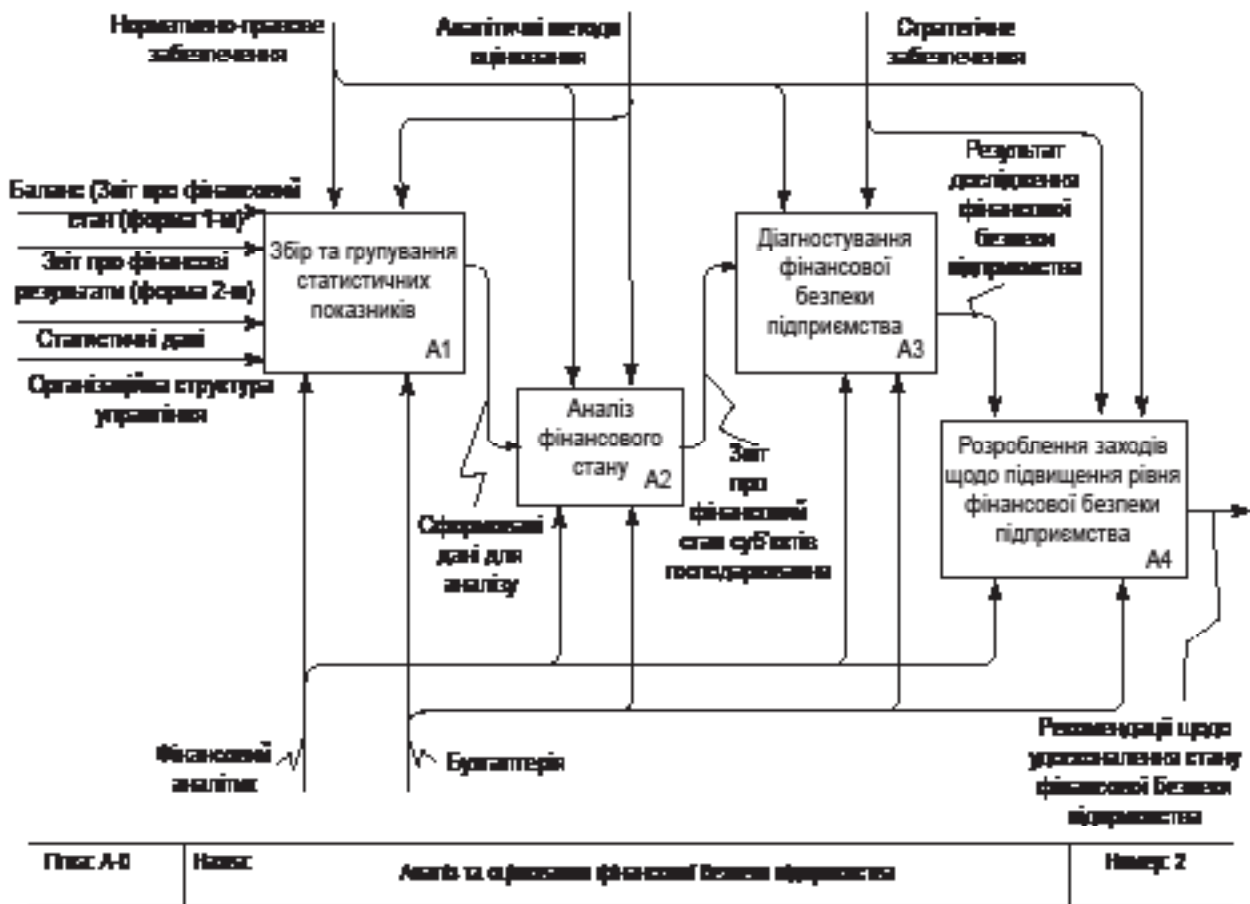


Рис. 2. Декомпозиція основного блоку діаграми

Наступним етапом є аналіз фінансового стану підприємства. Декомпозицію зображено на (рис. 4).

На основі рис. 4. можна виділити основні процеси цього етапу:

- горизонтальний аналіз активу та пасиву балансу;
- вертикальний аналіз активу та пасиву балансу;
- аналіз і порівняння показників із минулими періодами (галузевими значеннями);
- формування висновків із проведеного дослідження.

На цьому етапі стане можливим оцінити фінансовий стан підприємства, недоліки у веденні бізнесу з показникової точки зору, виявити потенційні ризики та слабкі сторони. Кінцевим процесом є звіт про фінансовий стан суб'єкта господарювання.

Слід зазначити, що дослідження фінансової безпеки підприємства є одним із ключових процесів, який зможе розкрити здатність підприємства протистояти зовнішнім і внутрішнім загрозам, можливість суб'єкта господарювання до адаптування бізнес-процесів.

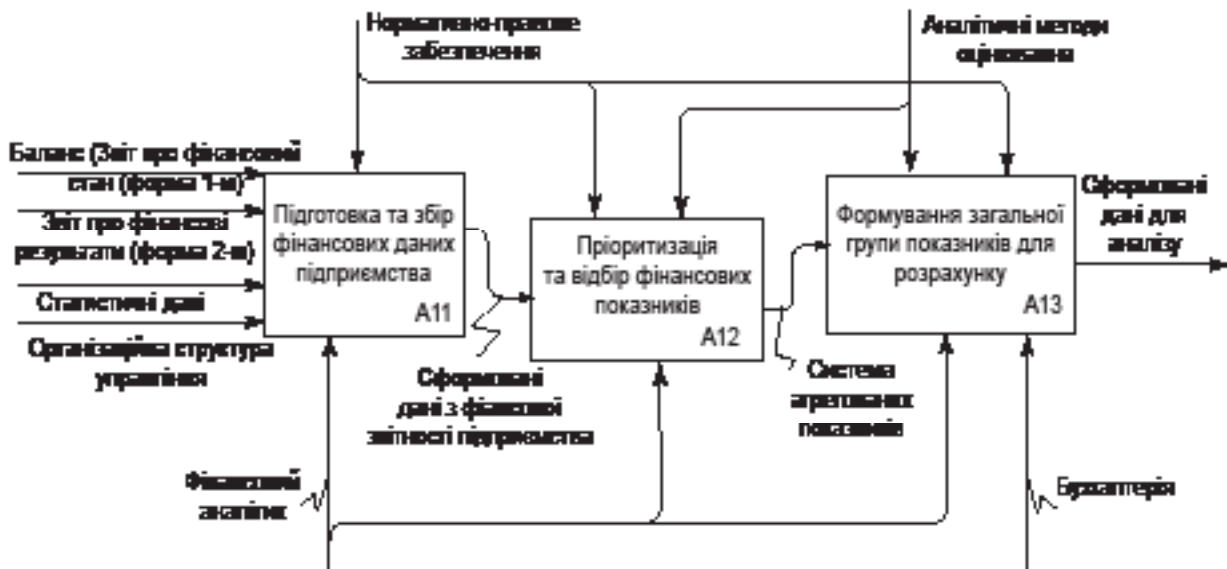
Проведемо декомпозицію блоку А3 «Діагностування фінансової безпеки підприємства» на (рис. 5).

Слід зазначити, що цей процес здійснюється на основі індикаторного методу, на основі якого відбувається відбір показників для аналізу фінансової безпеки з подальшим розрахунком та аналізом отриманих значень.

Останнім структурним блоком є «Розроблення заходів щодо підвищення рівня фінансової безпеки підприємства» (блок А4), у якому бере участь безпосередньо керівник підприємства разом із фінансовим аналітиком. На цьому етапі розробляються подальша структура діяльності, план поліпшення ситуації.



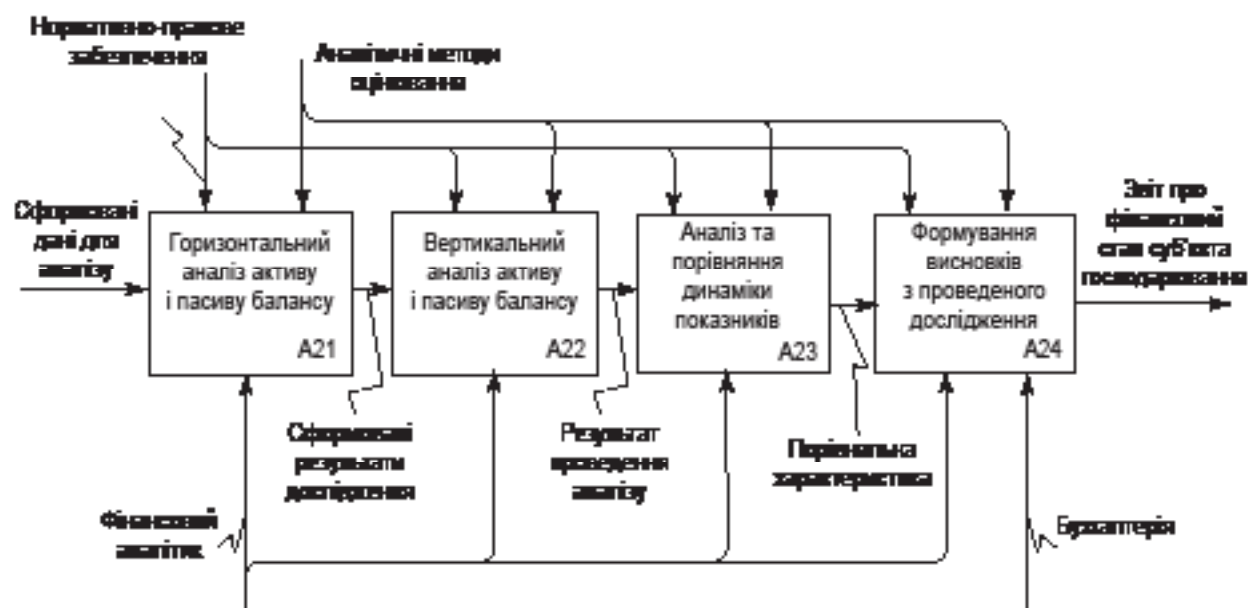
Використовується в: КВ «Стальорент»	Автор: Шевченко О. Д.	Дата: 09.02.2021	Розробився	КОНТЕКСТ:
	Предмет: Світова та аналіз фінансової безпеки підприємства	Ревізія: 17.02.2021	Чернетка	
	Примітки: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10		Рекомендовано	
			Публікація	



Плос. А-1	Назва:	Збір та групування статистичних показників	Номер: 3
-----------	--------	--	----------

Рис. 3. Декомпозиція блоку А1 «Збір та групування статистичних показників»

Використовується в: КВ «Стальорент»	Автор: Шевченко О. Д.	Дата: 09.02.2021	Розробився	КОНТЕКСТ:
	Предмет: Світова та аналіз фінансової безпеки підприємства	Ревізія: 17.02.2021	Чернетка	
	Примітки: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10		Рекомендовано	
			Публікація	



Плос. А-2	Назва:	Аналіз фінансового стану	Номер: 4
-----------	--------	--------------------------	----------

Рис. 4. Декомпозиція блоку А2 «Аналіз фінансового стану»

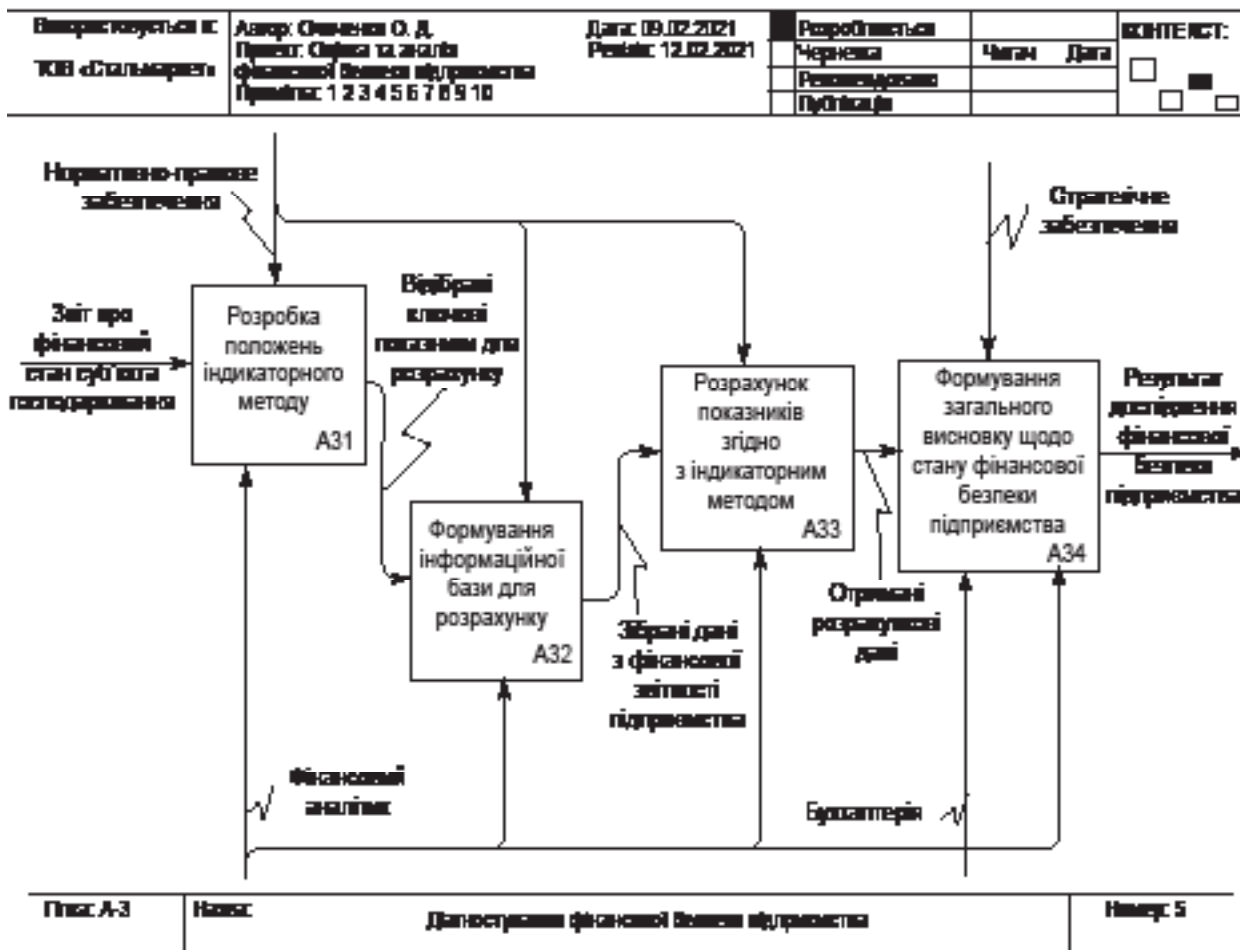


Рис. 5. Декомпозиція блоку А3 «Діагностування фінансової безпеки підприємства»

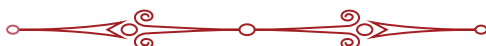
Декомпозицію наведено на (рис. 6).

Після проведення повного циклу процесу проводиться аналітична розробка заходів, спрямованих на покращення загальної ситуації на підприємстві.

Таким чином, розроблена модель AS – IS дає змогу оцінити загальний стан бізнес-процесів на підприємстві, реалізувати політику удосконалення фінансової безпеки підприємства на основі визначення проблемних місць у забезпеченні діяльності підприємства, розробити підхід до покращення забезпечення ведення бізнесу для суб'єкта господарювання.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Полтініна О. П.

Література: 1. Морщеньук Т. С. Теоретичні аспекти управління бізнес-процесами в контексті реалізації стратегії розвитку підприємства. *Бізнес Інформ*. 2014. № 11. С. 295–302. 2. Андрушків Б. М., Мельник Л. М. Формування системи бізнес-процесів підприємства у контексті сталого розвитку. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. 2015. Вип. 2 (1). С. 91–97. 3. Ліпич Л. Г. Бізнес-процеси та їх інформаційне забезпечення. *Актуальні проблеми економіки*. 2010. № 10. С. 202–206. 4. Гадецька З. М., Холопова М. О. Моделювання бізнес-процесів діяльності підприємства. *Ефективна економіка*. 2016. № 5. С. 1–5. 5. Матвієнко О. В. Основи інформаційного менеджменту : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2004. 128 с. 6. Мінухін С. В., Беседовський О. М., Знахур С. В. Методи і моделі проектування на основі сучасних Case-засобів : навч. посіб. Харків : ХНЕУ, 2008. 272 с.



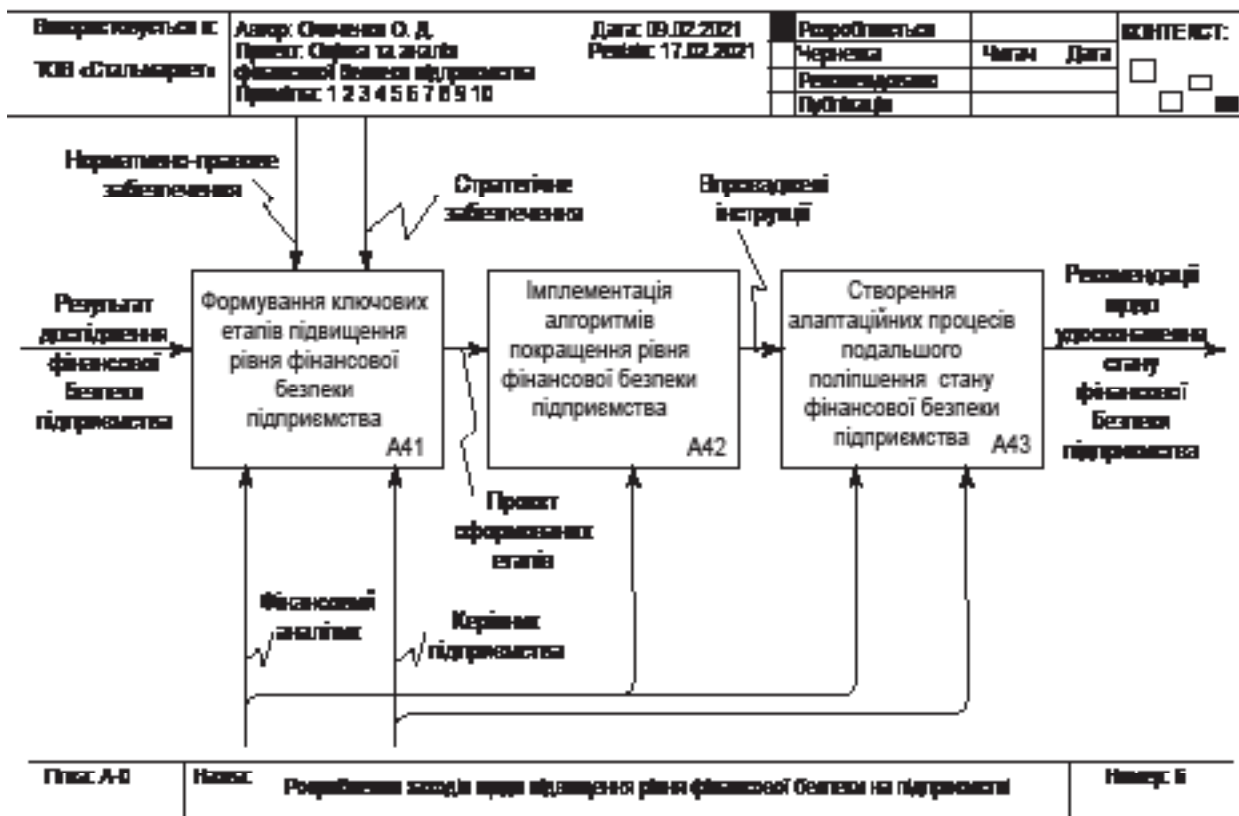


Рис. 6. Декомпозиція блоку А4 «Розроблення заходів щодо підвищення рівня фінансової безпеки підприємства»

ВПЛИВ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ НА ЕКОНОМІКУ США

УДК 338.124.4

Павлик А. С.
Трусов Є. В.

Студенти 1 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті досліджено рівень розвитку економіки США. Проаналізовано динаміку макроекономічних показників (валового внутрішнього продукту, рівня інфляції та безробіття) в період фінансової кризи. Проведено аналіз впливу колапсу на найбільші американські банки.

Ключові слова: США, криза, економіка, банк, безробіття, колапс, нерухомість, інвестиція, кредитування.



Annotation. The article examines the level of development of the US economy. The dynamics of macroeconomic indicators (gross domestic product, inflation and Unemployment) during the Financial Crisis is analyzed. An analysis of the impact of the collapse on the largest American banks.

Keywords: USA, crisis, economy, bank, Unemployment, collapse, real estate, investment.





США є світовою державою, яка передре за багатьма показниками. Стан економіки Сполучених Штатів Америки на сучасному етапі є результатом тривалого історичного розвитку. США – основний фінансовий центр світу, а американські фондові ринки – безумовні лідери.

У нинішніх умовах питання вивчення фінансової кризи є досі актуальним, адже колапс на іпотечному ринку США, який вибухнув в 2007 р., продовжує впливати на стан світових валютно-фінансових ринків.

Дослідженням сутності та проявів фінансової кризи займалися Перепелиця В. [1], Герасимов К., Шкоди-на Є. [2], Попов В., Орешков А. [3] та ін.

Метою статті є вивчення основних тенденцій економічного розвитку США, що допомагає зрозуміти і пояснити, що відбувається в сучасному економічному житті Сполучених Штатів Америки.

Економічні кризи є важливою частиною економічного зростання з періоду появи капіталізму. Саме поняття «криза» в сучасній економіці є багатозначним і багатоплановим. Ознаками, що свідчать про кризу, вважаються суттєві зміни в гірший бік параметрів соціальної політики, зайнятості, інфляції, дефіциту бюджету, процентної ставки, падіння темпу зростання ВВП.

Фінансовому колапсу в США передувала найгостріша іпотечна криза, що почалася в середині 2007 року. Уряд Сполучених Штатів прагнув зробити покупку житла більш доступною для малозабезпечених. Зокрема, практикувалось штучне обмеження зростання іпотечних ставок.

Іпотечна криза в США – обвал економіки і ринку нерухомості, що проявився у формі різкого збільшення невиконаних за іпотечними позиками з підвищеними ризиками. Супроводжувався видученням житлової та комерційної нерухомості кредиторами (банками та кредитними організаціями). За рівнем падіння іпотечну кризу порівнюють з Великою американською депресією 30-х років [4].

Банки фактично були змушені знижувати свої вимоги щодо матеріального становища позичальників. Одноразово ринок Сполучених Штатів заповнило безліч іпотечних цінних паперів, облігацій та інших фінансових інструментів, які були, по суті, нічим не забезпечені.

Передумови для виникнення іпотечної кризи в США почали формуватися задовго до його початку. Стійке зростання ринку нерухомості супроводжувалося збільшенням обсягів видачі нестандартних іпотечних позик або субстандартних кредитів, адже була істотно знижена планка обов'язкових вимог до позичальників. Кредити почали видавати клієнтам з високоризикових груп. Крім того, клієнт міг вибрати найбільш підходящий спосіб розрахунку з банком. Сталося це через жадібність банкірів, які прагнули будь-яким шляхом збільшити свої доходи.

Дослідження Федеральної резервної системи США за 2004 р показало, що близько 10 % населення допускали порушення термінів обслуговування кредитів більш ніж на два місяці. Позичальники з поганою платіжною історією не завжди виплачували кредит [1].

Період 2002–2005 рр. обумовлюється стрімким приростом обсягів іноземних вкладів – головним чином за рахунок Китаю. Пов'язано це із зростанням цін на нафту. Так, наприклад, ціни на нафту марки Brent досягли історичного максимуму – 143,95 дол. [5]. Через надмірне споживання в країну хлинули іноземні капіталовкладення і породили іпотечну кризу. Так, за даними за 2006 р., прямі інвестиції зросли на 210 млрд дол. США порівняно з 2002 р.

У середині 2007 року іпотечний пузир луснув, та криза в Америці незабаром почала перетікати у фінансову, яка вплинула на весь світ. Найбільші банки світу зіткнулися з катастрофічним браком реальних коштів для здійснення поточних платежів:

1) Lehman Brothers, чії акції за один день знизилися майже на 50 %. Він був змушений оголосити себе банкрутом (пізніше на частину активів банку стали претендувати такі покупці, як Barclays);

2) Merrill Lynch, у вересні 2008 року оголосив про своє кризове становище один з найбільших американських інвестбанків. В результаті його купив Bank of America (який, за оцінками, може витратити на зазначені цілі до 50 млрд дол.);

3) Morgan Stanley і Goldman Sachs – перейшли під регулювання ФРС як банківські холдингові компанії, фактично втративши статус інвестиційних банків (про що було оголошено 22 вересня);



4) «Bear Sterns», який не зміг вийти з кризового становища і був куплений банком «JP Morgan Chase», за сприяння ФРС США.

Таким чином, у серпні 2008 р. почалася стадія світової фінансово-економічної кризи. І поступово почала проявлятися у зниженні обсягів виробництва, зниженні попиту і цін на сировину, зростанні безробіття. За даними World Economic Outlook, у 2008 році рівень безробіття склав 5,8 % від загальної кількості робочої сили. У серпні цього ж року продажі первинного житла в США впали до найнижчого рівня за останні сім років.

У 2008 році Джордж Буш підписав законопроект про виділення 168 мільярдів доларів на стимулювання економіки шляхом повернення виплаченого податку на майно. Але зростання нефінансових показників змусило засумніватися в правильності цих дій. У 2009 році Барак Обама підписав закон, в якому вказувалися заходи по скороченню податків і збільшенню державних витрат. Всього було виділено 787 мільярдів, частина яких пішла на допомогу домовласникам, які виявилися не в змозі платити іпотеку [2]. Американські банки взяли тимчасову програму кредитування Term Auction Facility (TAF), яка була прийнята в грудні 2007 року, для того щоб трошки пом'якшити наслідки кризи на кредитному ринку, і взяли у ФРС (федеральна резервна служба) багато кредитів.

Іпотечна криза в США в черговий раз нагадала, що будь-яке нововведення на фінансовому ринку має не тільки позитивні, але і негативні сторони. Колапс 2007 дуже сильно вплинув на економіку США та життя їх громадян.

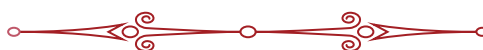
Дослідження федеральної резервної системи показує, що з 2007 по 2010 рік середня чиста вартість громадян Сполучених Штатів знизилася з 126300 до 77400 доларів США. Також сильно знизилась вартість нерухомості. Наприклад, будинок, вартість якого у 2007 становила 250000 доларів, у 2010 р. коштував 175000 доларів. За статистикою бюро перепису населення США, падіння акцій та цін на житло спричинило зменшення багатства домогосподарств на 35 %.

Знизилася і середня заробітна плата, що вплинуло на дохід робітничого класу. Протягом 2010 року середня річна заробітна плата працівників зменшилася на 3000 доларів. Середній сімейний дохід знизився з 126000 доларів США у 2007 до 77400 доларів США у 2010 р. Через зниження доходів люди опинилися поза межею бідності. І понад 46 мільйонів громадян звернулося до уряду США для отримання продовольчих талонів на загальну суму 75,7 мільярда доларів США. Половина з тих, хто користувався програмою продовольчих талонів, – це маленькі діти, батьки яких не мали грошей на годування їх належним чином.

Таким чином, іпотека, безумовно, є надзвичайно високоефективним інструментом у регулюванні економічних проблем. Але грамотне застосування цього інструменту можливо тільки при спільній роботі банків, їх клієнтів і всіляких контрагентів іпотечного бізнесу, а також при більш чіткому, строгому і відповідальному державному регулюванні цієї сфери.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Мащенко М. А.

Література: 1. Перепелица В. Кризис в США: зарождение и развитие. *Банкаўскі веснік*. 2008. № 31 (432). С. 16–21. 2. Герасимов К. Б., Шкодина Е. С. Ипотечный кризис в США. *Modern Science*. 2020. № 4–1. С. 76–80. 3. Попов В. Н., Орешков А. А. Американский ипотечный кризис: предпосылки, причины, опыт для России. *Финансы и кредит*. 2009. № 30 (366). С. 17–21. 4. Причина возникновения ипотечного кризиса в США. 2020. URL: <https://mamipizza.ru/elektronnyye-platezhi/prichina-vozniknoveniya-ipotechnogo-krizisa-v-ssha-i-kto-na-etom.html>. 5. Динамика цен на нефть с 1990 г. Досье. 2014. URL: <https://tass.ru/ekonomika/1572991>.





ВИДИ ГОСПОДАРСЬКОГО ОБЛІКУ: ХАРАКТЕРНІ РИСИ ТА ВІДМІННОСТІ

УДК 657.1

Палазюк Д. С.

Студент 2 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Проведено дослідження видів господарського обліку та виявлено відмінності місця, ролі і методик у єдиній системі обліку та статистики. Проаналізовано принципи розміщення статей у звітах про фінансовий стан.

Ключові слова: господарський облік, аналіз, контроль, статистика, норматив, сучасний оперативний (оперативно-технічний) облік, бухгалтерський облік, статистичний облік, економічний аналіз, підприємство, трудові ресурси, виробництво, господарські операції, фінансові ресурси, бухгалтерська звітність.



Annotation. A study of types of business accounting and differences in the place, role and methods in a single system of accounting and statistics. The principle of placing articles in reports on financial condition is analyzed.

Keywords: business accounting, analysis, control, statistics, regulations, modern operational (operational and technical) accounting, accounting, statistical accounting, economic analysis, enterprise, labor resources, production, business operations, financial resources, accounting.



Метою статті є дослідження, порівняльний аналіз і визначення особливостей видів господарського обліку, порівняння принципів використання.

Батько бухгалтерії, італієць Лука Пачолі писав ще в XIV столітті: «Людина, яка не може бути хорошим бухгалтером у власних справах, буде вільно бродити в темряві, як сліпа людина, і не уникатиме цього. Величезні втрати». Актуальні проблеми сортування та підняття залишків висвітлюються у працях відомих вітчизняних економістів: Ф. Бутинець, М. Білуха, Г. Верига, С. Голова, Г. Кірейцева, Н. Литвин, Л. Сука, В. Швець, Н. Малюга, М. Пушкар. До іноземних дослідників належать Р. Ентоні, А. Афанасьєв, Блейк, Дж. Вільямс, В. Качалін, В. Ковальов, С. Модеров, Д. Орле та ін.

Завдання статті – дослідити, порівняти, проаналізувати та визначити характеристики видів економічного обліку, порівняти принципи використання.

Для задоволення своїх потреб люди виробляють товари народного споживання та робочі засоби. Вироблені споживчі товари поділяються на особисте споживання та економічну діяльність промислового споживання.

Для управління підприємницькою діяльністю потрібно знати, скільки є у підприємства майна, які його зобов'язання, скільки і чого було вироблено та придбано і з якими витратами, що і скільки витрачено, спожито, продано, передано, яка собівартість і виручка, який дохід працівників, власників і суб'єкта господарювання.

Господарська операція – дія або подія, яка викликає зміни в наявності та структурі активів і зобов'язань, власному капіталі підприємства.

Спостереження – це фіксація факту здійснення господарської операції з майном та зобов'язаннями суб'єкта господарювання. Вимірювання полягає у відображенні обсягу господарської операції в певних одиницях. Реєстрація означає здійснення записів відомостей про господарську операцію та одержання інформації про зміну майна і зобов'язань суб'єкта господарювання. Отже, під господарським обліком розуміють певну структуру кількісного і вартісного відображення та якісної особливості господарської діяльності з метою її контролю і управління.



Господарський облік – це облік господарської діяльності підприємства, суспільства загалом, тобто це спостереження, сприйняття, вимірювання та реєстрація господарських фактів і явищ, і господарських процесів (виготовлення продукції, надання послуг, реалізація, поділ фінансових результатів тощо) [1].

Існують три види господарського обліку, які поділяють залежно від призначення облікової інформації – оперативний, бухгалтерський, статистичний. Завдяки цьому господарський облік забезпечує всі ланки управління необхідною інформацією, яка використовується в масштабі держави для планування, розробки нормативів, стимулювання, аналізу та контролю. Кожному виду господарського обліку належить відповідне місце і роль у єдиній системі обліку та статистики. Ці види використовують для забезпечення отримання різнобічної інформації, необхідної для здійснення управління як окремим підприємством, окремою галуззю або економікою країни в цілому [2].

Оперативно-технічний облік ведеться безпосередньо на місцях здійснення господарських операцій, у тому числі тих, які не можуть бути відображені іншими видами обліку. Дані оперативно-технічного обліку необхідні для поточного спостереження за розвитком господарських процесів, їх оперативного планування, аналізу й управління.

Оперативний облік фокусується на фінансових аспектах ведення бізнесу, вимірюванні фінансового впливу операційної діяльності та передачі цього керівництву компанії. Основними видами діяльності оперативного обліку є керівництво, контроль та планування [3].

Сучасний оперативний (оперативно-технічний) облік охоплює різноманітні процеси й операції, більшість з яких мають виробничо-технічний характер. Завдяки йому керівництво компанії може отримати необхідні оперативні дані, пов'язані з виконанням виробничих планів і замовлень, використанням матеріалів, трудових і фінансових ресурсів, продажами, формуванням витрат і накопиченням прибутку. Особливо важливо, щоб операційна роль виконувала облік у процесі економії та використовувала матеріали та компоненти у процесі виробництва.

Оперативний облік дуже важливий для забезпечення контролю робочого часу, трудових ресурсів, невиробничих і виробничих витрат, розумного та ефективного використання основних фондів, товарно-матеріальних цінностей, дотримання накладних і накладних кошторисів, обслуговування експлуатації машин та обладнання, формування витрат і прибуток.

Практично немає жодної структури на підприємстві, яка б так чи інакше не вела оперативного обліку [4].

Основним його недоліком є те, що оперативний облік ведеться в різних структурних підрозділах підприємства, а універсальної методичної системи не існує. Відсутність необхідних форм документів і нерозвиненість системи показників призвели до закриття багатьох оперативних даних бухгалтерського обліку лише в певних сферах обслуговування підприємства.

Отже, існують серйозні відмінності між оперативними даними та даними бухгалтерського обліку, що посилює розрив між ними, дублюванням та паралелізмом потоку інформації. Це особливо чітко видно на прикладі обліку та контролю ефективного використання матеріалів, трудових і фінансових ресурсів, процесу формування витрат і процесу виробничих витрат.

Статистичний облік – це система вивчення і контролю явищ мас. Пояснення відображає кількість і якість соціально-економічних явищ і процесів, їх регулярність і взаємозв'язки.

Він базується на даних оперативного і бухгалтерського обліку, використовує не тільки власну документацію, а й документацію оперативного і бухгалтерського обліку.

Статистичні рахунки – це негрошові рахунки, які можуть використовуватися для ведення статистичної інформації для різноманітних показників. Наприклад, статистичний рахунок може бути створений для ведення штату працівників відділом в організації. Потім цей статистичний рахунок може бути використаний для розподілу загальної суми витрат на рахунок головної книги за певний період часу між різними департаментами, наприклад, розподіл витрат на оренду між департаментами за підрахунком керівників.

Дані бухгалтерського обліку широко використовуються статистичними органами. Отримавши фінансову звітність компаній, вони отримують вичерпну інформацію про виробничу, фінансово-господарську діяльність усіх галузей та галузей в Україні. Ця інформація використовується відповідними комісіями Верховної Ради



України для формування законодавства, оцінки та аналізу діяльності різних міністерств, відомств, промисловості та окремих галузей [5].

У загальній формі дані бухгалтерського обліку оприлюднюються у щорічному зборі статистичних даних. Місцеві статистичні органи регулярно перевіряють простої обладнання підприємств, великі виробничі запаси, використання основних фондів і трудових ресурсів.

Дані статистичного обліку, особливо спостереження за використанням основних фондів і трудових ресурсів, широко використовуються в бухгалтерському обліку для підвищення їх надійності.

Бухгалтерський облік – це конструкція суцільного, постійного і взаємозалежного відображення господарської діяльності підприємства, засіб узагальнення всіх господарських операцій у вартісному вираженні. Бухгалтерський облік має на увазі постійне документальне аргументоване відображення застосування капіталу підприємства і процесів господарювання на підставі натуральних, трудових і грошових вимірників з метою контролю та функціонального впливу на них за допомогою порядку управління. Цей тип обліку є динамічною системою, яка постійно показує зміни практики господарювання та інформаційних потреб користувачів бухгалтерської звітності.

Бухгалтерський облік – це мова бізнесу. Це система реєстрації та узагальнення ділових та фінансових операцій, аналізу, перевірки та звітності про результати [6].

Важливою відмінною рисою бухгалтерського обліку є суворе документальне обґрунтування, яке досягається через реєстрацію господарських операцій включно за наявності їх документального підтвердження. Завдяки цій особливості його інформація характеризується більшою точністю і вірогідністю, ніж інформація інших видів обліку. Бухгалтерський облік поділяють на два види – фінансовий та управлінський [7].

Фінансовий облік та управлінський облік. Фінансові бухгалтери фіксують, упорядковують і звітують про фінансові дані, сформовані бізнесом. Потім управлінські бухгалтери беруть звіти, розроблені з цієї інформації, та аналізують їх. Потім вони передають його власнику фірми або менеджеру для внутрішнього використання. Менеджери, своєю чергою, запроваджують програми для покращення результатів діяльності фірми.

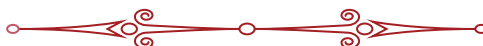
Фінансовий облік та облік витрат – це дві окремі функціональні галузі бухгалтерського обліку. Фінансові бухгалтери мають справу з необробленими фінансовими даними, породженими щоденною діяльністю бізнесу, тоді як бухгалтери з витрат зосереджуються на виробничих витратах і розробці цінової стратегії на продукцію.

Управлінський облік та облік витрат. Раніше облік витрат вважався частиною функціональної сфери управлінського обліку. Зараз частіше облік витрат розглядається як окрема сфера, оскільки бухгалтери-менеджери мають справу зі стримуванням витрат для всієї фірми, а бухгалтери витрат мають справу з окремими товарами, їх витратами та цінами. Дані обох функціональних областей використовуються керівництвом для прийняття рішень. Звіти про облік витрат використовуються для аналізу витрат, понесених процесами.

Таким чином, оперативний, бухгалтерський і статистичний види обліку тісно взаємопов'язані між собою та доповнюють один одного, а в комплексі складають єдину систему народногосподарського обліку [8].

Науковий керівник – канд. екон. наук, викладач Серіков Д. О.

-
- Література:** 1. Економічна енциклопедія : у 3 т. / редкол. : С. В. Мочерний. Київ : Академія, 2000. 864 с. 2. Теорія бухгалтерського обліку. URL: <https://library.if.ua/books/49.html>. 3. Бухгалтерський облік. Види бухгалтерського обліку в малому бізнесі. URL: <https://www.thebalancesmb.com/accounting-and-your-business-392932>. 4. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» : Наказ Міністерства фінансів України від 07.02.2013 № 73. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#n147>. 5. Бутинець Ф. Ф. Бухгалтерський фінансовий облік. Житомир : Рута, 2009. 912 с. 6. Астахов В. П. Теория бухгалтерского учета : учеб. пособие. Ростов н/Д : Феникс, 2011. 397 с. 7. Базась М. Ф. Основи бухгалтерського (фінансового) та внутрішньогосподарського (управлінського) обліку : навч. посібник. Київ : МАУП, 2006. 182 с. 8. Бутинець Т. А. Принципи господарського контролю: суперечності поглядів. *Вісник ЖДТУ*. 2009. № 1 (47). С. 18–26.





СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ВПЛИВУ ДЕМОГРАФІЧНИХ ФАКТОРІВ НА РИНОК ПРАЦІ В КРАЇНІ

УДК 331.522

Паляничко В. О.

Студент 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті здійснено статистичний аналіз демографічної ситуації в країні. Показано вплив основних демографічних факторів на формування трудових ресурсів. Визначено шляхи подолання кризових демографічних явищ як негативного фактору, що впливає на формування й розвиток ринку праці.

Ключові слова: демографічні фактори, демографічна ситуація, трудові ресурси, демографічна криза, ринок праці.



Annotation. The statistics contain a statistical analysis of the demographic situation in the country. Shown is the infusion of the main demographic factors on the formulation of labor resources. Significant paths of crisis demographic manifestations, as a negative factor, are pouring into the formulated development of the market.

Keywords: demographic factors, demographic situation, labor resources, demographic crisis, market practice.



Демографічні фактори є одними з визначальних факторів стабільного й безпечного розвитку будь-якої країни, а проблеми впливу демографічного розвитку на формування ринку праці є надзвичайно актуальними. Ситуація в сучасному світі ускладнила протікання демографічних процесів, що, своєю чергою, призвело до появи певних проблем на ринку праці.

Питанням дослідження формування ринку праці під впливом демографічної ситуації присвячено праці таких учених, як І. Петрова, В. Близнюк, О. Лисюк, М. Джаман, Е. Лібанова, І. Аксьонова та ін. У своїх дослідженнях вони розглядають питання демографічного розвитку та їх взаємозв'язок з розвитком трудового потенціалу країни.

Водночас треба зазначити, що проблеми впливу демографічних факторів на формування трудового потенціалу залишаються актуальними, особливо в сучасній економіці, яка знаходиться під впливом пандемії «COVID-2019». З урахуванням цього актуальними залишаються дослідження різних аспектів функціонування ринку праці, проблеми зайнятості населення, а також демовідтворювальні процеси.

Метою статті є проведення статистичного аналізу демографічної ситуації в Україні як основи формування трудового потенціалу та ринку праці загалом.

Як показують останні дослідження, Україні загрожує реальна демографічна небезпека, яка впливає на розвиток людського, в тому числі й трудового потенціалу. Зменшення тривалості життя, народжуваності, зниження рівня здоров'я нації, зростання еміграції, збільшення смертності населення та його старіння – все це ті фактори, які безпосередньо впливають на кількісно-якісний, кваліфікаційно-освітній рівень трудового потенціалу країни.

Найважливішими показниками демографічної характеристики народонаселення є чисельність населення, його динаміка і статево-вікова структура. Важливим показником виступає також природний приріст населення.

Аналіз динаміки чисельності населення країни за даними Держстату України [7] показує, що, починаючи з 1993 року загальна чисельність населення почала зменшуватися. В цьому році в країні народилося 634 тис. осіб, а померло 669 тис., тобто природне скорочення населення становило 35 тис. осіб. У 2000-х роках природне скорочення населення становило 373 тис. осіб, у січні 2021 року – 280 тис. осіб.



У своїх дослідженнях, які були проведені ще у 2000-х роках, фахівці інституту демографії та соціальних досліджень НАН України [4; 5] виділяють оптимістичний, песимістичний та проміжний варіанти демографічного прогнозу. За оцінками різних міжнародних організацій прогноз чисельності населення України у 2020 та 2025 роках за оптимістичним прогнозом був у межах від 51,7 млн осіб до 52,2 млн осіб; за песимістичним – від 47,1 до 45,9 млн осіб відповідно; за проміжним (середнім) – від 46,7 до 48,7 млн осіб. Найближчим до дійсності виявився прогноз Національного демократичного інституту з міжнародних відносин (на рівні 46,7 млн осіб), оскільки станом на початок 2021 року чисельність населення України становила 41,5 млн осіб. Отже, навіть песимістичний прогноз на 2020 рік не здійснився, оскільки на демографічну ситуацію за останні роки суттєво вплинула як соціально-економічна, так і політична криза на сході країни.

Слід зазначити, що, враховуючи сучасну ситуацію, навіть суттєве поліпшення режиму відтворення населення не зможе компенсувати негативного впливу на процес демографічного розвитку такого фактору, як несприятлива вікова структура населення. Так, в Україні станом на 2020 рік на 1000 осіб у віці 15–64 роки припадало 254 особи людей похилого віку (65 років та старше). За останні 10 років демографічне навантаження працездатного населення непрацездатними особами підвищилось на 14 % [7].

На рис. 1 наведено динаміку частки осіб працездатного віку в чисельності всього населення [7].

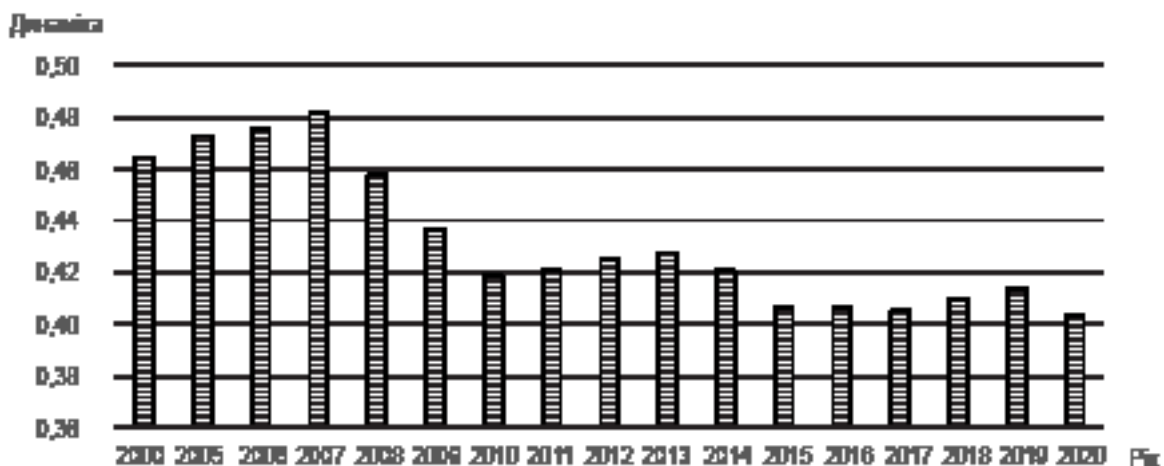


Рис. 1. Динаміка частки осіб працездатного віку в загальній чисельності населення України за період 2000–2020 роки

Аналіз даних, наведених на рис. 1, свідчить про те, що до 2007 року кількість населення працездатного віку поступово збільшувалось, а починаючи з 2008 року почало суттєво зменшуватись і в 2020 році порівняно з 2008 роком зменшилась на 13 %.

Динаміка частки осіб працездатного населення в загальній чисельності населення за період з 2000 по 2007 рік показує, що ринок праці мав необхідну кількість робочої сили, однак починаючи з 2008 року спостерігається протилежна ситуація.

Отже, в сучасних умовах демографічного розвитку гостро постають питання його впливу на формування як ринку праці, так і соціального забезпечення непрацездатної частини населення. Як показує аналіз, зниження природного приросту населення обумовлює деформацію його вікової структури та зменшення природного приросту людських ресурсів. Старіння нації, своєю чергою, призводить до збільшення демографічного навантаження на працездатне населення, скорочує обсяги трудового потенціалу та призводить до труднощів у забезпеченні економіки країни робочою силою.

Одним із демографічних факторів формування трудового потенціалу є також міграція. Аналіз статистичних даних дає підстави стверджувати, що чисельність населення в Україні постійно зменшується внаслідок міграційного відтоку. На рис. 2 наведено динаміку міграційного приросту (скорочення) населення країни за 2002–2019 рр. [7]

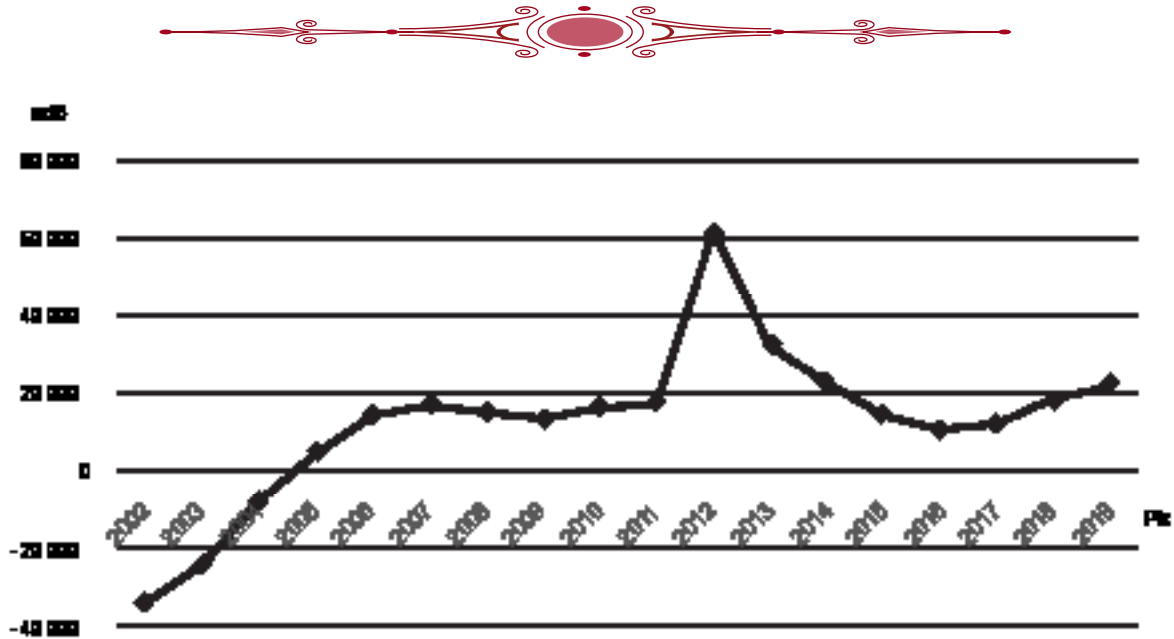


Рис. 2. Міграційний рух населення України за 2002–2019 рр.

Дані, наведені на рис. 2, дозволяють зробити такі висновки: до 2012 року спостерігається приріст населення за рахунок зовнішніх мігрантів, які прибували в країну для навчання, однак починаючи з 2013 року в Україні зафіксовано міграційне скорення населення за рахунок трудової та освітньої міграції молоді в країни ЄС.

Основна причина трудової міграції українців за кордон полягає у труднощах із пошуком гідно оплачуваної роботи на батьківщині. Упродовж останніх п'яти років економічні чинники міграції посилилися політичними та безпековими, що й призвело до швидкого зростання міграційних настроїв населення та інтенсивності еміграції.

За даними Державної служби статистики, у 2019 році приблизно 3 млн громадян країн, що не є членами ЄС, отримали свій перший тривалий дозвіл на перебування в Євросоюзі (довгострокові візи та тимчасові карти перебування максимум до 3 років). Це на 6 % більше, ніж у 2018 році. Основна причина міграції цих людей до ЄС: 41 % приїхали з метою працевлаштування, 27 % – за сімейними обставинами а 14 % – з метою навчання [7].

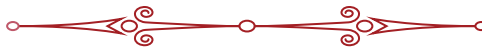
Це все свідчить про те, що національний ринок праці з кожним роком втрачає кваліфіковані кадри, що веде до кризової ситуації, а саме збільшення попиту на робочу силу. У 2020 році відбулося відновлення трудового потенціалу України за рахунок повернення мігрантів у зв'язку зі всесвітньою пандемією COVID-2019. Пандемія, з одного боку, викликала збільшення конкуренції на робочі місця, а з іншого – збільшення осіб з обмеженою працездатністю (мігранти, які повернулися в Україну та не планують шукати роботу в країні). В умовах певних змін, спричинених коронакризою, відбулося повернення мігрантів, які є основою послаблення дефіциту працівників, необхідних економіці.

Вплив міграції на зміну чисельності населення та формування трудових ресурсів країни є багатограним. Міграція посилює загрозу депопуляції, призводить до втрати частини трудового й інтелектуального потенціалу, а отже, може перетворитися на фактор, який стримує економічний розвиток країни загалом.

Отже, проведений аналіз підтвердив, що в Україні відбувається звуження демографічної бази відтворення трудового потенціалу. Основними причинами такої ситуації є низький рівень народжуваності, високий рівень смертності, трудова еміграція, погіршення вікової структури населення. У зв'язку з цим демографічна політика держави має бути спрямована на оптимальне розміщення та ефективне використання наявного трудового потенціалу, на управління відтворенням населення через мотивування народжуваності та підтримку багатодітних сімей. Збереження та відтворення трудового потенціалу необхідно розглядати як складовий елемент економічної безпеки країни загалом.



Література: 1. Аксьонова І. В. Статистичне оцінювання тиску на ринку праці України. *Проблеми економіки*. 2019. № 4. С. 33–40. DOI: 10.32983/2222-0712-2019-4-33-40. 2. Бондаревська К. В. Особливості розвитку ринку праці України під впливом сучасних глобалізаційних процесів. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 38 (1). С. 43–47. 3. Джаман М. О. Сучасні проблеми ринку праці і зайнятості в контексті політики швидкого економічного зростання: Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості України. Київ, 2018. С. 4–6. 4. Лібанова Е. М., Макарова О. В., Позняк О. В., Шевчук П. Є., Шишкін В. С. Демографічні перспективи України: 2000–2075 роки. *Зайнятість та ринок праці*. 1999. Вип. 11. С. 126–141. 5. Людський розвиток регіонів України: аналіз та прогноз : монографія / За ред. Е.М. Лібанової. Київ : ІДСД НАН України. 2007. 328 с. 6. Державний центр зайнятості. URL: <https://www.dcz.gov.ua/storinka/analitika-ta-statystyka>. 7. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. 8. Український ринок праці: імперативи та можливості змін : кол. моногр. / за наук. ред. І. Л. Петрової, В. В. Близнюк. Київ : ІЕП НАН України, 2018. 356 с.



ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.821

Панченко А. Р.

Студент 4 курсу
факультету міжнародної економіки і підприємництва ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті визначено сутність маркетингових комунікацій. Наведено їх принципи та причини інтеграції, фактори, що перешкоджають впровадженню, та основні проблеми, які вирішуються у разі їх використання у міжнародній комунікативній політиці. Наведено основні підходи й особливості управління інтегрованими маркетинговими комунікаціями на зовнішніх ринках.

Ключові слова: маркетингові комунікації, інтегровані маркетингові комунікації, реклама, персональний продаж, стимулювання збуту, зв'язки з громадськістю.



Annotation. The essence of marketing communications is defined in the article. Their principles and reasons for integration, factors hindering their implementation, and the main problems that are solved when using them in international communication policy are given. The main approaches to the management of integrated marketing communications in foreign markets are given.

Keywords: marketing communications, integrated marketing communications, advertising, personal sales, incentives for traffic, links to communities.



Постановка проблеми. Маркетингова політика комунікацій є однією із складових комплексу продаж. Приваблива товарна пропозиція виробника, поширюючись через розгалужену збутову систему, тільки тоді знаходить свого споживача і задовольняє його потреби, коли підкріплюється відповідною комунікативною програмою. Головним призначенням маркетингових комунікацій є інформаційне забезпечення можливості здійснення вибору споживачами пропонованих товарів і послуг.



Актуальність теми дослідження зумовлена тим, що в умовах зростання конкуренції у виробників виникла необхідність постійно адаптувати свою діяльність до швидкозмінних умов. Одним із ключових факторів ефективної діяльності сучасних підприємств на зовнішніх ринках стає спроможність стратегічно правильно організувати комплекс маркетингових комунікацій. Лише ті компанії, які проводять ефективну комунікаційну політику, можуть сподіватися на успіх у майбутньому. Як зацікавити споживача і змусити його зробити покупку? Ця проблема і є метою дослідження у цій статті.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання цієї проблеми і на які спирається автор. Проблемою дослідження маркетингових комунікацій займалися багато вітчизняних і закордонних учених. Теорію і практику маркетингових комунікацій широко досліджували такі зарубіжні та вітчизняні вчені, як Г. Армстронг, Ф. Котлер, К. Келлер, П. Сміт, Г. Багієв, І. Башинська, А. Войчак, В. Гавва, Т. Діброва, Ф. Євдокимов, О. Зозульов, І. Кузнецова, Т. Приймак, Є. Ромат та ін.

Американські вчені С. Моріарті та Д. Барнетт визначили маркетингові комунікації як процес передачі інформації про товар цільовій аудиторії [7]. Це визначення вважається спрощеним, але воно відображає суть маркетингових комунікацій і, на відміну від визначень багатьох інших авторів, не має політичної, психологічної або будь якої іншої спрямованості. Але, незважаючи на значну кількість публікацій, і досі недостатньо розкрито питання формування міжнародної комунікативної політики підприємств України, що виходять зі своєю продукцією на зовнішні ринки.

Головною метою цієї роботи є визначення методологічних підходів до сутності маркетингових комунікацій, їх інтеграції та процесів управління інтегрованими маркетинговими комунікаціями на сучасному інноваційному підприємстві.

Виклад основного матеріалу. Нинішній стан невизначеності політичної, ринкової та міжнародної ситуації, обмеженість фінансових ресурсів, загострення конкуренції сприяють виникненню та розвитку кризових явищ на вітчизняних підприємствах, що призводить до ускладнення управління. Глобалізація бізнесу привела до появи конкуренції у світовому масштабі, коли центральною ланкою діяльності будь-якої компанії стає не виробництво і навіть не ринок, а окремий клієнт.

Стратегія все більше стає клієнт-орієнтованою, з'явився новий термін CRM (Custom Relationship Management – управління відношеннями з клієнтами), реалізацію якої і забезпечують інструменти прямого маркетингу. Запорукою успіху фірми сьогодні на ринку є спроможність стратегічно правильно організувати взаємодію багатьох інструментів маркетингових комунікацій із визначенням найдієвіших і найефективніших засобів комунікацій у господарській діяльності підприємства в цілому [2; 4].

Український вчений-маркетолог Є. Ромат визначає систему маркетингових комунікацій як «комплекс, який об'єднує учасників, канали й засоби комунікацій організації, спрямований на формування одержувачем комунікацій певних цільових установок, які в результаті сприяють досягненню її маркетингових цілей» [5].

Під маркетинговими комунікаціями слід розуміти процес передачі інформації про підприємство та його товар з метою впливу на цільову й інші аудиторії та отримання зустрічної інформації про реакцію цих аудиторій на здійснений підприємством вплив [1; 5].

У сучасному світі інформація пронизує усі сфери діяльності людини і, наряду з іншими ресурсами, стає одним із важливих факторів забезпечення ефективної діяльності, оскільки, маючи хороший, якісний продукт в широкому асортименті (товарна політика), встановивши на нього гнучкі ціни, можливість купівлі товару в кредит тощо (цінова політика), продаючи його в місцях, зручних для споживача з точки зору розташування (політика розподілу) ми не можемо бути впевненими на 100 %, що споживач його купить. Серед найбільш поширених завдань маркетингових комунікацій є такі:

- інформування цільової аудиторії про існування організації, її товари та послуги;
- формування доброзичливого ставлення споживачів до організації та її продукції;
- переконання споживачів віддати перевагу саме продукції і маркам цієї організації, робити покупки в певних магазинах, відвідувати певні заходи;
- спонукання покупця до дії;
- прискорення акту купівлі тощо.



Загальна програма міжнародної маркетингової комунікації підприємства називається комплексом просування і являє собою поєднання таких основних засобів:

1. Реклама – платна форма неособистого представлення та просування ідеї, товарів і послуг.
2. Персональний продаж – презентація товару одному або декільком потенційним клієнтам, яка здійснюється в процесі безпосереднього спілкування та має на меті продаж і встановлення тривалих стосунків з клієнтами.
3. Стимулювання збуту – одноразові спонукальні заходи, які заохочують до придбання тих чи інших товарів або послуг.
4. Зв'язки з громадськістю – налагодження стосунків між компанією та різноманітними контактними аудиторіями за допомогою створення вигідної для компанії репутації, позитивного корпоративного іміджу, з одного боку, та усунення чи попередження небажаних чуток, пліток та дій – з іншого. До головних інструментів зв'язків з громадськістю належать контакти з пресою, створення репутації товару, корпоративні комунікації, зустрічі представників компанії зі споживачами та консультування. Прямий маркетинг – використання різноманітних засобів комунікації для безпосереднього спілкування з покупцями.

Кожний інструмент маркетингової комунікації має свої плюси та мінуси. До основних форм прямого маркетингу сьогодні відносять: пряму поштову рекламу (direct mail); телефонний маркетинг; прямий маркетинг з використанням засобів масової інформації; торгівля за каталогами; інтерактивний маркетинг з використанням комп'ютерної техніки (on-line marketing) [3].

Цифрові технології, бурхливий розвиток засобів мобільного електрозв'язку і телебачення в останні десятиліття розширив можливості і вдихнув нове життя в деякі давні форми комунікації і прямого маркетингу. Це, наприклад:

- телевізійний маркетинг із закликом «Дзвоніть нам за номером...»;
- радіо реклама із закликом «Телефонуйте нам за номером...»;
- друкована реклама з номером телефону або бланком замовлень, який просять заповнити покупця;
- зовнішня реклама із зверненням «Звертайтеся за адресою...» або «Телефонуйте за номером...».

У практиці міжнародної маркетингової комунікативної діяльності значне місце займають так звані синтетичні засоби: виставки, ярмарки, брендинг, спонсорство тощо. Останнім часом широкого розповсюдження у США та Європі набули каталоги, виготовлені не на паперових носіях у вигляді брошур, а у формі компакт-дисків, комп'ютерних дисків, відеороликів.

Компанія Soloflex, наприклад, стимулює продаж спортивних тренажерів для домашнього користування, розповсюджуючи так звані відеоброшури: 22-хвилинну підбірку сюжетів, в яких молода пара демонструє виконання вправ на тренажерах. За твердженням Soloflex, половина з тих, хто подивитися цю відеорекламу, потім зателефонували, щоб замовити тренажери. Раніше відкликалися лише 10 % адресатів, які отримували звичайні рекламні буклети [1].

Кожний інструмент міжнародної маркетингової комунікації має свою ціну, свої плюси та мінуси. Залежно від цільової аудиторії, типу продукту та цілей просування здійснюється акцент на тому чи іншому елементі маркетингових комунікацій.

Щоб правильно розв'язати свої проблеми, фахівець із маркетингової політики комунікацій підприємства має знайти відповіді на такі питання: Які цілі стоять перед маркетинговими комунікаціями в поточному періоді або в перспективі? Які ринки необхідно обслуговувати? Що і як сказати покупцям у процесі встановлення з ними зв'язків, які засоби інформації використати? Яка вартість передбачених заходів із маркетингових комунікацій і на яку ефективність можна сподіватися?

Сьогодні все більшої популярності набувають інтегровані маркетингові комунікації (далі – ІМК). Відомий фахівець у галузі маркетингу Ф. Котлер визначає інтегровану маркетингову комунікацію як «концепцію, згідно з якою компанія ретельно продумує і координує роботу своїх багаточисельних каналів комунікації – реклами в засобах масової інформації, особистого продажу, стимулювання продажу, пропаганди, прямого маркетингу, упаковки товару та інших з метою вироблення чіткого, послідовного і переконливого представлення про компанію і її товари» [8].



ІМК – це широке поняття, що охоплює всі інструменти – від реклами до упаковки. Вони призначені формувати звернення, спрямовані на цільову аудиторію, і здатні просувати продукцію підприємства до кінцевого споживача. На думку професора Є. Ромата, ІМК дають можливість підвищити ефективність всієї системи продажів компанії, тому що, на відміну від усіх інших окремих організаційних форм, поєднує різні її підрозділи та відділи під одним прапором – іміджем марки. Єдина система комунікацій дає змогу усунути місництво менеджерів і звернутися з правильно складеними зверненнями до потрібних покупців, у потрібний час та потрібному місці [5, с. 180].

Особливо це важливо у зовнішньоекономічній діяльності, де вартість послуг у сфері комунікаційної діяльності значно вища, ніж в Україні. Методи міжнародних маркетингових комунікацій поділяють на безпосередні (виставки / ярмарки, презентації, переговори, відрядження тощо) та опосередковані (реклама, стимулювання продажів, брендинг тощо). Безпосередні методи особливо актуальні для експортерів із незначним досвідом міжнародної торгівлі.

До факторів, які перешкоджають задіянню комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій, належать:

- обмежені фінанси і час менеджерів;
- недооцінка значущості і вигід від застосування інтегрованих маркетингових комунікацій;
- опір змінам з боку персоналу, особливо виробничих підрозділів підприємства, які відповідають лише за певну частину комунікаційного процесу;
- недостатньо гнучка наявна система планування на підприємстві до впровадження необхідних маркетингових комунікацій;
- неготовність зовнішніх агентств, що спеціалізуються на виконанні певних функцій, переорієнтуватися до роботи в сучасних умовах зовнішніх ринків [2].

Тільки узгодження місії підприємства з системою стратегічного планування комплексу маркетингу, вироблення цілей і стратегії інтегральної комунікації, може привести сьогодні до успіху. Однак значна частина вітчизняних підприємств немає стратегічної мети, а їх управлінці не приділяють належної уваги узгодженню комунікаційних зусиль і засобів з загальною маркетинговою діяльністю [3].

Висновки. У ході дослідження ми встановили, що саме інтеграція різних маркетингових комунікацій формує цілісну систему діяльності підприємства на внутрішньому і зовнішніх ринках, спрямовану на отримання максимальної економічної та соціальної вигоди з наявних ресурсів.

Основними завданнями ІМК є підвищення техніко-економічних показників і більш ефективна робота всіх елементів підприємства з метою виконання маркетингової стратегії. Тому для виконання поставленої мети необхідна тісна взаємодія різних підрозділів підприємств.

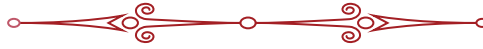
Це, насамперед, налагодження комунікації всередині підприємства і ефективне використання значного арсеналу різноманітних засобів ІМК для комунікації підприємства з зовнішнім світом. Саме комплекс маркетингових комунікацій формує справжню цінність компанії, забезпечує їй інвестиційну привабливість і динаміку розвитку, а ефективне управління комплексом ІМК позитивно вплине на успіх підприємства, його прибутковість і конкурентність.

Науковий керівник – канд. екон. наук, професор Піддубний І. А.

Література: 1. Кузик О. Стратегічне управління маркетинговими комунікаціями на сучасних підприємствах. *Стратегія економічного розвитку України*. 2014. № 34. С. 130–135. 2. Кузнецова І., Дудяк Р., Бугіль С., Грабовський Р. Економічна сутність та особливості маркетингових комунікацій. *Вісник Львівського національного аграрного університету. Серія «Економіка АПК»*. 2015. № 22 (1). С. 142–148. 3. Пацалюк К. Маркетингові комунікації в сучасному менеджменті. *Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки»*. 2013. № 1. С. 294–295. 4. Шталь Т., Козуб В. О., Бондаренко Л. М. Формування інвестиційної стратегії вітчизняним підприємством у міжнародному бізнесі. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка»*. 2017. Вип. 1 (49). Т. 1. С. 213–217. 5. Ромат Е. Реклама : [учеб. для вузів]. Санкт-Петербург : Питер, 2008. 512 с. 6. Армстронг Г., Котлер Ф. Маркетинг: загальний курс. Київ : Далектика, 2001. 608 с. 7. Бернет Дж., Мориарти С.



Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход. Санкт-Петербург : Питер, 2016. 864 с. **8.** Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент. Санкт-Петербург : Питер, 2007. 816 с. **9.** Смит П., Бэрри К., Пулфорд А. Коммуникации стратегического маркетинга : учеб. пособие. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2001. 415 с.



СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 339.9:005.21

Пащенко М. В.

Студент 4 курсу
факультету міжнародної економіки і підприємництва ХНЕУ ім. С. Кузнеця

***Анотація.** У публікації розглянуто питання щодо теоретичного обґрунтування стратегічного управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства, зокрема, необхідність розробки стратегії зовнішньоекономічної діяльності. Виділено зовнішні та внутрішні чинники формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності, а також перешкоди на шляху до розробки та реалізації стратегії зовнішньоекономічної діяльності.*

***Ключові слова:** стратегія, зовнішньоекономічна діяльність, стратегічне управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств.*



***Annotation.** The publication shall be subject to consideration of the theoretical foundation of strategic management of foreign economic activity of the enterprise, in particular the need to develop a strategy of foreign economic activity. Allocated internal and external factors shaping the strategy of foreign economic activity, as well as obstacles to the development and implementation of strategies for foreign trade.*

***Keywords:** strategy, foreign trade, strategic management of foreign economic activity of enterprises.*



Постановка проблеми. Глобалізаційні процеси, що характерні для сучасного етапу розвитку світового господарства, суттєво впливають на діяльність окремих підприємств і сприяють підвищенню уваги їхніх власників до зовнішньоекономічної діяльності. Необхідність активізації зовнішньоекономічної діяльності підприємств у країнах, що розвиваються, зумовлена їхнім виходом на зовнішні ринки. Саме тоді керівництво промислових підприємств усвідомило, що розвиток зовнішньоекономічної діяльності створює нові можливості, що сприяють збільшенню прибутків і зростанню стійкості діяльності. Незважаючи на необхідність здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємствами, зовнішньоекономічні відносини між ними та наявними й потенційними партнерами інших країн розвиваються уповільнено. Крім того, управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства орієнтоване лише на короткостроковий період, а цілі, які ставить перед собою підприємство при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності, не враховують глобалізаційні процеси та зростання конкуренції в умовах сьогодення. Тому управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства повинно мати стратегічний характер.



Стратегічне управління зовнішньоекономічною діяльністю (ЗЕД) підприємства здійснюється з використанням широкого спектра прийомів, методів та інструментів. Для результативного стратегічного управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства має бути інтегрованим у загальну систему управління та орієнтувати діяльність підприємства на зовнішні ринки, що сприятиме підвищенню його загальної результативності діяльності за рахунок зовнішньоекономічних операцій. Це зумовлює необхідність дослідження питань стратегічного управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства з метою розширення його ринків збуту та підвищення прибутковості.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. У сучасній економічній літературі значна увага приділяється стратегічному управлінню ЗЕД підприємства. Свої дослідження по цій тематиці проводили Карпенко М. О., Кириченко О. А., Кісь О. П., Ковтун О. Е., Коломієць І. Ф., Косенко С. В., Соколовська В. М., Стефаненко М. М. та ін. Сформульовані в їхніх працях наукові концепції, положення, висновки і рекомендації посідають важливе місце в сучасній теорії стратегічного управління й дозволяють якомога глибше усвідомити важливість і складність вирішення згаданих проблем. Однак у сучасних глобалізаційних умовах господарювання ЗЕД швидко розвивається, набуваючи нових рис, форм, тому існує необхідність постійного вивчення особливостей її організації.

Мета статті полягає у теоретичному обґрунтуванні та доцільності застосування стратегічного управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Для подолання виникаючих труднощів підприємству необхідно сформулювати стратегію своєї діяльності і намітити шляхи її реалізації через систему зовнішнього стратегічного планування. Водночас застосування стратегічного планування діяльності підприємств та їхніх ділових відносин, розробка стратегії розвитку створює такі важливі переваги, як: прояснення виникаючих проблем; підготовка фірми до раптових змін у зовнішньому середовищі; покращення координації дій в організації; сприяння більш раціональному розподілу ресурсів. Планування й розробка стратегії дозволяють в комплексі врахувати як внутрішні, так і зовнішні чинники, а отже, розробка стратегії в умовах зовнішньоекономічної діяльності стає більш актуальною та має бути сформована на підставі ретельного та комплексного стратегічного аналізу.

Необхідність розробки стратегії розуміють не всі керівники підприємств. Зі зростанням та розвитком підприємства приходять і розуміння важливості стратегічного управління. На етапі створення підприємства основною метою є забезпечення безбитковості та окупності підприємства. З розвитком підприємства змінюється і його мета, основна увага приділяється збільшенню грошового потоку та управлінню операційною діяльністю. Із становленням підприємства приходять і розуміння необхідності бачення його майбутнього, тобто створення стратегії підприємства.

Для підприємств, які працюють на зовнішньому ринку, важливо правильно оцінити ситуацію, що створилася на ринку, розробити ефективні способи підвищення своєї конкурентоспроможності, які відповідали б, з одного боку, конкретній ринковій ситуації і тенденціям її розвитку, а з іншого – особливостям виробництва. Зовнішньоекономічна діяльність є комплексною сферою діяльності, характеризується широким набором форм, тому вимагає системного підходу, можливого в рамках стратегії здійснення зовнішньоекономічної діяльності. Процеси, що пов'язані із становленням і виходом на зовнішні ринки суб'єктів господарювання, ставлять перед економічною наукою та практикою господарювання нові завдання.

Організація ЗЕД є складним процесом. Вона вимагає уважного опрацювання таких питань, як кон'юнктура ринку, потенційні покупці і продавці, встановлення ділових контактів з ними, проведені переговори, підписання угод тощо. Тому для ефективного керівництва ЗЕД на рівні підприємства необхідна адекватна до умов його роботи структура управління, яка відображає побудову системи управління в цій сфері, тобто органи, служби, апарат, що здійснює управління ЗЕД [6].

Стратегія зовнішньоекономічної діяльності призначена для створення правил і прийомів поведінки підприємства на зовнішньому ринку в ролях експортера й імпортера товарів і послуг.

Стратегія ЗЕД підприємства є однією зі складових загальної стратегії підприємства і передбачає план розвитку підприємства щодо діяльності, яка пов'язана з виходом на зовнішній ринок, завоюванням бажаної частки ринку, розширенням та підтримкою своїх позицій. Це комплекс управлінських рішень, які звужують кількість можливих зовнішньоекономічних дій підприємства до сукупності найбільш ефективних з точки зору довгострокових цілей, сформульованих у загальній стратегії. При формуванні такого комплексу рішень мають



враховуватися можливі дії та протидії інших учасників ринкових відносин [3]. Стратегія ЗЕД невід'ємно входить до групи функціональних стратегій, що підтверджується дослідженнями Кириченко О. А. [2]. Саме тому зовнішньоекономічна стратегія повинна розглядатись як функціональна стратегія, яка за ієрархією пов'язана із конкурентною, ресурсною, товарною та іншими стратегіями підприємства.

Особливості стратегії ЗЕД поділяють на дві групи – загальні та специфічні (характерні) риси. Загальні риси є характерними не лише для стратегії ЗЕД, а й інших видів стратегій. До таких рис слід віднести: комплексність, врахування обмеженого розмаїття ситуацій та факторів, взаємозв'язок між ієрархічністю та гетерієрархічністю стратегій.

Характерні риси стратегії ЗЕД включають: врахування пріоритетності ЗЕД підприємства, спрямованість на внутрішнє і зовнішнє середовище підприємства, а також комплекс управлінських рішень щодо вибору найоптимальніших векторів ЗЕД і набір конкретних довгострокових заходів «завоювання» зовнішнього ринку в межах загальної стратегії підприємства [4].

Формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності відбувається під впливом як внутрішніх, так і зовнішніх чинників, які, своєю чергою, формують експортний потенціал підприємства, що є основою для формування стратегії. До внутрішніх чинників відносять: організацію управління підприємством, інформаційне забезпечення зовнішньоекономічної діяльності, планування експортного виробництва, облік та аналіз експортних поставок, кадровий менеджмент [5; 6].

Серед зовнішніх чинників формування стратегії ЗЕД можна виділити:

- економічні (рівень і темпи інфляції, зростання та спад виробництва, коливання курсу національної та іноземної валюти, оподаткування, умови одержання кредиту і процентна ставка, рівень цін, попит, платоспроможність контрагентів тощо);
- демографічні (кількість населення, його вік, стать, сімейний стан тощо);
- політико-правові;
- соціокультурні (відмінності у ставленні людей до самих себе і до інших, ставлення до суспільних інститутів, природи, основних культурних цінностей, відмінності у потребах тощо);
- науково-технічні (рівень розвитку науки і техніки у країні, рівень впровадження досягнень НТП у виробництво, доступність новітніх технологій тощо);
- природні (особливості кліматичних умов, можливість виникнення природних надзвичайних ситуацій тощо) [1].

Сукупність усіх вищезазначених чинників формують зовнішньоекономічний потенціал підприємства, на основі якого здійснюється розробка стратегії ЗЕД.

Безумовно, що існує багато перешкод на шляху до розробки та реалізації стратегій в зовнішньоекономічній діяльності. До основних із них варто віднести [4]:

- особливості постачання, якими є вартість та витрати часу, що значною мірою визначають терміни виготовлення різних видів продукції;
- виробничий потенціал, що забезпечує виготовлення продукції (як експортної, так і призначеної для реалізації на внутрішньому ринку) з визначеними технічними параметрами та дотриманням конкретного обсягу випуску в певні терміни;
- наявність відповідних людських ресурсів, що стосуються, в першу чергу, питання наявності фахівців, які здатні здійснювати виробництво продукції на експорт, яка відрізняється від типових моделей виробленої продукції;
- інформаційна база як чинник формування стратегії підприємства може відігравати значну роль за умови своєчасного збору інформації про всі можливості та загрози, які може очікувати підприємство при виході на зовнішній ринок. При зборі й аналізі увагу слід приділити економічним, конкурентним, технологічним, соціальним, а також політичним факторам;
- фінансові можливості щодо формування бюджету з необхідними статтями витрат для реалізації стратегії, яка являє собою затверджений перелік процедур розподілу ресурсів, що охарактеризовані у кількісній формі; представлення у вартісному вираженні, тобто для реалізації стратегії необхідним є визначення обсягів фінансових ресурсів, які окремо будуть спрямовані на роботу на зовнішньому ринку.

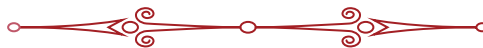


Враховуючи різноманітність факторів, що впливають на стратегію ЗЕД, її не можна розглядати відокремлено. Вона нерозривно пов'язана з ресурсною, товарною, конкурентною та всіма іншими стратегіями підприємства.

Висновки. Отже, дослідивши матеріал з означеної проблеми, можна зробити висновок, що стратегічне управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства є цілісним комплексом управлінських дій, спрямованих на досягнення сукупності цілей. На основі стратегічного управління досягаються такі цілі зовнішньоекономічної діяльності підприємства, як отримання прибутку, підвищення рентабельності та нарощування темпів зростання капіталу власників. Зазначені цілі реалізуються за рахунок низки підцілей, які можна визначити в результаті аналізу стратегічних функціональних умов і вибору напрямів розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Нікітіна А. В.

Література: 1. Баула О. В., Сачук А. В. Особливості формування стратегія зовнішньоекономічної діяльності підприємства в сучасному глобалізаційному просторі // Матеріали за IX-а міжнародна научна практична конференція «Настоящи изследования и развитие – 2013». Т. 7. Икономики: София, «Бял ГРАД-БГ» ООД, 2013. С. 64–68. 2. Кириченко О. А., Ваганов К. Г. Сучасна система управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства. Механізм регулювання економіки. 2008. № 1. URL: http://mer.fem.sumdu.edu.ua/ua/2008_1.html. 3. Кісь О. П. Формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01. Харків, 2005. 21 с. 4. Косенко С. В. Теоретичні положення зовнішньоекономічної діяльності підприємства: визначення та класифікація. *Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі*. 2011. № 3. URL: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Eupmbg/2011_3/Kosenko.pdf. 5. Соколовська В. М. Формування експортного потенціалу підприємства в сучасних умовах господарювання. *Ефективна економіка*. 2009. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1092>. 6. Нікітіна А. В., Юдіна І. В. Удосконалення теоретико-методичних основ експортного потенціалу підприємства в умовах поглиблення євроінтеграційних процесів. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 34. С. 24–28. 7. Стефаненко М. М. Методологічні заходи організації зовнішньоекономічної діяльності підприємства. *Економіка, фінанси, право*. 2012. № 8. URL: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Efp/2012_8/1.pdf.



ПЕРСПЕКТИВИ ВЗАЄМОВІДНОСИН МІЖ ДЕРЖАВНИМ І МІСЦЕВИМИ БЮДЖЕТАМИ

УДК 336.14

Петько А. А.

Студент 2 курсу
факультету фінансів і обліку ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто основні задачі та моделі у формуванні бюджетних відносин, проаналізовано, виявлено передумови впровадження реформи децентралізації. Запропоновано шляхи оптимізації перерозподілу та використання бюджету у зв'язку з реформою децентралізації.

Ключові слова: бюджет, реформа, бюджетна політика, бюджетна стратегія.





Annotation. The main tasks and models in the formation of budgetary relations are considered, the preconditions for the implementation of decentralization reform are analyzed and identified. Ways to optimize the redistribution and use of the budget in connection with the decentralization reform are suggested.

Keywords: budget, reform, budget policy, budget strategy.



В умовах формування стратегії розвитку економіки держави, що характеризується значними коливаннями взаємовідносин між різними суб'єктами держави, доцільно розглянути проблему бюджетних відносин, особливо після реформи децентралізації, запроваджену урядом в останні роки. Тому доцільно розглянути перспективи успіху у впровадженні цих реформ, основні напрямки її розвитку та стратегічні наслідки у майбутньому.

Проблемою бюджетних стосунків між державою та місцевих органів самоврядування займалися вітчизняні та зарубіжні науковці, такі як О. Василик, О. Данілов, О. Дацій, В. Зайчикова, О. Кириленко, В. Кравченко, І. Луніна, Ц. Огонь, В. Опарін, К. Павлюк, Ю. Пасічник, С. Слухай, О. Сунцова, Л. Тарангул, І. Чугунов, С. Юрій та ін. Однак на поточний момент відсутній єдиний погляд щодо формування бюджетних відносин між суб'єктами держави, а тому ця тема потребує більш детальнішого дослідження.

Метою дослідження є аналіз бюджетних відносин між суб'єктами держави, виявлення основних позитивних і негативних чинників під час запровадження реформи децентралізації та виявлення шляхів подолання систематичних недоліків бюджетних стосунків.

У рамках дослідження бюджетних стосунків доречно розглянути визначення бюджету, яке надає у своїй роботі І. Комарницький: «Державний бюджет – це завжди певний компроміс, який відображає співвідношення сил основних груп – носіїв різних соціально-економічних інтересів у країні. Це компроміс між власниками і працюючими по найму з питань оподаткування власності, доходів, заробітної плати, з приводу напрямків і розмірів бюджетних витрат. Це також і компроміс між інтересами держави в цілому і регіональними, місцевими інтересами в розподілі податків і бюджетних дотацій. Кожен такий компроміс супроводжується лобюванням чийось інтересів, гострою політичною боротьбою» [2].

Тому одна з провідних цілей бюджетної політики полягає у сприянні динамічного економічного розвитку. Це можливо здійснити, якщо, з одного боку, буде виконуватися фіскальна ефективність, з іншого боку – стратегічна. Сутність фіскальної ефективності полягає у управлінні бюджетним дефіцитом і боргом, збиранні бюджетних доходів, виконанні бюджетної зобов'язань тощо. Своєю чергою, стратегічна ефективність відповідає за соціально-економічну динаміку в країні. Вона відіграє стабілізуючу функцію у бюджетній політиці держави.

Досліджуючи основні стратегії у формуванні бюджетної політики, можна зазначити, що це одне з найбільш складних понять, яке постійно критикується та змінюється. Це пов'язано з політичними подіями у державі та постійними змінами курсу державі з кожною новою владою. Часто це призводить до порушення окремих, навіть загально визнаних принципів – таких, наприклад, як справедливість, стабільність. Останній принцип можна застосовувати тільки деякий час, доки не буде закладено й обґрунтовано нові цілі та механізми їх втілення у реальне життя. Доцільно застосувати у цьому випадку позицію міністра фінансів Німеччини Х. Ейхеля, який заявив, що «...стабільність не є пріоритетом, нам потрібне зростання».

У сучасних умовах завдання стабілізації бюджетної системи вирішуються в контрольованому режимі. Вдалося знизити рівень інфляції за останні 5 років з 43,3 % на кінець 2015 року до 12 % на кінець 2016 року та до 5 % на кінець 2019 року [1].

Хоча слід зауважити, що економіка України – з тих економік, що дуже впливова на світові кризи і може опинитися під загрозою зростання інфляції й фінансової нестабільності. Проте, на думку автора, треба зробити акцент на «зростанні» економіки та підвищенні ефективності використання коштів, які формують бюджети.

Бюджетна децентралізація становить одну з найважливіших реформ у нашій країні. Треба зауважити, що за 5 років бюджети органів місцевого самоврядування збільшились у 4 рази. Відповідно, у Державному бюджеті України на 2021 рік має бути запроваджено дворівневу модель міжбюджетних відносин і встановлено взаємовідносини між держбюджетом та бюджетами територіальних громад. Більш доцільно зрівнювати цю систему з європейським досвідом.



До основних задач і моделей децентралізації відносять: відповідальність за надання суспільних благ покладається на органи місцевого самоврядування, присутня значна соціальна (просторова) мобільність, основним джерелом місцевого фінансування є місцеві податки. Європейський досвід показує, що перерозподіл у функцій на користь органів місцевого самоврядування приводить до більш ефективного використання податків і раціонального його розподілення [4].

Позитивним аспектом реформи міжбюджетних відносин є щорічне збільшення інвестиційних ресурсів місцевих бюджетів і зростання частки видатків на виконання самоврядних повноважень, що свідчить про підвищення видаткової автономності місцевих бюджетів та ефективності використання бюджетних коштів на місцевому рівні.

Зокрема, обсяги капітальних видатків становили: за 2019 рік – 99,8 млрд грн, що на 8,6 млрд грн, або на 9,5 %, більше, ніж у 2018 році. Своєю чергою, за 2018 рік – 91,2 млрд грн, що на 16,9 млрд грн, або на 22,7 %, більше порівняно з 2017 роком. Цей тренд буде продовжуватися і надалі. Зі слів Міністерства фінансів можна стверджувати, що у найближчі 3 роки частка доходів місцевого рівня, яка складається з податків і зборів, становитиме до 70 %. Зі свого боку Міністерство фінансів України продовжує активно працювати задля побудови ефективних взаємовідносин між центральними органами виконавчої влади та органами місцевого самоврядування.

Сучасний стан економіки України та її регіонів обумовлений дисбалансом і кризовими явищами, що є наслідком проведення неефективних реформ і нестабільності у діяльності органів влади. Більшою мірою це і зумовило потребу проведення реформи децентралізації. Також необхідність цієї реформи стає більш вираженою, оглядаючись на світовий досвід впровадження ефективної реалізації реформ децентралізації, зокрема у Єврозоні.

Головними передумовами впровадження реформи проведення децентралізації місцевих бюджетів є:

1. Гарантування автономії місцевих бюджетів.
2. Забезпечення фінансової незалежності місцевих бюджетів.
3. Стимулювання громадян до об'єднання та формування спроможних територіальних громад [3].

Однак, окрім значних переваг реформи децентралізації, існує низка недоліків, яка пов'язана з рішеннями, прийнятими за цією стратегією. Для нашої держави дуже характерна така риса, як непорозуміння у міжбюджетних відносинах, зокрема державного бюджету та бюджетів міського самоврядування. Це може призвести до недостатнього рівня їх фінансової стійкості. Також доволі характерна риса, притаманна місцевим бюджетам, – неефективність структури видатків місцевих бюджетів, що може привести до значного дисбалансу між дохідною і видатковою частиною бюджету [5]. Це може бути пов'язано з цілою низкою факторів. Дотепер міські бюджети дуже сильно залежали від державного бюджету. Це призводило до того, що значною мірою нераціонально використовувалися кошти. Так, наприклад, місто запропонувало побудувати нові станції метро. Міський бюджет не може покрити всі витрати. Тому воно зверталося до державного бюджету та він, своєю чергою, надавав борг на покриття цих витрат. Видаткова частина бюджету значно перевищувала дохідну. Такі недоліки можна пояснити недоліком часу, пройшовши який, ми перейдемо на нову систему формування бюджетів і їх стратегічного розвитку.

Тому, насамперед, можна зазначити головні напрямки та цілі, які мають стояти у найближчі роки перед державою за період остаточного запровадження цих реформ:

1. Конкретний розподіл повноважень і відповідальності між місцевими та центральними органами влади;
2. Гарантування фінансової незалежності та достатності бюджетів місцевого рівня для реалізації органами місцевого самоврядування їх повноважень;
3. Стимулювання розвитку слабких регіонів і регіонів із складними природними умовами через фіскальне та інвестиційне сприяння [6].

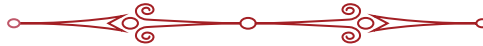
Отже, в умовах сьогодення відбуваються прогресивні зміни у розвитку бюджетної політики місцевих органів влади шляхом проведення реформ децентралізації. Впровадження таких реформ призводить до таких змін: надання більшої автономії та самостійності місцевих бюджетів через збільшення відсотку податкового збору, який іде відтепер до місцевих бюджетів; територіальне укрупнення та об'єднання регіонів, що призводить до збільшення їх дохідної бази. Місцеві бюджети зможуть самостійно робити бюджетне планування на декілька років згідно з тими коштами, якими вони будуть володіти.



У сфері бюджетної політики країна буде намагатися діяти за європейськими зразками, щоб досягти тих економічних результатів, які мають вони. Таким чином, головним пріоритетом бюджетної політики як держави, так і місцевих органів влади є ефективне розподілення як власних, так і залучених коштів, реалізація реформи бюджетної децентралізації, спрямування дій органів влади на подолання недоліків бюджетної політики. Результатом цієї політики буде економічне зростання як регіонів, так і держави, що призведе до покращенню рівня життя та добробуту суспільства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Холодна Ю. Є.

Література: 1. Єфремов І. І. Місцеві бюджети та бюджети місцевого самоврядування: проблеми правового визначення. *Форум права*. 2015. № 1. С. 157–161. 2. Комарницький І. Ф., Павлюк К. В. Економічна теорія : підручник для студ. вищ. навч. закладів. Київ : Центр навч. літ., 2014. 339 с. 3. Лисютин С. Ф., Владыка М. В., Никулина Е. В. Инновационные методы бюджетного менеджмента в социально-экономическом развитии региона. *Научные ведомости Белгородского государственного университета. Сер. История. Политология. Экономика*. 2008. № 2. Вып. 6. С. 179–185. 4. Монетарна політика. URL: <https://bank.gov.ua/ua/monetary/about/targets/target-ch>. 5. Павлюк К. В. Формування доходів місцевих бюджетів. *Фінанси України*. 2016. № 4. С. 24–37.



МІЖНАРОДНІ БРЕНД-СТРАТЕГІЇ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

УДК 339.138:339.9

Петруніна Ю. О.

Студент 4 курсу
факультету міжнародної економіки і підприємництва ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті проаналізовано поняття міжнародного брендингу. Зазначено роль брендингу для вітчизняних і зарубіжних компаній. Виведено власне трактування поняття «бренд». Описано основні завдання та цілі бренд-стратегій міжнародних компаній. Перераховано популярні стратегії міжнародного брендингу. Складено та проаналізовано таблицю сучасних світових брендів.

Ключові слова: бренд, брендинг, бренд-стратегія, глобалізація, міжнародна компанія.



Annotation. The article analyzes the concept of international branding. The role of branding for domestic and foreign companies is indicated. The author has derived its own interpretation of the concept of «brand». The main tasks and goals of brand strategies of international companies are described. Popular strategies for international branding are listed. The table of modern world brands is compiled and analyzed.

Keywords: brand, branding, brand strategy, globalization, international company.





Вступ. У сучасному світі значення брендів посилюється з кожним роком. Міжнародні компанії витрачають багато ресурсів для проведення маркетингових досліджень, створення і поширення своїх брендів на світовий ринок. В умовах глобалізації та стандартизації бренд є вагомим фактором, що відрізняє схожу продукцію різних підприємств або ж самі компанії за умовою однойменності назв фірми та її бренду.

Наразі сама назва, логотип, слоган та імідж бренду вагомо впливають на вибір споживачів та їхню поведінку в цілому. Найпопулярніші бренди мають як гарну репутацію, так і впізнаваність на світовому ринку, а отже, це зумовило необхідність для міжнародних компаній постійно розвивати брендингові стратегії або створювати нові.

Останнім часом тема брендингу набуває все більшої популярності не тільки за кордоном, а й в Україні. Це пов'язано, зокрема, із кількістю іноземних брендів, що на сьогодні представлені в Україні, та їхньою різноманітністю, включаючи, наприклад, як міжнародні торговельні мережі, так і філії крупних іноземних компаній, що спеціалізуються на створенні певних видів продукції і послуг. Тема брендингу є також дуже актуальною і для вітчизняних компаній, що мають бренд, який є поширеним в межах або за межами України. У сучасних умовах глобалізації для вітчизняних виробників наразі є дуже важливим правильно визначитися як в цілому з маркетинговою стратегією, так і з брендинговою зокрема. Оскільки доречна стратегія брендингу є важливою частиною просування вітчизняних товарів на зовнішні ринки, вибір певного способу дій та конкретного виду бренд-стратегії є запорукою успіху фірми на світовому ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню брендів та бренд-стратегії, як загалом, так і в контексті міжнародної діяльності, присвячена значна кількість наукових робіт. Серед авторів можна виділити таких як: Котлер Ф., Аакер Д., Нільсон Т., Девіс С., Келлер К., Огілві Д., Хен Д., Фледвік П., Захаричев Л., Сербогіна Є., Попов Є., Пферч В., Каленська Н., Антонченко Н. та ін.

На фоні суспільства, що постійно розвивається, виникає потреба у постійному перегляді складових, зміни або вдосконаленні наявних видів брендингових стратегій. Зокрема, більшої уваги потребує розгляд бренд-стратегій міжнародних компаній та їхнє значення в умовах глобалізації. Недостатньо висвітленим моментом є зіставлення характеристик і цілей підприємств із видом їхньої міжнародної бренд-стратегії.

Метою статті є аналіз різних підходів до характеризування поняття «брендинг» і визначення його сучасного тлумачення; дослідження основних задач і цілей міжнародних брендингових стратегій; окреслення основних видів міжнародних бренд-стратегій; виявлення доречної міжнародної бренд-стратегії згідно з метою, цілями та видом продукції компанії.

Правильно обрана бренд-стратегія задовольняє низку потреб фірми: від просування окремого виду продукції до установаження сталої думки споживачів про компанію в цілому. Отже, наразі для кожного підприємства, що має за мету зробити свій товар або послугу більш відомими на іноземному та вітчизняному ринках, проведення якісного маркетингового дослідження і планування певних стратегій є одними з головних моментів, які потребують реалізації.

Насамперед, треба зауважити, що існує багато способів просування товарів і підтримки іміджу для підприємств, компаній та організацій. Саме для фірм, що націлені на конкурентоспроможність та успішність їх справи в майбутньому, а також впізнаваність їхніх товарів як у своїй країні, так і за кордоном, створення бренду та розвиток стратегій саме в цьому руслі є доречним варіантом для подальшого ведення бізнесу.

У наш час слово «бренд» сприймається споживачами як синонім торгової марки або ж як сукупність характеристик про товар, продукт чи послугу. Бренд сприймається покупцями скоріше як комплекс уявлень і думок, які виокремлюють товари окремої фірми з-поміж подібних їй. Це можна назвати асоціацією або емоцією, що є реакцією на певний продукт компанії або її саму.

Треба наголосити, що прирівнювати поняття бренду і торгової марки не є правильним. Торгова марка є складовою бренду, що є ширшим поняттям та включає в себе ще інші характеристики, отже, ототожнювати їх неприпустимо.

Треба зазначити, що немає точної та єдиної трактовки поняття «бренд». Кожен з аналізованих учених [1–9] трактує його по-різному. Зазвичай підходи до визначення поняття «бренд» є економічними або психологічними, а іноді поєднують в собі ці два аспекти. Дослідники та підходи, які вони обрали, наведені в табл. 1.



Таблиця 1

Підходи до визначення поняття «бренд»

Підхід	Автори визначень	Надані характеристики
Економічний	Котлер Ф., Аакер Д., Нільсон Т., Девіс С. [1–4]	Якість товару, диференціація від конкурентів, назва, термін, знак, символ, малюнок, ідентифікація товару
Психологічний	Келлер К., Огілві Д., Хен Д., Фледвік П. [5–7]	Сума вражень і емоцій та набір цінностей і атрибутів
Змішаний	Захаричев Л., Серьогіна Є., Попов Є. [8; 9]	Виокремлюють різні ознаки для описування поняття, змішуючи економічні та психологічні характеристики

Узагальнюючи, можна зазначити, що ті, хто обрав більш економічний підхід, розглядали це поняття зі сторони вигоди для підприємства, вони відображають ставлення до бренду продавця, фірми, тощо.

Ті ж, хто обрав психологічний підхід, намагались описати сприйняття бренду споживачем і ті фактори, які на це впливають.

Різні трактування залежать не тільки від суб'єктивного сприйняття дослідників, а ще й від часу, коли певне трактування було сформовано. Як і весь маркетинг, брендинг є тим, що швидко розвивається та зазнає змін. Самі поняття, основні визначення, підходи, методи та види брендингової діяльності досі формуються та розвиваються.

Хоча бренд є поняттям, яке застосовують у всьому світі, певного точного формулювання досі немає. Незважаючи на стандартизацію більшості понять, трактування бренду можна вивести тільки через призму уяви автора та, як було зазначено раніше, підходу, яким він користується. Скомпонували різні визначення поняття «бренд», пропонуємо визначити цей термін двома способами. Беручи за основу різні психологічні трактування, трактуємо бренд як сукупність всіх асоціації споживача, які можуть виникати внаслідок будь-якого зв'язку з товаром чи послугою в результаті придбання власного досвіду, схвалення громадськості та оточуючих. Не можна забувати також те, що з економічного боку бренд – це сукупність певних матеріальних складових, що сприяють підвищенню конкурентоспроможності товару, а також збільшенню обсягу продажів і прибутку підприємницької структури в цілому.

Також при плануванні міжнародних брендингових стратегій потрібно розуміти, що саме являє собою брендинг у цілому та міжнародний брендинг зокрема. У сучасній економіці брендинг набуває все більшого поширення як нова галузь знань і практичної діяльності.

Брендинг можна в цілому охарактеризувати як весь маркетинговий процес створення бренду, включаючи його реєстрацію та управління ним.

Водночас міжнародний брендинг також є маркетинговим процесом створення бренду та управління ним у світовому масштабі. Під час такого управління брендом, що передбачує його позиціонування на іноземних ринках, створюється загальна стратегія його розвитку та можуть бути обрані також різні стратегії, що відрізняються залежно від регіону.

За допомогою міжнародного брендингу й обраних стратегій можна підтримувати запланований обсяг продажів на конкретному ринку і забезпечити збільшення прибутковості в результаті розширення асортименту товарів.

Саме тому для кожної компанії так важливо підібрати саме таку брендингову стратегію, яка буде допомагати фірмі підтримувати гарний імідж і збувати товар як на вітчизняному ринку, так і за кордоном.

Проведення успішного бренд-менеджменту та втілення міжнародних стратегій є, безперечно, необхідними для створення довгострокової переваги іноземних споживачів до товару чи послуги компанії. Отже, виникає необхідність для кожної фірми з'ясувати вид міжнародної брендингової стратегії, що є доречним для використання саме в цій компанії.

Виведемо поняття «бренд-стратегія». Стратегія загалом характеризується як план з визначення основних довгострокових цілей та завдань підприємства, а також затвердження певного курсу дій і розподілу ресурсів, що є необхідними для досягнення поставлених цілей. Саме стратегія є фактором, який поєднує цілі та ресурси компанії.



Якщо скомпонувати поняття стратегії і брендингу, стає очевидно, що бренд-стратегія – це цілісне і всеосяжне бачення подальшого шляху компанії або продукту. Вона включає в себе абсолютно всі складові, що так чи інакше пов'язані з брендом. Це стратегія створення, розвитку, зміни та адаптації до ринку бренду, який має цілісний, унікальний і привабливий образ, властивий продукту або групі продуктів, об'єднаних спільними ідентифікаційними символами.

Аналізуючи сучасні дослідження [9–11] та досвід різних компаній, можна виокремити деякі цілі та задачі бренд-стратегії. Необхідно зазначити, що завдання і цілі стратегії бренду тісно пов'язані, оскільки без вирішення одних неможливо досягти других. Причому важливо зазначити, що для кожної мети формується свій перелік завдань.

Серед найбільш поширених цілей можна виділити такі: збільшення обсягів продажів; популяризація нового продукту або послуги; формування власної фірмової ідентичності; просування власного продукту чи послуги на закордонні ринки.

Перелічені цілі є доволі загальними, адже у кожній компанії є власна специфіка роботи та загальна стратегія ведення бізнесу. Але навіть при дуже загальних цілях є можливим поставити завдання, з якими частіше за все стикаються компанії, що планують бренд-стратегію.

Серед них можна надати такі: здійснення всеохоплюючого дослідження; розробка ефективних інструментів, які вирішують основні завдання; створення засобів, що забезпечують унікалізацію продукту або компанії.

Залежно від цілей підприємства до названих вище завдань додаються більш конкретні. Це стосується і ситуацій, коли компанія налаштована на вихід на іноземні ринки. У таких випадках є деякі нюанси для створення та розвитку бренд-стратегії фірми.

Наразі тема міжнародного брендингу постійно розвивається, тому робляться нові дослідження та наукові праці. Самі поняття «бренд» і «брендинг», як було сказано раніше, зазнають постійних змін. Таким чином, аналіз стратегій міжнародного брендингу є таким же актуальними на цей момент, як і підбір певної стратегії для конкретної фірми.

Для створення та розвитку міжнародної бренд-стратегії компанії, підприємства чи навіть торгової мережі необхідно звернути увагу на наявні види цих бренд-стратегій [10]. На сьогодні основних таких видів виділяють чотири.

Не є дуже поширеною стратегія глобального бренду, яка передбачає єдиний всесвітній бренд для всіх країн. Компанії, що використовують цю стратегію, не адаптують її до можливих національних відмінностей і використовують однакове ім'я бренду, логотип і слоган на різних ринках у всьому світі. Ринкова пропозиція, позиціонування бренду і комунікації є також ідентичними на всіх ринках. Така стандартизація призводить до значного ефекту масштабу.

Серед переваг цього виду стратегії можна виокремити такі як: економія за рахунок зростання масштабів виробництва; економія на розробці маркетингових компаній; спрощення управління брендом; більша легкість проведення збутової діяльності; велика вартість всесвітніх брендів.

Серед основних недоліків такої стратегії можна зазначити знехтування відмінностями в споживчих перевагах в різних країнах та, можливо, велику ціну адаптування єдиної реклами до місцевого ринку.

Наступним видом міжнародної бренд-стратегії є подвійний стандарт. При використанні цього виду застосовується єдина міжнародна бренд-стратегія, що є відмінною від стратегії на внутрішньому ринку.

Суть цього виду полягає в тому, що вигляд продукції та базисні цінності торгової марки є однаковими, просування на внутрішньому та зовнішньому ринках є різними. Частіш за все це проявляється в заостренні уваги на різних аспектах цінності бренду. Найбільш позитивним моментом є те, що компанія має більш обережний підхід до міжнародного брендингу.

Схожою на стратегію подвійного стандарту є стратегія транснаціонального бренду. Вона передбачає загальний підхід до просування торгової марки в усіх країнах із значним обсягом локальних адаптацій. Компанії, що використовують цю стратегію, розробляють індивідуальні бренд-стратегії для кожного з іноземних ринків, на які вони виходять. Сам бренд, ринкова пропозиція, а також маркетингові заходи адаптуються до локальних умов. Проте корпоративна концепція бренду залишається єдиною і діє як основа, що направляє місцеву адап-



тацію в межах своїх кордонів. До того ж фірма має змогу позиціонувати свій бренд по-різному і використовувати локально адаптовані цінові та товарні політики.

Головною перевагою цього виду міжнародної бренд-стратегії є можливість адаптувати бренд під різні ринки. Недоліком є те, що на таку адаптацію потрібні значні капіталовкладення.

Ще один вид бренд-стратегії – це стратегія багатонаціонального бренду, що передбачає всебічну адаптацію торгової марки до кожного нового ринку. Ця стратегія характеризується повною адаптацією брендів, ринкових пропозицій і маркетингових заходів.

Вона націлена на різні внутрішні ринки – нації або регіони. Існують ринки, на яких здійснення повної адаптації до місцевих умов є неминучим через різні юридичні аспекти. Головним недоліком, як і при використанні стратегії транснаціонального бренду, є значні капіталовкладення.

Окрім чотирьох основних видів міжнародних стратегій, виділяють деякі специфічні. Найбільш поширені з них – це стратегія міжнародного бренду та опортуністична стратегія. Перша з них характеризується тим, що компанія не здійснює широкої адаптації своїх ринкових пропозицій, брендів і маркетингових заходів до різних місцевих умов. Цей вид підходить до унікальних товарів. Другий вид характеризується тим, що кожне рішення щодо тієї чи іншої країни або ринку приймається в розрахунок на отримання найбільшого короткострокового результату.

На сьогодні є низка компаній, які використовують перелічені раніше міжнародні бренд-стратегії. Найпопулярніші з них наведені в табл. 2.



Таблиця 2

Порівняльна таблиця міжнародних бренд-стратегій компаній

Назва компанії	Логотип	Вид міжнародної бренд-стратегії	Основні риси стратегії
1	2	3	4
Sony		Стратегія глобального бренду	Має незмінну сутність та індивідуальність
Gillette		Стратегія глобального бренду	Одні принципи стратегії та позиціонування
Avon		Стратегія глобального бренду	Пропозиція однакового асортименту
Volvo		Подвійний стандарт	Акцент на різних аспектах цінностей на внутрішньому і зовнішньому ринках
Danone		Стратегія транснаціонального бренду	Адапування стратегій та позиціонування торгових марок як місцевих
Unilever		Стратегія транснаціонального бренду	Адапування стратегій та позиціонування торгових марок як місцевих
Domino's		Стратегія транснаціонального бренду	Локалізація продукції для кожної країни



Закінчення табл. 2

1	2	3	4
Dunkin Donuts		Стратегія транснаціонального бренду	Індивідуальне меню для кожної країни
Microsoft		Стратегія міжнародного бренду	Унікальність продукту, низька конкуренція на світовому ринку

Кожна з перелічених стратегій має як переваги, так і недоліки. Вибір однієї з них, комбінація окремих рис з наведених міжнародних бренд-стратегій є дуже важливим рішенням для кожної компанії. Брендінг допомагає відрізнити різні фірми одна від одної, отже, як і дослідження стандартних видів міжнародних бренд-стратегій, так і створення унікальної стратегії для компанії зостануться актуальними справами ще дуже довго. Отже, проаналізувавши інформацію з табл. 2 та досвід міжнародних компаній, можна виокремити певні характеристики компаній, що успішно використовують приведені бренд-стратегії.

Таким чином, стратегію глобального бренду краще використовувати великим компаніям, які вже мають місткий внутрішній ринок і ресурси на розробку та підтримання глобальної стратегії. Такий вид міжнародної бренд-стратегії підходить для фірм, що випускають доволі уніфіковані товари, які мають однаковий вигляд і набір властивостей у всьому світі.

Подвійна стратегія може бути використана компаніями із розвинутим внутрішнім ринком збуту та обережним підходом до ведення міжнародної брендингової діяльності. Така стратегія добре підходить для фірм, що планують отримати переваги, які характерні як і для глобальних стратегій, так і для локальних, такі як ефект масштабу й адаптація під іноземні ринки.

Застосовуючи дві різні стратегії для внутрішнього та зовнішнього ринків, потрібно розуміти, що зміни будуть саме в позиціонуванні та просуванні товарів. Зовнішній вигляд і функціонал продукції зостануться відносно незмінними. Таким чином, стратегія підходить для компаній, що спеціалізуються на виготовленні товарів, що є стандартними у всьому світі.

Стратегія транснаціонального бренду підходить компаніям, які мають за мету локалізувати продукцію та адаптувати торгову марку як місцеву. Така стратегія підходить для фірм, що спеціалізуються як на стандартних видах товарів і послуг, так і унікальних, адже просування, види продукції та інші складові в різних країнах відрізнятимуться.

Стратегія багатонаціонального бренду є доцільною тільки в тих випадках, коли фірма стикається з великим тиском, прагнучи відповідати місцевим вимогам. Частіше за все повна адаптація використовується компаніями через певні юридичні моменти, коли іншу стратегію використати неможливо згідно з законодавством щодо просування їхньої продукції чи послуг. Таку стратегію краще використовувати фірмам, що надають специфічні послуги або випускають специфічні товари.

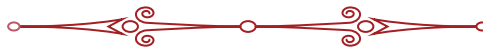
Висновок. Узагальнюючи, слід зазначити, що все, що пов'язано із брендинговою діяльністю, не має єдино правильних і точних визначень. Навіть саме поняття бренду є різним у різних авторів. Аналіз сучасного стану міжнародних бренд-стратегій дозволив виокремити чотири різні види, що є доволі типовими. Відрізняються ж вони ступенем адаптації бренду до різних ринків: від єдиного всесвітнього бренду для кожної країни до всебічної його адаптації до кожного нового ринку.

Дослідження також засвідчило, що формування міжнародних бренд-стратегій наразі є дуже важливим завданням для кожної фірми, організації або торгової мережі, що хоче успішно розвивати свою зовнішню економічну діяльність. Серед факторів, які потрібно врахувати для підбору міжнародної бренд-стратегії, можна виділити розмір охоплення вітчизняного ринку та самої компанії, кількість ресурсів, що можна залучити, та тип продукції чи послуг, на якому спеціалізується фірма.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Нікітіна А. В.



Література: 1. Котлер Ф. Маркетинг XXI столетия. Санкт-Петербург : Нева, 2005. 238 с. 2. Aaker D. Managing Brand Equity: Capitalizing on the value of a Brand Name. N. Y. : Free Press, 1991. 56 p. 3. Нильсон Т. Конкурентный брендинг: заставьте чужой опыт работать на себя. Санкт-Петербург : Питер, 2003. 207 с. 4. Дэвис С., Скотт М. Управление активами торговой марки: секреты успешных брендов. Санкт-Петербург : Питер, 2001. 271 с. 5. Келлер К. Л. Стратегический бренд-менеджмент: создание, оценка, управление марочным капиталом. Москва : Вильямс, 2005. 79 с. 6. Огилви Д. Огилви о рекламе. Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2012, 239. 7. Каленская Н. В., Антонченко Н. Г. Брендинг : учеб. пособие. Казань : Абзац, 2019. 125 с. 8. Захаричев Л. С. Модель управления брендами предприятий-производителей. *Маркетинг в России и за рубежом*. 2004. Вып. 5. С. 72–79. 9. Нікітіна А. В., Азарова А. О. Розвиток брендингу в Україні як необхідне підґрунтя забезпечення конкурентоспроможності компаній в умовах інтенсифікації міжнародних економічних відносин. *Інфраструктура ринку*. 2018. Вип. 26. С. 9–14. URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/26-2018>. 10. Серегина Е. В., Попов Е. В. Трансакционные издержки формирования института бренда. *Маркетинг в России и за рубежом*. 2006. Вып. 2. С. 42–51. 11. Котлер Ф., Пфферч В. Бренд-менеджмент в B2B-сфере. Москва : Вершина, 2007. 71 с.



ОБГРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ ЗРОСТАННЯ ДОХОДІВ ВІД РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ НА ОСНОВІ МЕТОДУ АНАЛІЗУ ІЄРАРХІЇ

УДК 658.155:658.8

Піліпей В. О.

Студент 4 курсу
факультету фінансів і обліку ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У цій статті розглянуто шляхи збільшення доходу підприємства від реалізації продукції. Використання методу аналізу ієрархії дало змогу прийняти більш ефективне управлінське рішення щодо вирішення цієї проблеми. Рішення приймалося за такими критеріями: вартість впровадження заходів; час, необхідний для впровадження заходів; складність впровадження заходів.

Ключові слова: метод аналізу ієрархії, оптимізація витрат, гнучка цінова політика, ринки збуту, дохід.



Annotation. This article discusses ways to increase the company's income from product sales. The use of the method of hierarchy analysis allowed to make a more effective management decision to solve this problem. The decision was made according to the following criteria: the cost of implementing measures, the time required to implement measures and the complexity of implementing measures.

Keywords: hierarchy analysis method, cost optimization, flexible pricing policy, sales markets, income.



В умовах посилення конкуренції на внутрішньому та зовнішньому ринках питання підвищення ефективності діяльності набуває все більшої актуальності для суб'єктів господарювання. Прибуток є кінцевим результатом господарської діяльності підприємства та головною метою створення та функціонування суб'єктів господарювання.



Для кожного підприємства вкрай важливо слідкувати за рівнем і динамікою прибутку та вживати заходів щодо його максимізації.

Вивченням питань, що стосуються прибутковості підприємства та шляхів її підвищення, займався безліч науковців, зокрема Антонюк Р. Р., Хмелевський О. В., Огічук М. Ф., Єпіфанова І. Ю., Івахненко В. М., Мец В. О., Фролова Т. О., Яриш О. В. та ін. Незважаючи на досить велику кількість наукових досліджень з цієї теми, питання щодо основних шляхів підвищення прибутковості підприємства досить залишаються актуальними.

Метою цього дослідження є знаходження вигідних для підприємства шляхів зростання доходу від реалізації продукції. Для досягнення цієї мети найбільш доцільним є використання підходу до рішення багатокритеріальних задач у складній обстановці – метод аналізу ієрархії.

Метод аналізу ієрархії (МАІ) є систематизованою математичною процедурою для ієрархічного подання елементів, які визначають сутність певної економічної проблеми. Метод полягає у декомпозиції проблеми на більш прості складові частини та поданій обробці послідовності суджень суб'єкту прийняття рішень, що подаються у вигляді попарних порівнянь. Ці судження далі відображаються у кількісній формі. У результаті може бути виражений відносний ступінь (інтенсивність) взаємодії елементів в ієрархії [1].

Порядок застосування методу аналізу ієрархій [2]:

- 1) побудова якісної моделі проблеми у вигляді ієрархії, що включає мету, альтернативні варіанти досягнення цілі і критерії для оцінки якості альтернатив;
- 2) визначення пріоритетів всіх елементів ієрархії з використанням методу парних порівнянь;
- 3) синтез глобальних пріоритетів альтернатив шляхом лінійної згортки пріоритетів елементів на ієрархії;
- 4) перевірка суджень на узгодженість;
- 5) прийняття рішень на основі отриманих результатів.

За допомогою методу аналізу ієрархії на базі Microsoft Excel розроблено програму, яка дозволить керівництву підприємства зробити оптимальний вибір серед кількох напрямів, спрямованих на збільшення доходу від реалізації продукції.

Поставленій задачі відповідає ієрархія (рис. 1), вершиною якої є мета «збільшення доходу від реалізації продукції». Перший рівень вказаної ієрархії формують такі критерії: «вартість впровадження заходів», «час необхідний для впровадження заходів» та «складність впровадження заходів». На останньому рівні знаходяться такі три альтернативних сценарії: «оптимізація витрат», «пошук нових ринків збуту та збільшення доходу з операційної діяльності» та «впровадження гнучкої цінової політики».



Рис. 1. Декомпозиція задачі ієрархії вибору сценарію розвитку

Після побудови декомпозиції задачі ієрархії визначається пріоритетність критеріїв при виборі альтернатив на основі попарних оцінок суджень.



Система попарних оцінок суджень за методом аналізу ієрархії Т. Сааті приводить до результату, що може бути представлений у вигляді зворотно-симетричної матриці.

Елемент матриці $a_{(i,j)}$ визначається шляхом порівняння важливості i -го фактора з j -м за шкалою інтенсивності від 1 до 9, де оцінки мають таке визначення [4]:

- 1 – рівна важливість;
- 3 – помірне домінування i -го фактору над j -м;
- 5 – істотна перевага i -го фактору над j -м;
- 7 – значна перевага i -го фактору над j -м;
- 9 – дуже сильна перевага i -го фактору над j -м.

Матрицю попарних порівнянь суджень щодо визначення пріоритетності критеріїв при виборі сценарію збільшення доходу від реалізації продукції наведено на рис. 2.

	E1	E2	E3
E1	1	3	1/5
E2	1/3	1	1/7
E3	5	7	1

Рис. 2. Матриця парних порівнянь важливості критеріїв при виборі сценарію збільшення доходу від реалізації продукції

Відповідно до наведеної матриці при вирішенні мети критерій E1 (вартість впровадження заходів) має помірне домінування над критерієм E2 (час необхідний для впровадження заходів); критерій E3 (складність впровадження заходів) має істотну перевагу над критерієм E1 та значну перевагу над критерієм E2.

Результати розрахунку пріоритетності критеріїв вибору сценарію розвитку наведено на рис. 3 [4].

	E1	E2	E3	W_i	W_{норм}
E1	1,00	3,00	0,20	0,84	0,19
E2	0,33	1,00	0,14	0,36	0,08
E3	5,00	7,00	1,00	3,27	0,73
Σ	6,33	11,00	1,34	4,48	1,00

A	3,0649
IC	0,0324
OC	0,0559

Рис. 3. Значення пріоритетності критеріїв при виборі сценарію зростання доходу від реалізації продукції

За результатами розрахунків найбільш пріоритетним критерієм є складність впровадження заходів (E3). Значення індексу узгодженості менше 0,2 та відносної узгодженості менше 0,1 свідчить про узгодженість думок експертів.

Наступним етапом є визначення пріоритетів альтернатив за кожним з критеріїв (рис. 4).

За критерієм E1 «вартість впровадження заходів» вищий пріоритет має альтернатива «впровадження гнучкої цінової політики» (0,57). За критерієм E2 «час необхідний для впровадження заходів» найбільший пріоритет має альтернатива «пошук нових ринків збуту та збільшення доходу від операційної діяльності» (0,65), а за критерієм E3 «складність впровадження заходів» – альтернатива «оптимізація витрат».

Пріоритетність сценаріїв розвитку за критеріями E1–E3 графічно наведено на рис. 5.



E1					
	A1	A2	A3	W1	Wнорм
A1	1,00	5,00	0,33	1,19	0,32
A2	0,20	1,00	0,33	0,41	0,11
A3	3,00	3,00	1,00	2,08	0,57
Σ	4,20	9,00	1,67	3,67	1,00

E2					
	A1	A2	A3	W1	Wнорм
A1	1,00	0,33	5,00	1,19	0,28
A2	3,00	1,00	7,00	2,78	0,65
A3	0,20	0,14	1,00	0,31	0,07
Σ	4,20	1,48	13,00	4,25	1,00

E3					
	A1	A2	A3	W1	Wнорм
A1	1,00	3,00	3,00	2,08	0,58
A2	0,33	1,00	3,00	1,00	0,28
A3	0,33	0,33	1,00	0,48	0,14
Σ	1,67	4,22	7,00	3,56	1,00

Рис. 4. Значення пріоритетності альтернатив за кожним з критеріїв

Оскільки за кожним із критеріїв найвищий пріоритет мають різні альтернативи, тому було розраховано глобальний пріоритет альтернатив з урахуванням значущості критеріїв.

Найбільш пріоритетна альтернатива визначається шляхом перемноження матриці пріоритетів альтернатив за кожним критерієм на матрицю пріоритетів критеріїв (рис. 6).

Пріоритетність альтернатив продемонстровано графічно на рис. 7.

За даними розрахунками можна зробити висновок, що пріоритетність альтернатив складає: оптимізація витрат – 0,51; пошук нових ринків збуту та збільшення доходу від операційної діяльності – 0,28; впровадження гнучкої цінової політики – 0,21. Таким чином, застосовуючи метод аналізу ієрархій було визначено пріоритетні напрямки, котрі дозволять збільшити об'єми реалізації продукції.

За підсумками проведеного аналізу можна зробити висновок, що за глобальним вектором пріоритетів найбільш доцільною альтернативою, яка б стимулювала збільшення доходу підприємства за рахунок реалізації продукції, є «оптимізація витрат». Тобто керівництву підприємства потрібно переглянути витрати за всіма напрямками та максимально їх оптимізувати. Це можна зробити за рахунок зниження собівартості, пошуку нових постачальників із більш вигідними умовами співпраці, також доцільним може бути реорганізація виробництва.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Журавльова І. В.

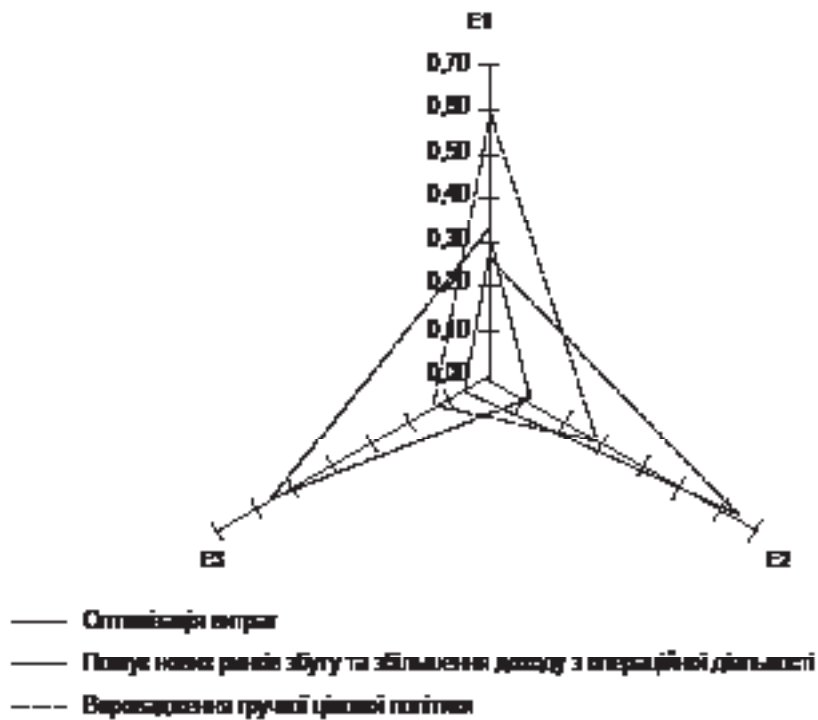


Рис. 5. Значення пріоритетів сценаріїв розвитку за критеріями E1–E3

	E1	E2	E3	
Підвищення якості продукції	0,64	0,28	0,58	0,19
Пошук нових ринків збуту	0,10	0,65	0,28	0,08
Впровадження гнучкої цінової політики	0,28	0,07	0,14	0,73
				0,5694

Рис. 6. Розрахунок пріоритету сценаріїв розвитку ринку

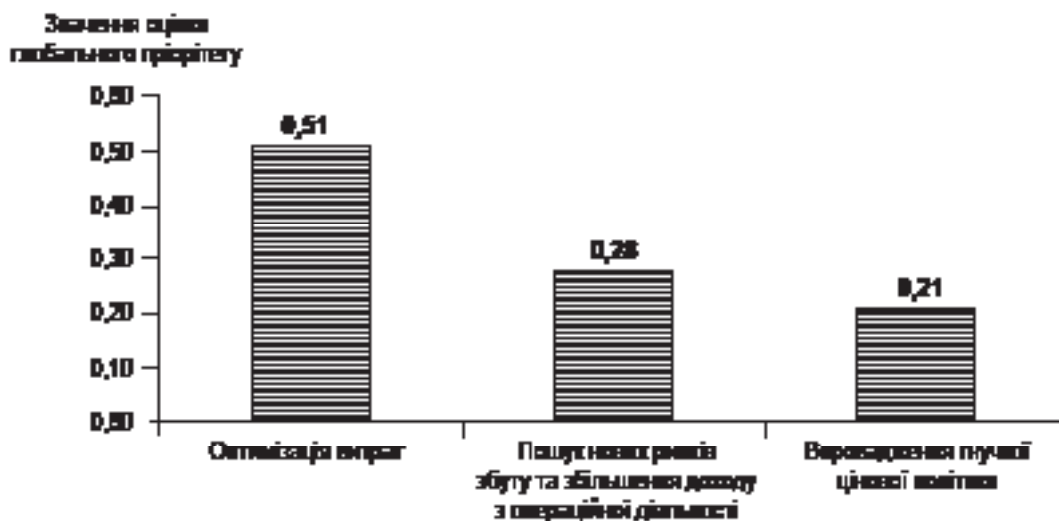
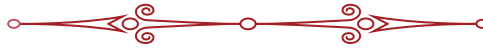


Рис. 7. Значення оцінки глобального пріоритету сценарія збільшення доходу від реалізації продукції



Література: 1. Prusak A., Strojny J., Stefanow P. Analityczny proces hierarchiczny (AHP) naskręty – kluczowe pojęcia i literatura. *Humanities and Social Sciences*. 2014. Vol. XIX, 21. P. 179–192. 2. Sengupta R. N. *Decision Sciences: Theory and Practice*. Aparna Gupta – CRC Press, 2017. 998 p. 3. Saaty T. L., Kevin P. Kearns *Analytical Planning. Organisation of the systems*. United States of America : Pergamon, 1985. 216 p. 4. Saaty T. L. *The Analytic Hierarchy Process: Planning, Priority Setting, Resource Allocation*. United States of America : McGraw-Hill, 1980. 287 p.



РОЛЬ ПОСЕРЕДНИКІВ У ОРГАНІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА СВІТОВИХ РИНКАХ

УДК 339.9

Покорська В. М.

Студент 4 курсу
факультету міжнародної економіки і підприємництва ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті висвітлено поняття посередництва як економічної категорії. Проаналізовано сучасні підходи до трактування сутності посередництва у світовій економіці. Охарактеризовано суб'єктів міжнародної торговельно-посередницької діяльності. Визначено різновиди і характер торгово-посередницьких операцій залежно від функцій, що виконують посередники. Структуровано напрями розвитку збутової діяльності підприємства на світових ринках за допомогою посередників.

Ключові слова: посередництво, міжнародне посередництво, торгові посередники, торгово-посередницька діяльність, збут, світовий ринок.



Annotation. The article highlights the concept of mediation as an economic category. Modern approaches to the interpretation of the essence of mediation in the world economy are analyzed. The subjects of international trade and intermediary activity are characterized. The types and nature of trade and intermediary operations are determined depending on the functions performed by intermediaries. The directions of development of sales activity of the enterprise on the world markets with the help of intermediaries are structure.

Keywords: mediation, international mediation, trade intermediaries, trade-intermediary activity, sales, world market.



Актуальність теми дослідження. Посередництво як інструмент міжнародних економічних відносин займає вагомий частку у світовій торгівлі. Воно є основною сполучною ланкою між споживачем і продавцем і сприяє ефективному співробітництву та здійсненню угод. Необхідність у використанні посередницьких послуг викликана відсутністю досвіду національних підприємств, які мають намір вийти на світовий ринок, у веденні зовнішньоекономічної діяльності щодо пошуку іноземних партнерів, грамотного складання міжнародних договорів купівлі-продажу, а також наявністю можливості полегшення процесу просування продукції та зниження витрат на її реалізацію [1, с. 83; 2]. Тому питання визначення ролі посередників у організації діяльності підприємств на світових ринках є надзвичайно важливими для їх ефективного функціонування.



Постановка проблеми. Визначення напрямів оптимізації міжнародної торговельно-посередницької діяльності має велике значення для розширення зовнішньоекономічних зв'язків, дає можливість вітчизняним підприємствам конкурувати на рівні зі світовими лідерами.

Аналіз останніх досліджень. Питанню посередництва та його ролі у світовій економіці було приділено чимало уваги. Дослідження у сфері використання послуг торговельних посередників вітчизняними підприємствами проведено такими відомими вченими-економістами, як: А. Андреева, Ю. Іванов, Р. Кокорев, В. Аполій, Н. Голошубова, І. Бланк, А. Носуліч, В. Резнікова, М. Джансен, І. Петрісон, Д. Козмюч та ін. Проте, незважаючи на значну кількість наукових праць, присвячених «посередництву» загалом, досі немає єдиного розуміння сутності цього поняття, а питання приналежності суб'єктів господарської діяльності до посередників, організації діяльності підприємства на світових ринках за допомогою посередників залишаються дискусійним, що обумовлює необхідність проведення подальших наукових досліджень.

Метою статті є дослідження теоретичних аспектів і розробка практичних рекомендацій щодо удосконалення організації зовнішньоекономічної діяльності підприємства за допомогою посередників.

Основні результати дослідження. В результаті поглиблення міжнародного поділу праці та спеціалізації сьогодні посередницька діяльність становить основу світової економіки. Посередництво стає одним із найефективніших способів виходу підприємств на світові ринки і здійснення зовнішньоекономічної діяльності в умовах глобалізації.

З економічної точки зору в широкому розумінні посередництво – це діяльність особи, що сприяє встановленню будь-якого економічного зв'язку між іншими особами. Посередництво у господарському обігу характеризується значним різноманіттям, ним охоплюються всі сфери обігу товарів, робіт і послуг.

В економічній літературі виділяють такі підходи до трактування сутності посередництва у світовій економіці [3]:

- визначення значної ролі посередників у здійсненні різних форм міжнародних економічних відносин, зокрема у міжнародній торгівлі, коли як посередництво розглядається процес непрямой торгівлі (коли між продавцем та безпосереднім виробником є інші суб'єкти);
- підхід сприяння встановленню економічних зв'язків, коли посередництво розглядається як форма представництва та виконує допоміжну роль у торгівлі;
- підхід трансакційних витрат, за яким посередництво сприяє економії трансакційних витрат, пов'язаних з укладанням угод;
- підхід до посередництва як послуги, за яким посередництво визначається як господарська діяльність з надання комплексу послуг;
- трактування посередництва як наслідку спеціалізації, який визначає посередництво як природне явище для економіки з високим рівнем спеціалізації та передбачає зростання кількості посередників зі збільшенням масштабу спеціалізації.

Міжнародна посередницька діяльність в економічній науці тлумачиться як діяльність, що забезпечує товарний рух і здійснюється суб'єктами підприємництва від свого імені або як представника замовника, як за власні кошти, так і за рахунок довірителя.

Суб'єктами міжнародної торговельно-посередницької діяльності є фізичні та юридичні особи, яких поділяють залежно від видів торговельно-посередницької діяльності [4, с. 146–147]:

- 1) діяльність з перепродажу товарів: лізингодавці, дистриб'ютори, аукціоністи, консигнатори, дилери, коміснери;
- 2) діяльність зі створення умов для здійснення актів купівлі-продажу, організації товарообігу: брокери, агенти, маклери та комерційні представники, або повірені.

Різновид і характер торгово-посередницьких операцій визначається залежно від функцій, що виконують посередники, а саме: робота з інформацією; здійснення заходів, спрямованих на стимулювання збуту товарів; встановлення та укріплення контактів з потенційними клієнтами; адаптація товарів до потреб ринку та споживачів; організація переговорних процесів; організація перевезення та складування товарів; пошук і залучення коштів для покриття витрат з доставки товарів до клієнтів; узяття відповідальності за ризики, пов'язані з доведенням товарів до споживачів. Основні види торгово-посередницьких операцій у ЗЕД відображені в табл. 1.



Таблиця 1

Види посередницьких операцій у ЗЕД підприємства

Види	Характеристика
Дилерські операції (операції з перепродажу)	– коли посередник викуповує товар у виробника і підписує договори купівлі-продажу від свого імені і за свій рахунок (посередники – купці, дистриб'ютори, дилери)
Комісійні операції	– коли посередник не викуповує товар у виробника, а підписує договори комісії (консигнації) від свого імені, але за рахунок виробника за винагороду (посередники – комісіонер, консигнатор)
Агентські операції	– коли одна сторона за агентською угодою доручає іншій (агенту) виконувати дії, пов'язані з продажем чи купівлею товарів, а також з пошуком замовників і виконавців для надання тих чи інших послуг на обумовленій території в погоджений термін за рахунок та від імені виробника (принципала) (посередники – агенти-повірені, торговельні агенти)
Брокерські операції	– коли посередник (спеціалізований професійний агент) працює на одному сегменті ринку і укладає контракт між продавцем і покупцем за винагороду (посередники – агент-представник, брокер, маклер)

Актуальною проблемою у здійсненні зовнішньоекономічних операцій є відстань між виробником і споживачем, і тому ефективне узгодження попиту та пропозиції потребує наявності посередників. Перед українськими посередниками в цей час постає одна з основних проблем – складнощі зі збутом. У процесі розвитку підприємства ефективна система збуту дає можливість охопити усі торгові точки, забезпечити постійну підтримку запасів продукції. Значною мірою саме від ефективності цього критерію залежить успішність в реалізації товару, стан підприємства на споживчому ринку певної країни та перспективи його розвитку.

Управління каналами збуту на світових ринках має свою специфіку. В управлінні збутом з використанням послуг торговельних посередників особливу увагу приділяють вибору ефективних каналів розподілу; збору інформації про потенційних партнерів та визначенню умов співпраці з ними; плануванню процесу реалізації товару по каналу збуту; контролю над процесом реалізації товарів; коригуванню умов співпраці, клієнтської бази тощо.

Отже, структурувати напрями розвитку та підвищення ефективності збутової діяльності підприємства на світових ринках доцільно таким чином (рис. 1).

Вагоме місце у системі збуту посідає аналіз і контроль або аудит збуту. Його мета – оцінка ефективності системи управління продажами, виявлення ризиків і дефектів в системі управління, а також виявлення способів їх запобігання або мінімізації виникнення. Аудит системи збуту включає в себе: контроль поточних і нових ринків реалізації реальної та планованої продукції; контроль факторів сегментування ринків; контроль кон'юнктури ринку, конкурентоспроможності продукції, цін, конкурентів, соціально-демографічні чинники тощо; контроль інформованості споживачів стосовно товарів; контроль змін, які стосуються безпосередньо технологічного забезпечення; аналіз тенденцій щодо змін в обсягах продажу товару за його видами, групами споживачів і регіонами збуту, враховуючи сезонність; контроль еластичності попиту продукції; контроль стадій життєвого циклу кожного виду товару з метою удосконалити продукцію і технологію її виробництва; оцінка маркетингових заходів підприємства і конкурентів зокрема, їх вплив на продажі товару тощо [5, с. 212–213].

Значну частину роботи у розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства займає розробка оптимальної маркетингової стратегії разом з партнером-посередником. У проведенні маркетингової діяльності щодо розвитку ЗЕД підприємства, яке функціонує у сільській промисловості, доцільно використовувати Direct Mail, закордонні виставки та веб-сайт.

1. Електронна пошта є невід'ємним атрибутом здійснення діяльності підприємства. Фахівці зазначають, що цей спосіб приваблення клієнтів є досить ефективним для виявлення потенційних замовників, а також для налагодження комерційних зв'язків, збору інформації про споживачів, зацікавленості товарами тощо.

2. Участь міжнародних виставках дає можливість усім учасникам і відвідувачам, які можливо стануть майбутніми клієнтами підприємства, ознайомитись з продукцією достатньо детально завдяки інформаційним стендам.

3. Веб-сайт. У разі бажання потенційного клієнта ознайомитись з продукцією ближче, роздивитись товар більш детально, інтернет-сторінка є цілодобовим продавцем, який полегшує як посереднику проводити частину своєї роботи щодо ознайомлення з продукцією, так і кінцевим споживачам дізнатися про підприємство, і стати клієнтом, який буде приносити дохід [6, с. 4].

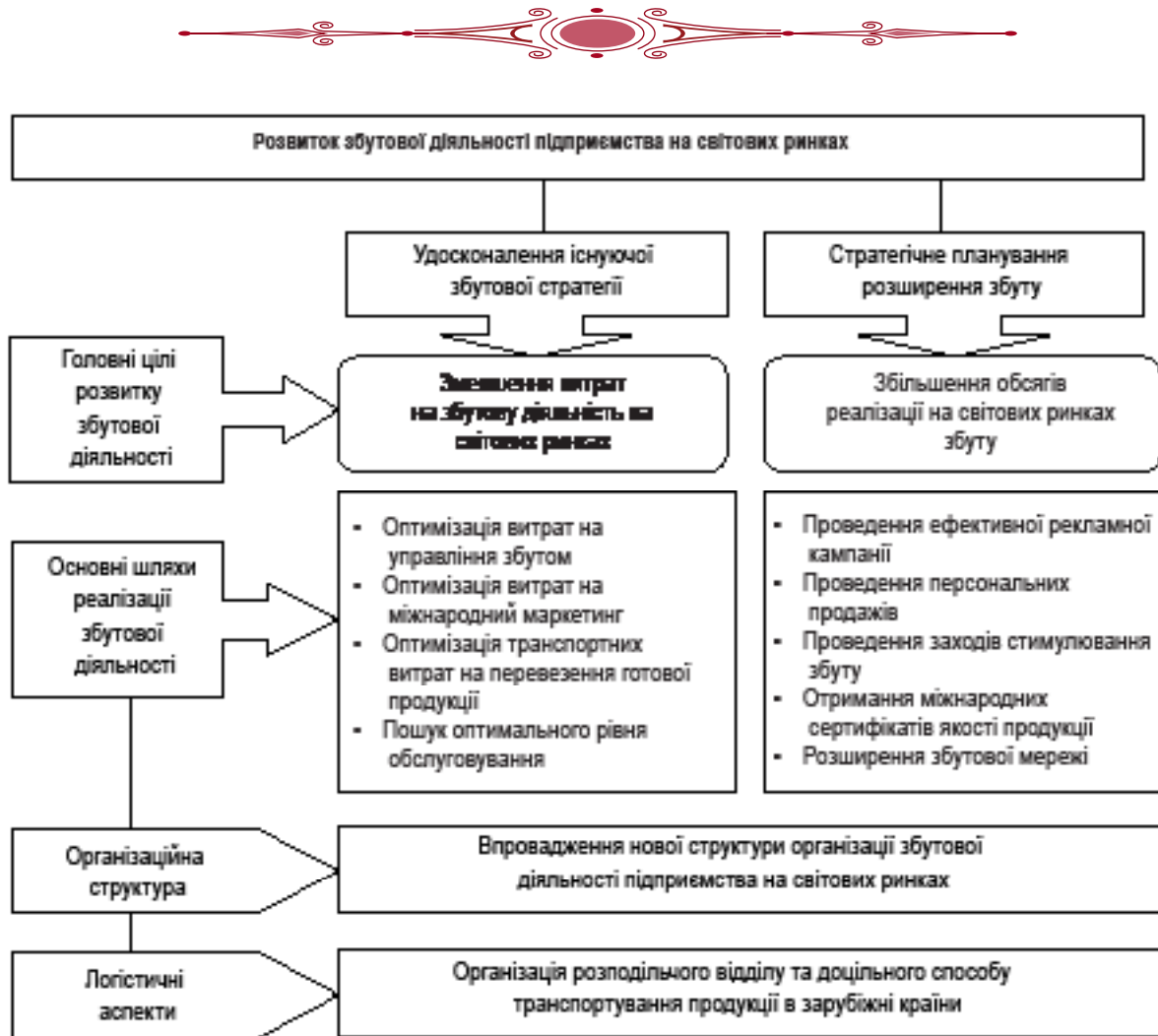


Рис. 1. Напрями розвитку збутової діяльності підприємства на світових ринках

Звичайно, залучення посередників має низку недоліків, зокрема, відсутність зв'язку з іноземними контрагентами, висока залежність від рівня сумлінності, добросовісності і підприємницької активності посередника. Тому використання міжнародних посередників вимагає детального попереднього економічного обґрунтування їх залучення.

Висновки. Міжнародне торговельне посередництво є формою співпраці, яка дає змогу чітко розмежувати виробництво та споживання товарів чи послуг, в результаті чого досягти максимальної ефективності та фінансових результатів від спільної роботи для усіх сторін процесу. Співпраця товаровиробників із торговими посередниками дає підприємству велику перевагу – можливість охоплювати іноземні ринки і конкурувати на рівні зі світовими лідерами тієї чи іншої галузі. Це забезпечує виробників постійними замовленнями, стабільністю діяльності та отримання прибутків завдяки високій кваліфікації посередника у збутовій та комерційній сфері і якісній підтримки у процесі роботи на світових ринках.

Науковий керівник – канд. екон. наук, професор Козуб В. О.

Література: 1. Кузина О. Ю., Сас А.-М. Я. Роль посередників на міжнародному ринку в сфері внешнеэкономической деятельности. *Российский внешнеэкономический вестник*. 2019. № 10. С. 82–87. URL: [http://www.rfej.ru/rvv/id/80030f5e7/\\$file/82-87.pdf](http://www.rfej.ru/rvv/id/80030f5e7/$file/82-87.pdf). 2. Послуги посередників у міжнародній торгівлі // Реферати українською. URL: https://ua-referat.com/Послуги_посередників_у_міжнародній_торгівлі. 3. Резнікова В. Економічна сутність посередництва. *Вісник Хмельницького національного університету*. URL : http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2009_4_3/pdf/228-234.pdf. 4. Трушкіна Н. І. Сутність посередницької діяльності торговельного підприємства та її місце в соціально-економічному розвитку України. *Економіка та управління підприємствами. Причорноморські економічні студії*. 2016. № 10. С. 145–149. 5. Трушкіна Н. І. Сутність торговельного посередництва у системі мар-



кетингу. Вісник ОНУ імені І. І. Мечникова. 2013. № 3/3. С. 116–119. 6. Блажкун О. Ю., Тимошенко Н. Ю. Шляхи вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності підприємства. *Актуальні проблеми економіки та управління* : зб. наук. пр. молодих вчених. 2016. Вип. 10. С. 1–6.



ВПЛИВ КРИЗОВИХ ЯВИЩ НА ПРОДУКТИВНІСТЬ ФІРМ

УДК 005.334.:658

Поляков-Власенко І. С.

Студент 1 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто сутність і класифікацію кризових явищ для підприємства. Визначено вплив кризових явищ на продуктивність і функціонування підприємства. Визначено вплив кризових явищ на підприємства різного масштабу.

Ключові слова: економічна криза, підприємство, продуктивність, причини кризових явищ.



Annotation. The influence of crisis phenomena on the productivity and functioning of the enterprise is determined. The essence and classification of crisis phenomena for the enterprise are considered. The impact of crisis phenomena on enterprises of different scales is determined.

Keywords: economic crisis, enterprise, productivity, causes of crisis phenomena.



Кризові явища відомі в економіці ще з періоду престижної економіки. Економічна система має пристосовуватися до таких ситуацій і відновлювати свою роботу. Одним з мікроекономічних суб'єктів є фірми, що забезпечують використання праці та постачають на ринок товари та послуги. Підприємства одними з перших зазнають шкоди від кризових явищ. Для більш детального розуміння поняття «криза» наведемо дефініцію цього терміна від Лоуренса Бартона – відомого консультанта з керування ризиками:

«Криза – це широкомасштабна, непередбачена подія, яка веде до потенційно негативних результатів. Ця подія та її наслідки можуть завдавати серйозної шкоди усій організації: працівникам, продукції, зв'язкам, фінансам та репутації» [1, с. 2].

Тобто криза – явище негативне, що несе потенційну загрозу продуктивності підприємства. Своєю чергою, продуктивність підприємства, на думку Д. Сінка, – це відношення кількості продукції, виробленої цією системою за певний період часу, до кількості ресурсів, спожитих для створення цієї продукції за той же період часу» [2, с. 29].

Постановка проблеми. Кризові явища «переслідують» економіку постійно, що призводить до твердження: криза – невід'ємна частина економічного циклу на проміжку рецесія – депресія (рис. 1).

Таким чином, період рецесії в сучасній економіці є циклічним і сприяє відновленню виробництва в подальшому, що призводить до економічного зростання. Дослідження реакції підприємств на період рецесії є доцільним і актуальним через те, що економічний або діловий цикл включає у себе цей період.

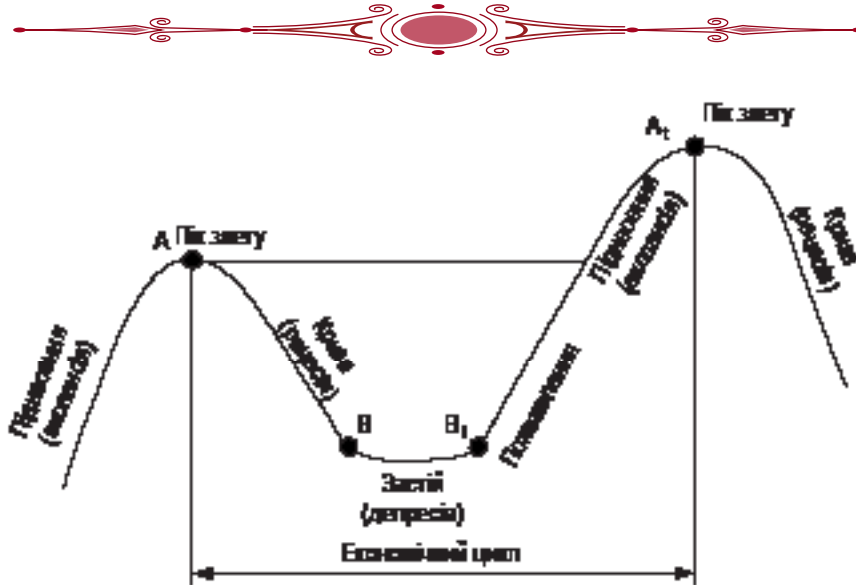


Рис. 1. Економічний цикл

Економічний цикл – коливання економічної активності, характеризовані повторюваними спадами, піками, застоєм, поживленнями та піднесеннями.

Метою статті є визначення впливу кризових явищ на продуктивність підприємства та можливих причин формування кризових явищ для фірми.

По-перше, треба класифікувати кризові явища на ендогенні (внутрішні) та екзогенні (зовнішні) (табл. 1) [3].

Таблиця 1

Екзогенні й ендогенні кризові явища

Зовнішні кризові явища	Внутрішні кризові явища
Спад економіки в цілому	Відсутність контролю роботи підприємства
Значний рівень інфляції	Нераціональний розподіл фінансових потоків
Зменшення купівельної спроможності населення	Низька кваліфікація кадрових ресурсів на підприємстві
Нестабільність системи оподаткування	Низький рівень маркетингу та втрата ринків збуту продукції
Нестабільність фінансового ринку	Недоліки у виробництві
Посилення конкуренції в галузі	Низький рівень капіталоозброєності
Криза окремої галузі	Брак інновацій
Сезонні коливання	Прорахунки у галузі постачання
Посилення монополізму в галузі або на ринку	Дефіцит кадрів
Нестабільність політичної ситуації в країні або господарського законодавства	Низька якість управління
Низький показник кваліфікованої робочої сили	Конфлікти між засновниками

Ендогенні явища виникають всередині підприємства та залежать тільки від його продуктивності, виходячи із цього твердження – керівництво підприємства може вирішити кризову ситуацію самостійно і мінімізувати втрати від кризової ситуації.

Екзогенні явища, своєю чергою, виникають без участі фірм і не можуть бути вирішені внутрішнім управлінським апаратом. Екзогенні кризові явища впливають на конкретні процеси виробництва (поставку ресурсів, інформаційне забезпечення, професіоналізм робочої сили в цілому тощо). Зазвичай, основний вплив кризових явищ на підприємство відчувається в зменшенні обсягів виробництва і можливості реалізації нових проектів. В умовах кризової ситуації фірма зазнає фінансової шкоди, що може бути виражена за допомогою зміни показника отриманого прибутку вбік його зменшення.



Під час кризової ситуації, в першу чергу, на неї реагують споживачі, запускаючи процес функціонування парадоксу Гіффена (рис. 2) [4], тобто масово закупаючи товари першої необхідності і нехтуючи товарами для задоволення потреб, вищих за базові.

Товар Гіффена (або Гіффенське благо) – товар, споживання якого не підпорядковується закону попиту, тобто збільшення ціни цього блага спричинить зростання попиту на нього, і навпаки. Товар Гіффена характеризується неякісністю в уявленні споживача, але є значною часткою його витрат [5].

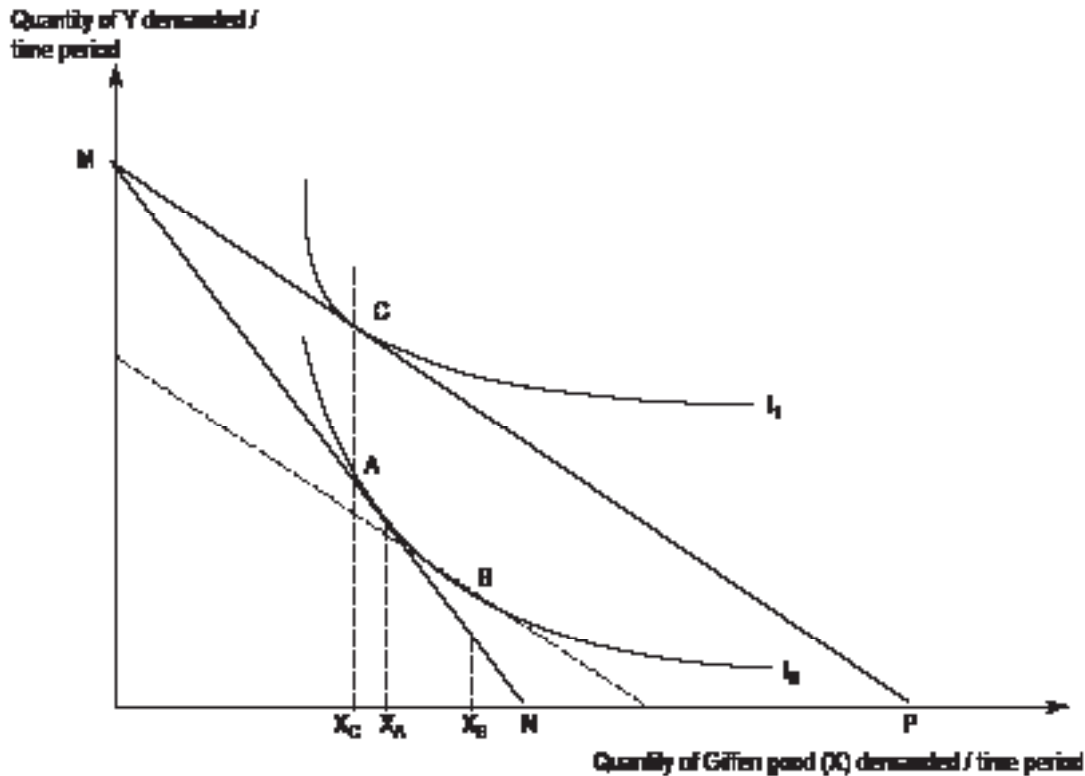


Рис. 2. Графічне зображення парадокса Гіффена

Скорочення попиту на блага фірм, що не виробляють товари Гіффена призводить до зменшення прибутку, тобто під час кризової ситуації зазнає шкоди реалізація продукції. Також треба зазначити, що під час кризи спостерігаються скорочення особистих доходів у розпорядженні або повна їх ануляція, що призводить до переміщення лінії бюджетного обмеження вліво, тобто споживач почне розподіляти свій зменшений дохід так, щоб максимізувати корисність, а під час кризи найбільш корисними товарами будуть товари Гіффена.

Другий аспект, що виходить із рівню балансу та є наслідком дестабілізованої реалізації продукції, – це фінансове забезпечення. Відсутність фінансування зменшує масштаби виробництва та не дає можливості керувати виробничим процесом через скорочення управлінського штату. В умовах кризи ресурси розподіляються нерационально через те, що змінюється головна мотивація підприємства з максимізації прибутку на збереження діяльності в цілому. Також порушення фінансового забезпечення призводить до порушень у договірних зобов'язаннях фірми, це призводить до часткової або повної зупинки виробництва через нестачу ресурсів, оскільки фірма не розподіляє свій прибуток на обслуговування явних витрат.

Третій аспект функціонування фірми, що зазнає шкоди та впливає із нерационального фінансового забезпечення, має ендогенний характер. При зменшенні прибутку до рівня, меншого за нормальний, підприємство не може утримувати в роботі капітал і робочу силу. Слід зазначити, що знос капіталу буде відбуватися повільніше, ніж зростати небажання співробітників працювати за зменшену заробітну плату або за повної її відсутності. В умовах кризи при зменшенні заробітної платні співробітники зазвичай відмовляються працювати, а нескінченно замінювати робочу силу капіталом неможливо, рано чи пізно це призведе до нерентабельності підприємства та його закриття. Четвертий аспект, що також є наслідком нерационального фінансового забезпечення – матеріально-технічне забезпечення. Під час кризи фірма необгрунтовано обирає круг постачальників



ресурсів з метою зниження ціни сировини, що поставляється, нехтуючи вихідною якістю продукту, що буде поставлено на ринок. Як уже було зазначено раніше, причини кризових ситуацій бувають екзогенними і ендогенними, розглянемо причини їх виникнення. Здебільшого вид кризової ситуації залежить від обсягів підприємства. Наприклад, велика корпорація зазнає шкоди від екзогенного кризового явища з більшою ймовірністю, ніж підприємство, яке має невеликий масштаб. Для великих фірм ендогенні кризи не є властивими через те, що перші мають налагоджену систему функціонування: відповідальний HR-відділ, висококваліфікований управлінський персонал, сформована система управління, налагоджене фінансування департаментів, філіалів тощо. Для великого підприємства проблема, пов'язана з порушенням роботи одного відділу одного з багатьох філіалів буде мінорною.

На відміну від великих фірм, малі підприємства дуже чутливі як до змін в економіці, так і до свого функціонування. Такі установи зазнають шкоди як від екзогенних, так і від ендогенних явищ. На початку формування бізнесу дуже важко сформувати висококваліфікований штат, розподілити фінансові потоки, знайти підрядників тощо. А в умовах економічної кризи всієї країни такі фірми можуть не витримати та не пристосуватися і зникнути. Під час кризової ситуації підприємство може або припинити своє існування, або існувати і далі за таких умов за рахунок дотацій від держави. Переборення кризових витрат сприяє підвищенню рівня конкурентоспроможності підприємства та робить можливим покращення ситуації на ринку збуту продукції для цієї фірми.

Висновки. Таким чином, кризові явища мають здебільшого негативний вплив на підприємства різного масштабу, знижуючи продуктивність підприємства та якість кінцевого продукту.

Кризові явища, відповідно до їх походження, можуть бути подоланими за допомогою врегульованого фінансового забезпечення фірми, раціоналізації фінансових потоків, інспекції внутрішнього та зовнішнього середовища фірми [6, с. 56–58], відповідальності управлінського складу підприємства, збереження рівня якості кінцевої продукції незалежно від змін постачальника ресурсів.

Рецесійні ситуації циклічні за своїм характером, тому підприємства мають пристосовуватися до існування в таких економічних умовах. Вчасна ідентифікація кризової ситуації може стати запорукою збереження конкурентоспроможності і подальшого існування.

Можемо зробити висновок, що для підприємств різного масштабу методики подолання кризових ситуацій істотно різняться, але в умовах економічної циклічності кожне підприємство має зберігати продуктивність та піклуватися про свого споживача.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пивавар І. В.

-
- Література:** 1. Barton L. Crisis in organizations: Managing and Communicating in the Heat of Chaos. Cincinnati, Ohio : South-Western, 1993. 2. Синк Д. С. Управление производительностью: планирование, измерение и оценка, контроль и повышение. Москва : Прогресс, 1989. 523 с. 3. Ляшенко Н. В. Причини виникнення, функції та вплив кризових явищ на управління підприємством // ТОВ «ДКС-центр» – 2012. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=958>. 4. Задоя А. О. Мікроекономіка: курс лекцій та вправи : навч. посіб. Київ : Знання, КОО, 2002. 211 с. 5. Товар Гиффена (Giffen good) // Loginom – 2021. URL: <https://wiki.loginom.ru/articles/giffen-good.html>. 6. Іванюта С. Антикризове управління. Київ : Центр учб. літ., 2007. 288 с.





СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ ЗА ДОПОМОГОЮ МЕТОДИКИ PEST-АНАЛІЗУ

УДК 65.012.12:621

Поляшова А. О.

Магістрант 1 року навчання
факультету фінансів і обліку ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті розкрито сутність поняття «стратегічний аналіз» та особливості використання стратегічного методу – PEST-аналізу. Проаналізовано стан зовнішнього середовища за допомогою методики PEST-аналізу для підприємств машинобудівної галузі. Визначено, які фактори найбільше впливають на діяльність підприємств: політичні, економічні, соціальні чи технологічні, та досліджено тенденцію їх змін.

Ключові слова: галузь машинобудування, зовнішнє середовище, PEST-аналіз, стратегічний аналіз, підприємство машинобудування, макроекономічні фактори.



Annotation. The article reveals the essence of the concept of strategic analysis and the features of using a strategic method – PEST analysis. The state of the external environment is analyzed using the PEST analysis method for enterprises of the machine engineering industry. It was determined which factors most affect the activities of enterprises: political, economic, social or technological, and the tendencies of their change were investigated.

Keywords: mechanical engineering industry, external environment, PEST analysis, strategic analysis, mechanical engineering enterprise, macroeconomic factors.



Економічний розвиток майже кожної країни світу неможливий без стабільного економічного становища промисловості як одного з найбільш важливих секторів економіки. Машинобудування є однією з галузей переробної промисловості, що відіграє важливу роль у процесі розвитку та зміцнення економіки України. Продукція галузі машинобудування пришвидшує автоматизацію виробництва та розвиток вітчизняної економіки, забезпечуючи засобами праці та виробляючи ефективне та якісне обладнання для різних галузей господарства. Розвиток галузі машинобудування має соціальний аспект, що проявляється через створення нових робочих місць для населення для зростання їх добробуту. Тому актуальним є питання стратегічного розвитку машинобудівної галузі та визначення факторів, що мають вплив на діяльність підприємств, до яких необхідно адаптуватись.

Теоретичному обґрунтуванню і практичному вирішенню питань управління грошовими потоками підприємств присвятили значну кількість наукових праць зарубіжні та вітчизняні науковці: І. О. Бланк [2], О. І. Степаненко [4], Л. О. Лігоненко, Г. В. Ситник, А. М. Поддєрьогін та ін.

Метою статті є проведення стратегічного аналізу машинобудівної галузі та визначення факторів, що найбільше впливають на діяльність підприємств за допомогою стратегічного інструменту PEST-аналізу.

Для підвищення ефективності діяльності машинобудівних підприємств необхідно правильно управляти їх розвитком, спираючись на макросередовище, в якому воно функціонує. На процес діяльності значно впливають певні фактори внутрішнього середовища, які можуть як підвищити розвиток підприємства, так і негативно вплинути на нього, та досягнення певних стратегічних цілей. Для виявлення позитивного та негативного впливу окремих факторів на підприємство застосовують стратегічний аналіз.

Стратегічний аналіз – це комплексне дослідження позитивних і негативних факторів, що можуть вплинути на економічне становище підприємства в перспективі, а також шляхів досягнення стратегічних цілей підприємства.



За допомогою стратегічного аналізу готують комплексний стратегічний план розвитку підприємства, здійснюють науково обґрунтовану, всебічну і своєчасну підтримку прийняття стратегічних управлінських рішень [1].

Стратегічний аналіз зовнішнього середовища – це комплексне дослідження зовнішнього середовища організації (галузі, конкурентів, споживачів, постачальників) для оцінки можливостей і загроз та розроблення оптимальної економічної стратегії на основі вибору серед можливих альтернатив [1].

Стратегічний аналіз зовнішнього середовища підприємств галузі машинобудування необхідно провести за допомогою використання методу PEST-аналізу. Цей метод є сучасним і зручним інструментом стратегічного менеджменту підприємств.

PEST-аналіз – це інструмент, призначений для виявлення політичних (policy), економічних (economy), соціальних (society) і технологічних (technology) аспектів зовнішнього середовища, що можуть вплинути на стратегію розвитку підприємства галузі машинобудування [2].

До політичних факторів (P) та обмежень зовнішнього середовища відносять політичний клімат, адміністративний вплив на суб'єкти господарювання, правове середовище бізнесу, організаційні чинники тощо. Економічні фактори (E) охоплюють усі явища, що впливають на рух коштів, товарообмінних операцій, інформаційних ресурсів, енергії, а також на розподіл ресурсів. Соціокультурні фактори (S) впливають на якість життя населення, формують цінності, рівень освіти, трудових відносин у суспільстві. Технологічні (T) фактори визначають інноваційний і технічний рівень як соціуму, так і продукції, що виробляється [3].

В табл. 1 наведено результат PEST-аналізу машинобудівної галузі.

Проведений стратегічний аналіз зовнішнього середовища на основі експертної оцінки за допомогою інструменту PEST-аналізу дав змогу визначити, що на діяльність підприємств галузі машинобудування впливають безпосередньо всі фактори зовнішнього середовища, але одні фактори більші, а інші – менше. Побудувавши матрицю PEST-аналізу машинобудівної галузі за допомогою експертів, визначено, що найбільше впливають на діяльність підприємств економічні фактори, їх оцінка становить 4,46. Менш впливовими факторами є політичні – 4,09, технологічні – 4,08, соціальні – 3,95.

Найбільш впливовими економічними факторами є високі ціни на монопольні продукти, нестабільний курс валют і коронакриза.

Розглянемо за даними табл. 1 тенденції зміни найбільш впливових факторів за кожною групою.

За групою політичних факторів в останні роки найбільш впливовими факторами на діяльність машинобудівних підприємств є політична нестабільність, військовий конфлікт на сході країни та політичний курс на євроінтеграцію.

Політична нестабільність є одним з вагомих факторів, що впливає на галузь машинобудування та інші галузі України. Вона погіршує перспективи функціонування вітчизняних підприємств, сприяючи виникненню додаткових економічних, інвестиційних ризиків і складності отримання ключових фінансових ресурсів. У першу чергу, це відображається на привабливості наших підприємств для зовнішніх інвесторів, оскільки не кожен закордонний підприємець / інвестор захоче придбати або побудувати бізнес в Україні через складну політичну ситуацію.

За допомогою індексу політичної нестабільності (Political Instability Index) можна оцінити рівень політичної нестабільності України порівняно з ситуацією в інших країнах світу. Індекс охоплює 195 країн (індекс політичної стабільності знаходиться в межах від -2,5 до 2,5, де -2,5 балів – слабкий політичний стан; 2,5 балів – сильний політичний стан). Місце України в рейтингу та кількість отриманих балів зображено на рис. 1 [4].

За даними рис. 1 можна зробити висновок, що Україна займає за цим рейтингом у 2019 році 178 місце зі 195, це говорить про те, що вона знаходиться в ТОП-20 найбільш політично нестабільних країн.

Динаміка цього показника характеризує про погіршення ситуації за весь аналізований період. Україна є політично нестабільною країною, де відбуваються масові заворушення, воєнні конфлікти, порушення норм закону, що має негативний вплив на розвиток всіх галузей.

Військовий конфлікт на сході країни має значний вплив на галузь машинобудування тому, що більшість машинобудівних підприємств знаходиться на сході країни. Воєнний конфлікт призвів до погіршення торговельних відносин з Російською Федерацією, яка є основним зовнішнім споживачем (експортером) продукції машинобудування [5] (рис. 2).



Таблиця 1

PEST-аналіз галузі машинобудування України

Політичні фактори (Р)	вага	бал	оцінка	Економічні фактори (Е)	вага	бал	оцінка
Політична нестабільність	0,13	5	0,64	Обсяг інвестицій у машинобудування	0,10	4	0,42
Недосконалена законодавча та податкова база	0,07	3	0,20	Високі відсоткові ставки за кредитами	0,11	5	0,57
Військовий конфлікт на сході країни	0,13	5	0,64	Рівень безробіття	0,09	4	0,36
Політичний курс на євроінтеграцію	0,13	5	0,64	Високий рівень інфляції	0,11	5	0,57
Високий рівень корупції	0,07	2	0,13	Висока енергоємність продукції	0,07	3	0,21
Низька державна підтримка галузі	0,11	5	0,56	Високі ціни на монопольні товари/послуги	0,12	5	0,59
Приватизація підприємств	0,06	2	0,12	Коливання валютних курсів	0,12	5	0,59
Погіршення торговельних відносин з РФ	0,12	4	0,49	Низька рентабельність виробництва	0,09	4	0,38
Законодавчі пільги для заохочення інноваційної діяльності	0,08	3	0,23	Конкуренція у галузі	0,06	3	0,18
Участь у СОТ	0,11	4	0,42	Коронакриза	0,12	5	0,59
Всього	1,00	-	4,09	Всього	1,00	-	4,46
Соціально-культурні фактори (S)	вага	бал	оцінка	Технологічні фактори (Т)	вага	бал	оцінка
Низька привабливість машинобудування для молодих спеціалістів	0,17	4	0,67	Потреба до впровадження міжнародних технічних стандартів	0,13	4	0,53
Зменшення чисельності фахівців і робітників у найбільших промислових регіонах	0,12	3	0,36	Високий відсоток зношення основних фондів і обладнання	0,17	5	0,85
Міграція населення в країни з більш високим рівнем з/п	0,17	5	0,87	Моральний знос основних фондів та обладнання	0,15	4	0,62
Низький рівень з/п в промислових галузях	0,17	5	0,87	Впровадження енергозберігаючих та природоохоронних заходів	0,16	5	0,81
Скорочення працездатного населення	0,13	3	0,39	Незначна інноваційна активність	0,13	3	0,38
Моральне заохочення кадрів	0,08	2	0,15	Розвиток нових технологій	0,13	4	0,53
Низькі умови праці на підприємстві	0,16	4	0,64	Конкуренція проможність продукції	0,13	3	0,38
Всього	1,00		3,95	Всього	1,00		4,08

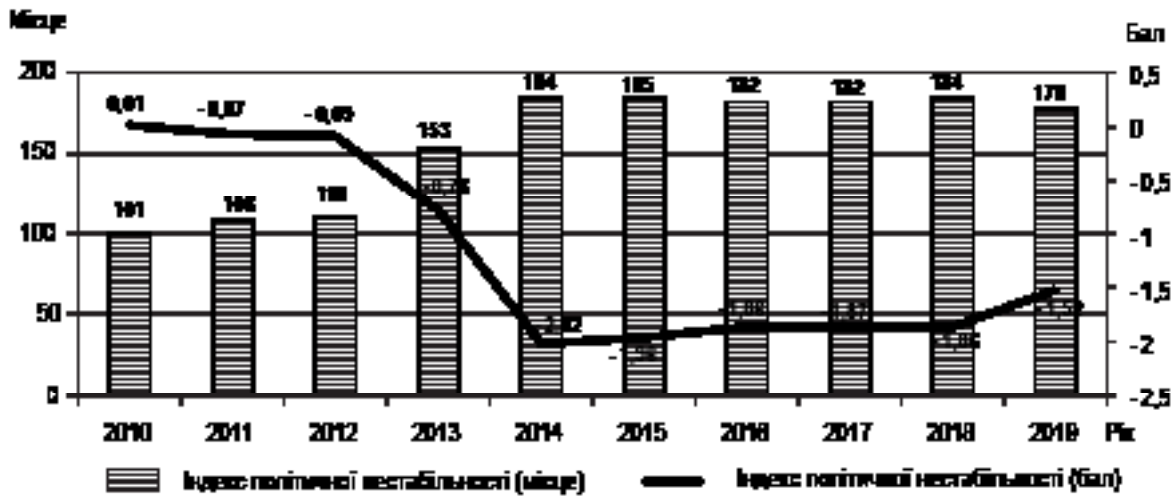


Рис. 1. Місце України в рейтингу індексу політичної стабільності

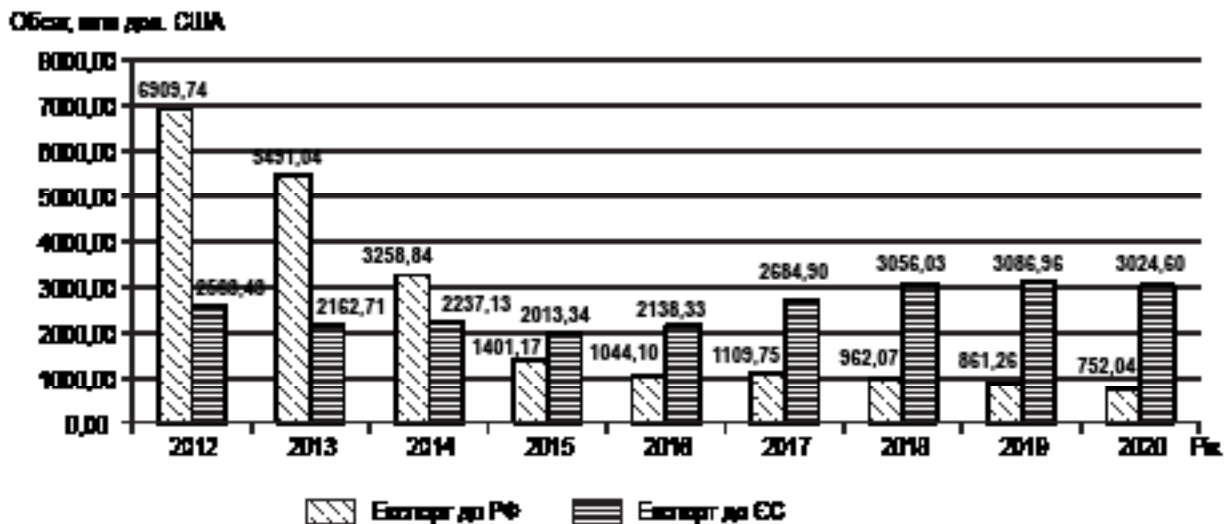


Рис. 2. Динаміка експортної продукції машинобудування до РФ та ЄС

За даними рис. 2 можна зробити висновок, що обсяги експорту продукції машинобудування в Російську Федерацію значно зменшились порівняно з 2013 роком. Обсяги продукції за останні роки знизились на з 2563,43 млн дол. США до 752,04 млн дол. США у 2020 році.

Освоєння європейського ринку є новим необхідним кроком у розвитку українських машинобудівних підприємств, це відкриває перспективи для впровадження в українське виробництво продукції нового рівня автоматизації, інноваційності, матеріалоемності й енергоефективності. До країн ЄС з України експортується все більше продукції машинобудування. Після підписання Угоди з ЄС значно зросли обсяги експорту – на 25,6 % у 2017 році порівняно з 2016 роком [5].

Найбільш впливовими економічними факторами є нестабільний коливання валютних курсів, коронакриза, високі ціни на монопольні товари, високий рівень інфляції та високі ставки за кредитами.

Колівання валютних курсів є одним з факторів, що впливають на діяльність підприємств, особливо тих, хто займається зовнішньоекономічною діяльністю. Колівання валютного курсу може як сприяти покращенню, так і спричиняти погіршення фінансового стану підприємства.

На рис. 3 зображено динаміку курсу гривні до долара за 11 років.

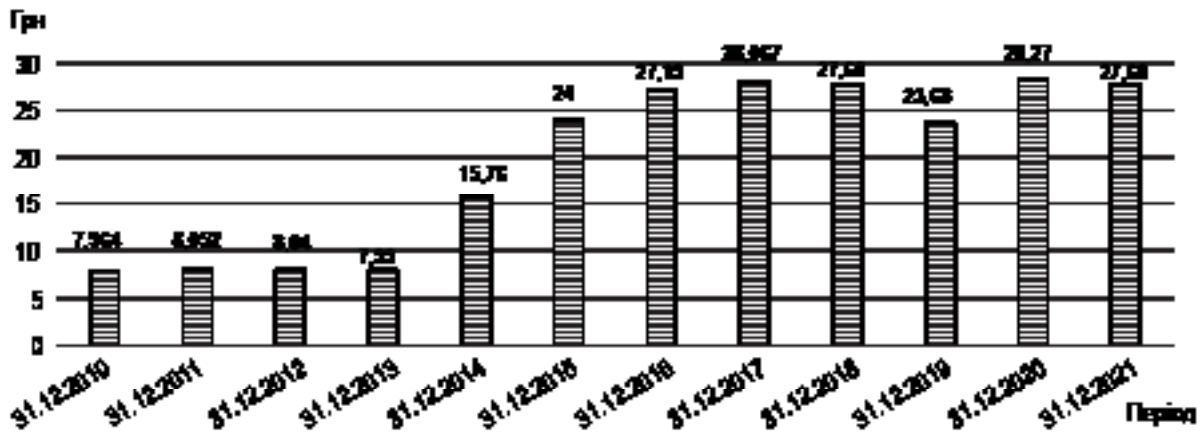


Рис. 3. Динамка курсу гривні до дол. США

Динаміка курсу валют показує, що до 2013 року українська гривня щодо долара має більш-менш стабільне значення. У 2014 році курс почав зростати, що негативно вплинуло на діяльність підприємств. Велика кількість коштів була недоотримана через зростання курсу, що сприяло скороченню чисельності підприємств, або зниження їх фінансових результатів.

Коронакриза є одним з основних чинників, які найбільше в сучасному світі впливають на рівень доходів як економіки, так і підприємств. На рис. 4 наведено динаміку обсягу реалізації продукції машинобудівної галузі за 2010–2020 рр. [5].

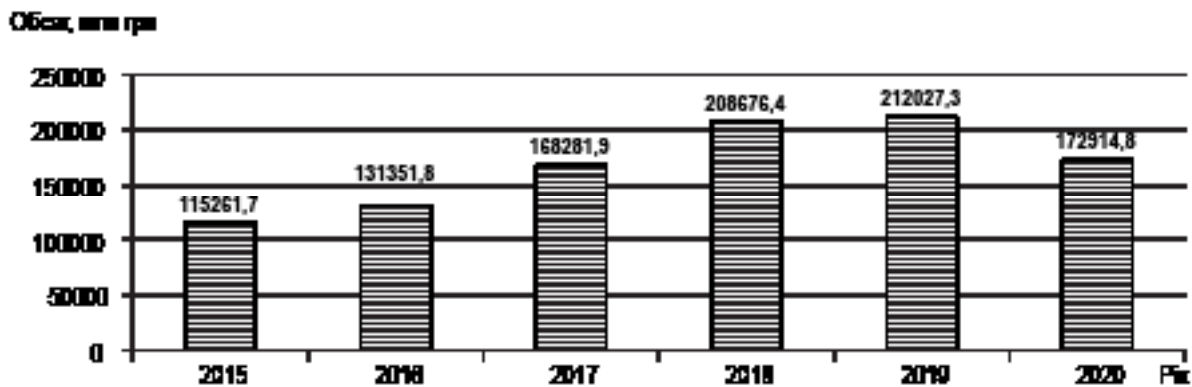


Рис. 4. Динаміка обсягів реалізації продукції машинобудування

Показник загального обсягу реалізації продукції машинобудування показує, що станом на кінець 2020 значно скоротились обсяги реалізації продукції в галузі машинобудування аж на 18,45 % порівняно з 2019 роком. Галузь машинобудування у 2020 році зазнала скорочення обсягів реалізації продукції через пандемію COVID-19, яка мала негативний вплив на всю економіку України. Карантин сприяв не тільки погіршенню обсягів реалізації продукції, рентабельності виробництва, експорту підприємств, а також призвів до скорочень робочих місць, скорочення кількості робочих днів або взагалі до призупинення та організації роботи у віддаленому режимі. Також з'явилися витрати на профілактику здоров'я, організацію логістики поставок і доставки персоналу до роботи, перебої у поставках комплектуючих, товарів і їх подорожчання.

За групою соціальних факторів найбільш впливовими факторами визначено такі: низький рівень заробітних плат у промислових галузях, міграція населення до країн з більш високим рівнем заробітних плат, низька привабливість машинобудування для молодих спеціалістів і низькі умови праці на підприємствах та ін.

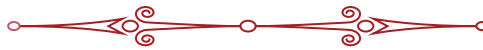
До технологічних факторів, що справляють значний вплив на підприємства галузі, можна віднести високий відсоток зношення основних фондів та обладнання (у 2019 році – 55,1 % і більше [5]), низький рівень впровадження енергозберігаючих і природоохоронних заходів, моральний знос основних засобів і незначний розвиток нових технологій ті ін.



Отже, проведений стратегічний аналіз галузі машинобудування дав змогу оцінити стан зовнішнього середовища підприємств і зрозуміти, до зміни яких факторів підприємству необхідно адаптуватись в ході розроблення стратегії їх розвитку. Важливим є проведення постійного моніторингу цих факторів, щоб передбачувати характер і ступінь їх впливу на діяльність підприємств для своєчасного впровадження стратегічних змін.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Журавльова І. В.

Література: 1. Фаріон І. Д. Стратегічний аналіз : навч. посіб. Тернопіль : ТНЕУ. 2009. 635 с. 2. Ведерніков М. Д., Волянська-Савчук Л. В., Чернушкіна О. О., Зелена М. І., Базалійська Н. П. Корпоративна культура як елемент системи стратегічного управління машинобудівним підприємством. *Вісник наукових праць ЧДТУ. Сер. Економічні науки*. 2020. Вип. 59. С. 32–44. 3. Сауляк Д. В. Стратегічний аналіз зовнішнього середовища машинобудівних підприємств із використанням методики PEST-аналізу. *Управління розвитком*. 2014. № 13. С. 98–102. 4. Political Instability Index // *The Global Economy*. URL: https://www.theglobaleconomy.com/rankings/wb_political_stability/. 5. Статистична інформація // Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>. 6. Журавльова І. В. Фінансова стратегія : навч. посіб. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. 183 с.



ОСОБЛИВОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

УДК 330.322

Проценко А. О.

Студент 1 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті розглянуто стан інвестиційних процесів в економіці України. З'ясовано сучасні перспективи та проблеми здійснення інвестиційної діяльності. Обґрунтовано необхідність активізації інвестиційних процесів та надано практичні рекомендації щодо підвищення ефективності інвестування.

Ключові слова: інвестиції, інвестиційна діяльність, інвестування, інвестиційна політика, інвестиційний процес, вигода, нарощування капіталу.



Annotation. In this paper, the state investment process in Ukraine. And analyzed the prospects and problems of modern investment activities. The necessity of investment processes and provided practical recommendations for improving the efficiency of investment.

Keywords: investments, investment activity, investment, investment policy, investment process, profit, capital growth.



Актуальність. Економічне зростання держав багато в чому забезпечується рівнем розвитку науково-технічної та інноваційної діяльності в усіх сферах економіки і, головним чином, у промисловості. Частка нових або вдосконалених технологій, продукції, устаткування в розвинених країнах складають від 70 % до 85 % приросту валового внутрішнього продукту. Можливості розробки, впровадження та використання нових і вдоско-



налених технологій, продукції залежать від стану інвестиційного клімату в країні, обсягів і структур інвестицій. Зараз Україні, як ніколи, потрібні інвестиції для економічного розвитку. Найбільш популярною формою капіталовкладень для економіки країни є прямі іноземні інвестиції, оскільки вони дозволяють реалізовувати великі проекти, крім того, в країну надходять новітні технології, нові практики корпоративного управління тощо. Поліпшення інвестиційного клімату в країні, активізація інвестиційної діяльності стають на сучасному етапі розвитку держави особливо актуальною проблемою.

Метою статті є дослідження інвестиційних процесів в економіці України, виявлення особливостей і тенденцій інвестиційної діяльності в Україні, визначення шляхів активізації залучення іноземних інвестицій.

Сьогодні в Україні інвестиційна діяльність знаходиться на низькому законодавчому рівні, що призводить до зниження рівня застосування на практиці. Таким чином, виявлення тенденцій розвитку в інвестиційній діяльності, визначення шляхів підвищення ефективності такої діяльності може допомогти подолати інвестиційну кризу.

Фундаментальний економіко-теоретичний аналіз розвитку інвестиційної діяльності в ринкових умовах виявлено в працях Д. Йоргенсона, Дж. Кейнса, Л. Койка й інших іноземних вчених. Чимало вітчизняних учених займалися та займаються дослідженням проблем, пов'язаних з інвестуванням, зокрема М. В. Бандура, Л. М. Борщ, А. П. Гайдуцький, А. П. Дука, Т. В. Майорова, А. В. Нікітіна, А. А. Пересада та багато інших.

Науково обгрунтована інвестиційна політика держави відіграє вирішальну роль у забезпеченні виходу економіки з кризи та задля її стабільного розвитку. Саме вона визначає реальні джерела, напрямки, структуру інвестицій, здійснює раціональні й ефективні заходи щодо реалізації національних, регіональних і місцевих соціально-економічних та технологічних програм, відтворює процеси на макроекономічному рівні. Водночас держава повинна регулювати створення сприятливого інвестиційного клімату в країні, формування та розвиток фондового ринку, сприяти інвестиціям у пріоритетні галузі виробництва тощо.

Значне падіння доходів населення не дозволяє створювати заощадження, що сприятимуть інвестиційній діяльності. Політична воля влади не спрямована на створення сприятливого інвестиційного клімату, що може стримуватиме процес приватизації та не заохочуватиме своїх, а тим більше іноземних інвесторів до інвестиційної діяльності в країні.

В цих умовах необхідні кардинальні реформи для стимулювання інвестиційної активності в Україні як з боку українських інвесторів, так і шляхом залучення іноземних інвестицій. Запорукою таких реформ має стати реальна законодавча база, а також високоефективні заходи виконавчої влади. Інвестиційна діяльність в країні регламентується Законом України «Про інвестиційну діяльність» [1]. Відповідно до цього Закону «Інвестиції – це всі види майнових та інтелектуальних цінностей, які вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, завдяки чому створюється прибуток (дохід) чи досягається соціальний та екологічний ефект» [1].

Види інвестицій розглядають за багатьма ознаками, які покладено в основу класифікації.

Основні види прямих іноземних інвестицій:

- інвестування з нуля;
- створення філій та господарських товариств за кордоном з 100 % власністю інвестора;
- придбання іноземними організаціями;
- фінансування діяльності філії;
- придбання майнових прав: права користування землею, природними ресурсами тощо;
- надання права використання ноу-хау технологій та інше;
- контроль за діяльністю господарюючого суб'єкта та придбання акцій / паїв у статутному капіталі іноземної компанії [5].

Прямі іноземні інвестиції (ПІІ) в цей час є стабільним джерелом надходження капіталу. Тому уряду з точки зору прогнозування та фінансової стабільності краще їх залучати. Розвиток іноземних інвестицій стимулюється появою міжнародних корпорацій, які можуть забезпечити вільний рух капіталу, транснаціональний розвиток світового економічного процесу та розвиток глобального фінансового ринку, що призводить до швидкого зростання вартості та значимості іноземних інвестицій.

Крім того, слід враховувати стабільність макроекономічних показників у розвинутих країнах, міжнародний поділ праці, поглиблення міжнародного промислового та науково-технічного співробітництва, створення інтеграційних спілок, що посилює міжнародне співробітництво. В останні роки частка іноземних інвестицій



у ВВП України була порівняно невеликою і становила 3–5 %, що підтверджує необхідність залучення іноземного фінансування до національної економіки. Індикатором зміни рівня довіри іноземних інвесторів та рейтингу країни вважається динаміка прямих іноземних інвестицій. Отже, динаміку надходження прямих іноземних інвестицій в економіку Україну у 2011–2019 рр. наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Динаміка надходження прямих іноземних інвестицій в економіку України у 2011–2019 рр., млн дол. США [3]

Рік	Прямі іноземні інвестиції в Україну, млн дол. США	Приріст / падіння за рік, млн дол. США
2011	7207	+712
2012	8401	+1194
2013	4499	-3902
2014	410	-4089
2015	2961	+2551
2016	3284	+323
2017	2202	-1082
2018	2870	+668
2019	3072	+202

На основі даних необхідно зробити висновок, що впродовж 2013–2014 років прослідковується несприятливе становище через стрімке падіння обсягу залучених інвестицій. Також значення на кінець 2017 р. скоротилося відносно 2016 р. на 1082 млн дол. У 2018–2019 рр. видніється позитивна динаміка щодо збільшення обсягу прямих іноземних інвестицій на 668 млн дол. та 202 млн дол. Впродовж останніх 9 років найбільший приріст ПІІ прийшовся на 2015 рік [3].

Ця тенденція до зменшення обсягу іноземних інвестицій є результатом невирішених питань недовіри інвесторів, у тому числі: високий рівень корупції в країні, недовіра до судової системи, нестабільність національної валюти, монополізація ринків і військові конфлікти.

Обсяг вкладених ПІІ у період 2011–2019 рр. в економіку України зображено на рис. 1.

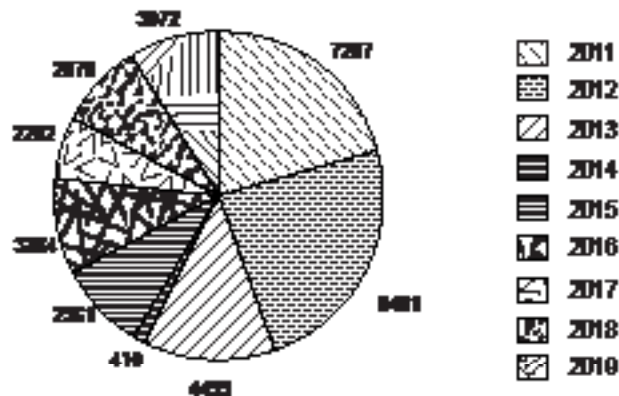


Рис. 1. Обсяг вкладених прямих іноземних інвестицій у період 2011–2019 рр. в економіку України, млн дол. США [3]

Формування привабливого інвестиційного клімату в Україні має бути першочерговим завданням як для внутрішньої, так і для зовнішньої політики держави.

Сьогодні в Україні існує ряд інвестиційно привабливих факторів, що сприяють розширенню її інвестиційних зв'язків:

- великий місткий та майже конкурентонеобмежений внутрішній ринок з більшості товарних позицій;
- розташування основних транспортних шляхів між Європою та Азією;



- розвинена інфраструктура (наявність портів, мостів, летовищ, складів, систем зв'язку, водопостачання);
- дешева, але кваліфікована робоча сила;
- науковий потенціал та ін.

Враховуючи вищевикладене, можна говорити про так звану комплексну стратегію підвищення інвестиційної привабливості України, яка включає ряд елементів у контексті підтримки та розвитку як поточних порівняльних переваг економічної системи, так і перспективних, що відповідають тенденціям розвитку світової економіки та забезпечують основи економічної безпеки України.

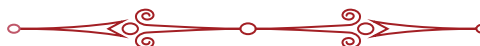
Державне регулювання ПШ в Україні все ще перебуває у стадії формування, що зумовлено тенденціями розвитку світової економіки і процесами та реформами, що відбуваються всередині країни. За умов модернізації вітчизняної економіки виникають принципово нові завдання щодо централізації та децентралізації державних функцій у сфері регулювання ПШ, тобто щодо добровільної передачі частини повноважень держави як на місцевий, так і на наднаціональний рівні регулювання.

Функціями та повноваженнями держави, що підлягають децентралізації у сфері державного регулювання іноземного інвестування, є: розробка інвестиційних програм і проєктів, інвестиційних стратегій розвитку окремих сфер місцевого значення, регіонів (територій) у цілому, а також виконання тих функцій, що потребують самостійності у розв'язанні проблем між державою, органами місцевого самоврядування, регіональними представництвами органів державної влади й іноземними інвесторами. Основними повноваженнями і функціями, що підлягають передачі на наднаціональний рівень, виступають: регулювання фінансової, торговельної та екологічної сфер, повноваження, пов'язані зі вступом у світові й регіональні міжнародні організації (СОТ, СБ, МВФ, ЄС, АСЕАН) [9, с. 11].

Висновок. У результаті вивчення структури прямих іноземних інвестицій в Україну та капіталовкладень виявлено, що основними причинами зменшення припливу інвестицій є загострення політичної ситуації, фінансово-економічна нестабільність, недосконалість законодавчої бази, яка не дає інвесторам правовий захист свого капіталу, несприятливий інвестиційний клімат. Недоліки функціонування спеціальних (вільних) економічних зон призвели до скорочення інвестиційних проєктів у цих сферах. Вивчення структури капітальних вкладень за джерелами фінансування показало, що в них є позитивні структурні зміни, які відбулися внаслідок збільшення обсягу та частки капітальних вкладень за рахунок державного бюджету та місцевих бюджетів. Також зросла частка власних коштів підприємств та організацій, що свідчить про те, що підприємства та організації не покладаються значною мірою на позики та інші джерела фінансування, а інвестують власні кошти у придбання матеріальних та нематеріальних активів.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пивавар І. В.

Література: 1. Про інвестиційну діяльність : Закон України від 18.09.1991 № 1560-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12#Text>. 2. Чуницька І. І. Інвестиційний клімат України: сутність, проблеми та шляхи їх вирішення. *Приазовський економічний вісник*. 2019. Вип. 3 (14). С. 111–117. 3. Капітальні інвестиції в Україні // Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018>. 4. Пересада А. А. Управління інвестиційним процесом. URL: <http://ecolib.com.ua/book.php?book=6>. 5. Прямі іноземні інвестиції в Україні // Державна служба статистики України. URL: <http://www.insiders.com.ua/spravochnik/inostrannye-investitsii>. 6. Про затвердження Програми розвитку інвестиційної та інноваційної діяльності в Україні : Постанова Кабінету Міністрів України від 02.02.2011 № 389. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/389-2011-p>. 7. Міністерство фінансів України. URL: <http://www.index.minfin.com.ua/index/fidi>. 8. Вербицька Ю. М. Інвестиційно-інноваційна діяльність як чинник соціально-економічного розвитку регіону : монографія. Київ : Академвидав, 2016. 188 с. 9. Оболенський О. Ю. Перспективи залучення прямих іноземних інвестицій у національну економіку. *Економіка і регіон*. 2019. № 3 (46). С. 8–14.





ЗАСТОСУВАННЯ ТАКСОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ ДЛЯ ВИЗНАЧЕННЯ ОПТИМАЛЬНОЇ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ ДНВП «ОБ'ЄДНАННЯ КОМУНАР»

УДК 519.115

Райцева А. І.

Студент 4 курсу
факультету фінансів і обліку ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Обґрунтовано доцільність застосування таксономічного аналізу для оцінювання оптимальної структури капіталу ДНВП «Об'єднання Комунар». Із застосуванням цього підходу проведено аналіз динаміки зміни показників діяльності.

Ключові слова: економіка, капітал, фінанси підприємства, структура капіталу, оптимальна структура капіталу, таксономічний аналіз, матриця спостережень, інтегральний показник.



Annotation. The expediency of using taxonomic analysis to assess the optimal capital structure of the State Enterprise "Kommunar Association" is substantiated. Using this approach, an analysis of the dynamics of changes in performance indicators.

Keywords: economics, capital, enterprise finance, capital structure, optimal capital structure, taxonomic analysis, observation matrix, integrated indicator.



Проблема вибору оптимальної структури капіталу є актуальною на сьогодні. Від структури капіталу залежить рівень інвестиційних ризиків, можливості розвитку компанії, відносини між менеджерами, власниками та потенційними інвесторами.

Основні методологічні підходи до оптимізації структури капіталу відображено в працях А. Сміта, Д. Хорна, К. Маркса, М. Міллера, Ф. Модільяні та ін. Цьому питанню присвячено роботи вітчизняних науковців В. Подольської, О. Яріша, О. Рогач, О. Сльозко та ін.

Метою написання статті є дослідження застосування таксономічного аналізу для визначення оптимальної структури капіталу підприємства.

Якість управління власними і позиковими джерелами фінансування діяльності компанії безпосередньо залежить від формування капіталу, оптимізації його структури, що в умовах ринкової невизначеності набуває стратегічної важливості.

Оптимізація, відповідно до сучасного економічного словника, – це встановлення величини економічних показників, за яких досягається оптимум, тобто найкращий стан системи [5].

Під оптимальною структурою капіталу компанії розуміється таке співвідношення власних і позикових коштів, за якого досягається ефективна комбінація коефіцієнта рентабельності і фінансової стійкості, що призводить до збільшення ринкової вартості компанії [4].

Для оцінки структури капіталу підприємства доцільно побудувати інтегральний показник, який узагальнить різноспрямовані ознаки, що характеризують сформовану структуру. Цей підхід можливо здійснити за допомогою використання методу таксономії. Одним із основних завдань створення сприятливих умов для безперервності відтворювального процесу та розвитку суб'єктів господарювання є пошук варіантів оптимального формування структури їх капіталу [2].

Головною метою використання методу таксономії є здобуття інформації про наявність або відсутність однорідності в досліджуваній сукупності об'єктів, про певні локальні згущення або розрідження і навіть «вільні простори» у цій сукупності точок-об'єктів. Таксономічний показник може набувати значення в інтервалі [0; 1] та має при цьому таку інтерпретацію: окремий об'єкт (процес) у цьому періоді тим більше розвинутий, чим



ближче значення узагальнюючого показника до одиниці. З його допомогою можна оцінити досягнутий у деякий період або момент часу «середній» рівень значення ознак, що характеризують явище чи процес [1].

Застосування інструментарію таксономічного аналізу здійснювалося на результатах аналізу ДНВП «Об'єднання Комунар». Першим етапом побудови таксономічного показника є формування матриці спостережень (табл. 1), пропонується обрати такі показники: коефіцієнт автономії, коефіцієнт рентабельності капіталу, коефіцієнт оборотності капіталу, коефіцієнт фінансового ризику та показник власних оборотних коштів.

Таблиця 1

Матриця спостережень для побудови таксономічного показника

Роки	Коефіцієнт автономії (x ₁)	Коефіцієнт маневреності власного капіталу (x ₂)	Коефіцієнт оборотності капіталу (x ₃)	Коефіцієнт фінансового ризику (x ₄)	Власні оборотні кошти (x ₅)
2018	0,70	0,55	0,81	0,43	118004
2019	0,63	0,58	0,65	0,59	106782
2020	0,68	0,55	0,67	0,48	127878

Визначимо середнє значення та середньоквадратичне відхилення за кожним показником (табл. 2).

Таблиця 2

Розрахунок середнього значення та середньоквадратичного відхилення

Показник	x ₁	x ₂	x ₃	x ₄	x ₅
Середнє значення	0,67	0,56	0,71	0,50	117554,67
Середньоквадратичне відхилення	0,04	0,02	0,09	0,08	10555,18

Для проведення подальших розрахунків необхідна стандартизація (табл. 3), яка дозволяє вирівняти значення ознак. Стандартизувати показники можна за формулою (1) [3]:

$$Z_{ij} = \frac{x_{ij} - x_{\text{сеп}}}{o_i}, \quad (1)$$

де Z_{ij} – стандартизоване значення кожного показника;

x_{ij} – значення j -ї ознаки для i -го об'єкта;

$x_{\text{сеп}}$ – середньоарифметичне значення j -ї ознаки;

o_i – середньоквадратичне відхилення j -ї ознаки.

Таблиця 3

Матриця стандартизованих значень

Показник	x ₁	x ₂	x ₃	x ₄	x ₅
z	0,83	-0,58	1,15	-0,86	0,04
	-1,11	1,15	-0,69	1,10	-1,02
	0,28	-0,58	-0,46	-0,24	0,98

Наступним кроком формуємо еталонні рівні значень показників у системі (за критерієм min-max), для цього необхідно провести диференціацію ознак (розділення всіх змінних на стимулятори та дестимулятори).



У цьому випадку стимуляторами є коефіцієнт автономії, коефіцієнт рентабельності капіталу, коефіцієнт оборотності капіталу та власні оборотні кошти (ВОК), а дестимулятором – коефіцієнт фінансового ризику.

Елементи цього вектора мають координати x_{0i} і формуються із значень показників за формулою (2):

$$\begin{cases} x_{0i} = \max x_{ij} - \text{якщо показник } j \text{ є стимулятором;} \\ x_{0i} = \min x_{ij} - \text{якщо показник } j \text{ є дестимулятором.} \end{cases} \quad (2)$$

Виходячи з цього змінні матриці розподілились так: x_1, x_2, x_3, x_5 – стимулятори, а x_4 – дестимулятор.

Отже, для підприємства ДНВП «Об'єднання Комунар» вектор-еталон має такі координати:

$$P_0 = (0,83; 1,15; 1,15; 1,10; 0,98).$$

Наступним етапом розрахунку показника оптимальності структури капіталу є визначення відстані між окремими спостереженнями (періодами) і вектором-еталоном (табл. 4).

Таблиця 4

Відстані між точкою спостереження і точкою-еталоном

Показник	x_1	x_2	x_3	x_4	x_5
d_j	0	3	0	3,82	0,88
	3,77	0	3,37	0	3,99
	0,31	3	2,58	1,81	0

Відстань між окремою точкою спостереження і точкою P_0 розраховується за формулою (3):

$$d_j = \left(\sum_{i=1}^m (z_{ij} - z_{i0})^2 \right), \quad (3)$$

де z_{ij} – стандартизоване значення j -го показника;

z_{i0} – стандартизоване значення j -го показника в еталоні.

Останнім етапом є розрахунок інтегрального показника, значення якого наведено в табл. 5.

Таблиця 5

Результати розрахунку таксономічного показника

Рік	Значення таксономічного показника(I)
2018	0,23
2019	0,08
2020	0,23

Побудований таким чином таксономічний показник синтетично характеризує зміни значень ознак досліджуваних груп.

Інтерпретація цього показника така: він приймає високі значення за великих значеннях стимуляторів і низькі значення – за малих значеннях стимуляторів. Відобразимо динаміку зміни коефіцієнта на рис. 1.

Як видно з рис. 1, коефіцієнт таксономії ДНВП «Об'єднання Комунар» протягом аналізованого періоду не мав постійної тенденції, у 2018 році він приймав значення 0,23, а в 2019 році зменшився і склав 0,08. Це свідчить про зниження ефективності використання джерел ресурсів підприємством, тому для запобігання подальшому зниженню існує потреба в розробці ефективності формування структури капіталу підприємства. У 2020 році відбулося зростання, і показник становив 0,23. Таке зростання сталося внаслідок підвищення ефективності використання джерел ресурсів підприємством.

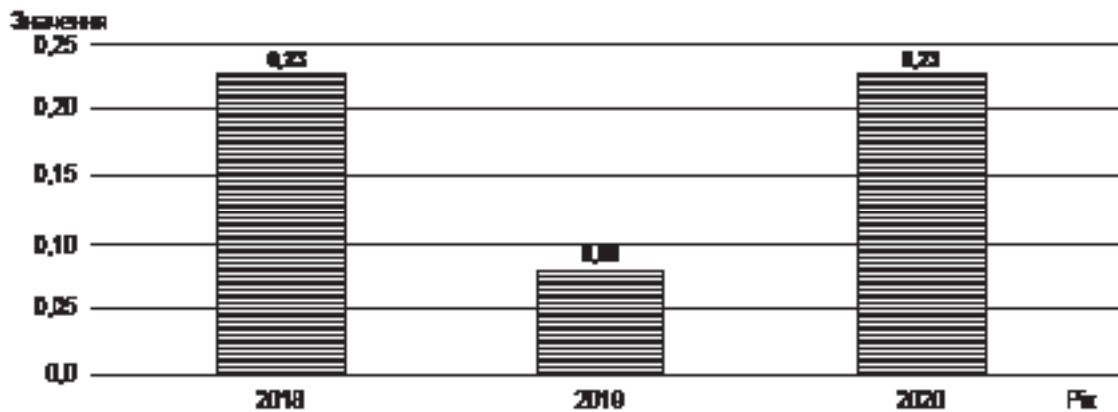


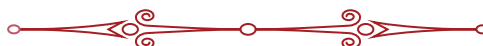
Рис. 1. Динаміка змін коефіцієнта таксономії

Отже, запропонований метод аналізу дав змогу оцінити структуру капіталу ДНВП «Об'єднання Комунар» на основі розрахунку інтегрального показника як агрегованого узагальнення багатьох ознак.

Чим ближче коефіцієнт таксономії до одиниці, тим оптимальніше структура капіталу підприємства, тому завданням підприємства є розробка такої стратегії, за якої зберігатиметься оптимальна структура капіталу. Такий метод може бути використаний з метою своєчасного реагування на зміну показників, що характеризують ефективність використання капіталу підприємства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Голофаєва І. П.

Література: 1. Бланк И. А. Управление формированием капитала. Киев : Ника-Центр, 2008. 656 с. 2. Белкин В. Н., Белкина Н. А. Организационный капитал предприятия. *Экономика региона*. 2019. Т. 12. № 3. С. 826–838. 3. Буркальцева Д. Д., Блажевич О. Г. Сущность капитала, классификация и методика оценки его использования на предприятии. *Science Time*. 2019. № 7 (31). С. 33–38. 4. Вячина И. Н., Хайруллина Ф. Х. Совершенствование управления финансовыми ресурсами предприятия на основе оптимизации структуры капитала. *Ученые записки Российской Академии предпринимательства*. 2017. № 45. С. 29–34. 5. Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. Москва : ИНФРА-М, 2017. 512 с.





ТЕНДЕНЦІЇ ЩОДО РОЗПОДІЛУ ПОМЕРЛИХ ЗА ОКРЕМИМИ ПРИЧИНАМИ СМЕРТІ В УКРАЇНІ

УДК 314.18(477)

Ржанікова М. О.

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті розглянуто тенденції щодо розподілу померлих за окремими причинами в Україні.

Ключові слова: демографія, тенденції, причини, смертність, хвороби.

Annotation. The article examines trends in the distribution of deaths by individual causes in Ukraine.

Keywords: demography, trends, causes, mortality, disease.

Актуальністю цієї теми є те, що кожен рік вмирає сотні тисяч людей і тому, звертаючи на це увагу, можна прослідкувати, де, від чого та коли відбуваються ці смерті. Тому такий демографічний показник, як смертність, буде актуальним в усі часи, бо люди повинні вивчати тенденції причин.

Дослідженням у цій галузі присвячено роботи вчених, таких як: Білорус Т., Назарова Г., Іванісов О., Лібанова Е. та ін. [1–4].

Метою цієї статті є аналіз тенденції щодо розподілу померлих за окремими причинами смерті в Україні та розробка заходів, які сприяють скороченню рівня смертності.

Завданням статті є показати причини смертності в Україні та проаналізувати, чи можливо було або буде уникнути таких великих втрат.

Україна є однією з небагатьох країн, де смертність дуже перевищує народжуваність, тобто природний приріст в країні є негативним. Чому саме так та чи є у цьому винна система охорони здоров'я?

Тому велике значення набувають дані про причини смерті, бо на основі саме цих даних розробляється державна політика у сфері охорони здоров'я. Зокрема, ці дані є фундаментом оцінки потреби у паліативній допомозі.

Окрім саме причин смерті, вказуються також стать, вік і місце проживання особи. Тому все це разом дає змогу бачити ситуацію з різних характеристик таких як: статеві-вікові, регіональні, географічні.

У цій статі буде розглянуто найбільш розповсюджені причини смерті. Отже, що ж таке смертність? Загалом – це природний процес зменшення чисельності населення – один з двох головних процесів відтворення населення. Він залежить від великої кількості біологічних і соціальних чинників, таких як: генетичних, економічних, політичних, природно-кліматичних, культурних та ін. [5].

З погляду демографічного аналізу смертності є ендогенні, тобто їх джерелом є внутрішній розвиток людського організму, та екзогенні, що пов'язані з дією зовнішнього середовища.

Для кодування причин смерті із 2005 року використовується Міжнародна класифікація хвороб 10-го перегляду, або скорочено – МКХ-10 (ICD10). Це загальноприйнята, всесвітня класифікація хвороб, єдиний стандарт, яким послуговуються лікарі в усьому світі.

У всьому світі головними причинами смертності були визнані паразитичні та інфекційні захворювання. Так, на початку ХХ ст. смертність від інфекційних захворювань досягала 20 % від усіх випадків. Та завдяки прориву у галузі медицини було ліквідовано багато інфекційних захворювань. Але на зміну прийшли інші, серцево-судинні захворювання, злоякісні новоутворення.

Аналізуючи причини смертності у нашому столітті, можна зазначити, що українці вмирають переважно від захворювань системи кровообігу. Друге місце посідають новоутворення (зокрема рак), а третє місце –



зовнішні причини смертності, тобто це умисні вбивства чи самогубства, або ненавмисні, тобто випадки, які пов'язані з транспортом або викликані вогнем; утоплення, отруєння, падіння.

Тенденція з кожним рухом погіршується, насамперед не тільки через погану систему охорони здоров'я, а й через те, що люди не зацікавлені у збільшенні такого демографічного показника, як народжуваність.

Є і позитивні зміни, це те, що за останні роки збільшилась середня тривалість життя. Загалом середня очікувана тривалість життя українців склала 72 роки. Але щоб ці цифри були реальністю, потрібно дбати про здоров'я. [6]

Також смертність залежить від багатьох факторів, таких як: умови життя, середовище, доступ до державного соціального захисту і від поведінки, що впливає на здоров'я, зокрема куріння, вживання алкоголю і фізичної активності.

Існує концепція «запобіжної смертності», яка відноситься до всіх смертей, які враховують сучасний рівень розвитку медичних знань і технологій, які можливо було усунути силами системи охорони здоров'я завдяки профілактиці або лікуванню.

Інші смерті враховують ті, за яких неможливо уникнути летальної природи захворювання, або ліки ще не винайшли, у зв'язку з похилим віком та у результаті нещасного випадку [7].

Існує цілий перелік причин смертності, відповідальність за які покладають на медичну допомогу – це кишкові інфекції, туберкульоз, інші інфекції, коклюш, септицімія, краснуха, злоякісні пухлини товстої та прямої кишки, пухлини шкіри, грудей, шийки і тіла матки, лімфома Ходжкіна, лейкемія, захворювання щитоподібної залози, цукровий діабет, епілепсія, хронічний ревматичний порок серця, гіпертонічна хвороба, ішемічна хвороба серця, цереброваскулярна хвороба, всі респіраторні захворювання, виразка шлунку, апендицит, абдомінальна грижа, жовчнокам'яна хвороба і холецистит, нефрит і нефроз, доброякісна гіперплазія передміхурової залози, материнські смерті, вроджені серцево-судинні аномалії, перинатальні смерті, нещасні випадки під час операцій [8].

Вагомий перелік хворіб, тому система охорони здоров'я має бути створена і працювати ідеально, щоб кожен рік не вмирало сотні тисяч людей, кількість яких дорівнює населенню деяких міст в Україні.

Отже, країна повинна вживати заходів щодо покращення положення. По-перше, країна повинна мати добре розвинуту економіку та систему охорони здоров'я. По-друге, повинна бути медична страховка для людей. По-третє, треба створювати умови для того, аби населення не боялося створювати сім'ї, бо буде бракувати коштів, щоб покращити показники народжуваності. Тобто вийти з негативного природного приросту можливо, тільки для цього необхідно впроваджувати щось нове.

Отже, за останні роки тенденція смертності тільки продовжує зростати, бо з'являються нові хвороби, а на деякі досі не знайдено ліків. Державі необхідна нова система охорони здоров'я, яка буде дійсно працювати, а не просто існувати десь на папері. Щоб люди мали можливість вилікуватись, а не щорічно поповнювати ряди цього показника. За допомогою тенденцій, які відображає держава, можна побачити, на що потрібно звернути особливу увагу і за які хвороби, їх лікування та летальні випадки повинні відповідати насамперед медичні установи.

Ця тема зараз набуває більшої популярності, адже держава намагається налагодити систему охорони здоров'я і зупинити стрімке зростання смертності у нашій державі.

Напрямами подальших досліджень є демографічні процеси в Україні, а саме вивчення динаміки смертності населення та з'ясування чинників, що на неї впливають. На окрему увагу заслуговує дослідження проблеми бідності, захворюваності населення.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Писаревська Г. І.

Література: 1. Білорус Т. Трудовий потенціал України: сучасний стан та перспективи розвитку. URL: <http://bulletin-econom.univ>. 2. Іванісов О. В., Єрмоленко О. А., Доровський О. Ф. Управління трудовим потенціалом : навч.-практ. посіб. Харків : ХНЕУ, 2008. 388 с. 3. Лібанова Е. М., Макарова О. В., Позняк О. В., Шевчук П. Є., Шишкін В. С. Демографічні перспективи України: 2000–2075 роки. *Зайнятість та ринок праці*. 1999. Вип. 11. С. 126–141. 4. Назарова Г. В., Ачкасова О. В. Управління персоналом : навч. посіб. Харків : Вид-во ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. 65 с. 5. Смертність // Вікіпедія – вільна енциклопедія. URL: <https://uk.wikipedia>. 6. Середня



продолжительность жизни украинцев заставит вас беспокоиться. URL: <https://znaj.ua/ru>. **7.** Сучасні тенденції природного руху населення. URL: <http://um.co.ua>. **8.** Просто цифри. Хто, де, і відчого помирає в Україні. URL: <https://socialdata.org.ua>.



ПРОБЛЕМИ МОЛОДІЖНОГО БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЙОГО ПОДОЛАННЯ

УДК 338.2

Рибальченко С. О.

Студент 1 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті досліджено причини, які спричиняють виникнення й розвиток молодіжного безробіття в Україні. Розкрито сутність і особливості поняття безробіття, проаналізовано статистичні данні. Окреслено основні наслідки цього явища. Запропоновано методи збільшення зайнятості серед молоді.

Ключові слова: безробіття, молодіжне безробіття, рівень безробіття, зайнятість, причини безробіття.



Annotation. The article examines the causes of the emergence and development of youth unemployment in Ukraine. The main consequences of this phenomenon are outlined. The essence and features of the concept of unemployment are revealed, statistical data are analyzed. Methods for increasing youth employment are proposed.

Keywords: unemployment, youth unemployment, unemployment rate, employment, causes of unemployment.



Актуальність. Проблема молодіжного безробіття є сьогодні дуже поширеною в Україні. Велика кількість молодих людей, що випустились з загальноосвітніх шкіл, професійно-технічних і закладів вищої освіти, кожного року пропонують свою робочу силу на ринку праці. Але молодь стикається з низкою труднощів на ринку праці, й пошук роботи обертається для них у проблему, яка негативно відбивається на показнику молодіжної зайнятості. Так, держава втрачає активних учасників державотворчих процесів, високоінтелектуальних працівників.

Метою розгляду цієї теми є вивчення та аналіз проблеми молодіжного безробіття, пошук можливостей зниження показника безробіття серед молодих людей на ринку праці України.

Однією із найважливіших і найскладніших задач, що лежать як у теоретичній, так практичній площині питання безробіття, є проблеми безробіття молоді. Проблема молодіжного безробіття є сьогодні дуже актуальною у всьому світі, зокрема і в Україні.

Значна кількість молодих людей пропонує свою робочу силу на ринку праці після закінчення загальноосвітніх шкіл, професійно-технічних і закладів вищої освіти. Проте молодь стикається з деякими труднощами на ринку праці [1]. В результаті процес зростання рівня незайнятої молоді має негативні економічні та соціальні наслідки для населення країни, адже саме молоді люди є основними носіями інтелектуального потенціалу суспільства і джерелом поповнення трудових ресурсів.

Існує декілька тлумачень поняття «безробіття», всі вони майже схожі, але найзмістовніше – це: 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 [2].

Молодь – це громадяни віком від 14 до 35 років (Закон України «Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні» від 25.02.1993 № 2998-ХІІ) [8]. Тоді безробіття молоді слід розглядати як соціально-економічне явище, сутність якого полягає в тому, що працездатна молодь перебуває в пошуках роботи та готова приступити до неї, але не може реалізувати своє право на працю.

Велика кількість зарубіжних та українських науковців звертались до такої сучасної проблеми, як молодіжне безробіття. А саме: А. Оукен, А. Маршалл, Дж. Кейнс, Л. Колишня, І. Чистяков, В. Юрчишин, Д. Акімов, А. Вольська, О. Грішнова, М. Долішній, Т. Соколова й ін [3].

Основними причинами молодіжного безробіття вважають низьку якість профорієнтації, невідповідність надаваної навчальним закладами освіти вимогам потенційних роботодавців, також відсутність налагодженої системи взаємодії навчальних закладів, підприємств і держави та корупція на ринку праці, досить велика часта працюючих пенсіонерів. Також негативно впливають на зайнятість молоді такі події, як АТО на сході країни, політична й економічна нестабільність у державі, пандемія Covid-19. В результаті цих факторів знижується кількість інвестицій, обсягів виробництва, працюючих підприємств, також відбувається спад попиту на товари і послуги.

У світі тільки зростає кількість молодих людей, які зараз не мають роботи, не здобувають вищої освіти або не проходять професійних тренінгів. Серед 1,3 млрд молодих людей у всьому світі 267 млн належать до безробітних. А прогнози на 2021 р. не позитивні, очікується, що ця цифра виросте до 273 млн [4].

Згідно зі статистичними даними безробіття робочої сили в ІV кварталі 2020 р. кількість зайнятого населення у віці 15 років і старше та віком 15–70 років становила 15,7 млн осіб. А кількість безробітного населення віком 15 років і старше та у віці 15–70 років – 1,8 млн осіб. Рівень зайнятості населення віком 15 років і старше становив 49,0 %, а серед населення віком 15–70 років – 55,3 %. Рівень безробіття серед робочої сили віком 15 років і старше та у віці 15–70 років становив по 10,1 % [5]. Цей показник є найвищим за 4 роки (2016–2020 роки), до такої позначки рівень підіймався тільки в І кварталі 2017 року.

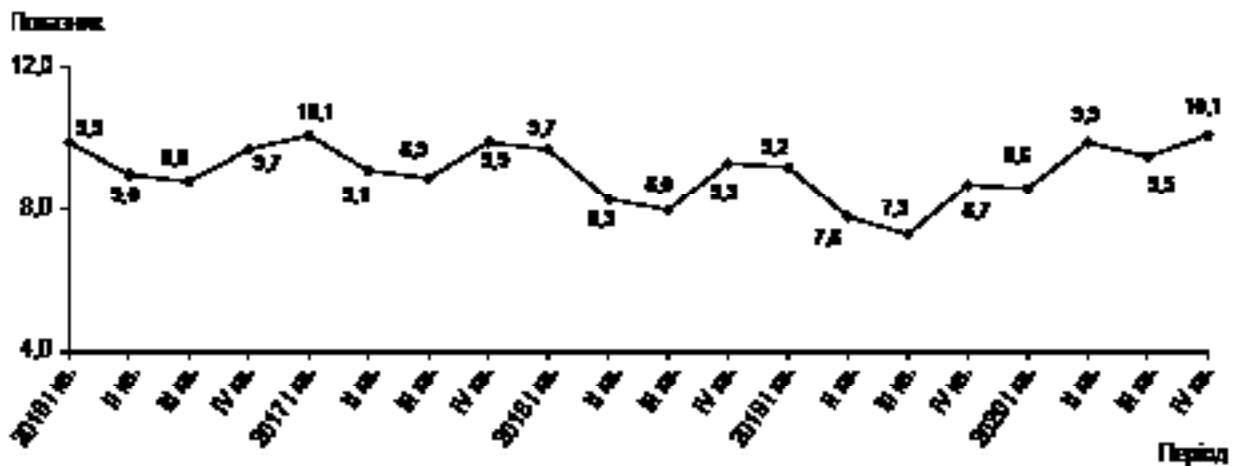


Рис. 1. Рівень безробіття населення віком 15–70 років [5]

Згідно з даними Державної служби статистики України у 2020 році кількість зареєстрованих безробітних становила 498,6 тис. осіб. Виходячи з даних табл. 1 можна сказати, що найвищий показник безробіття серед всього населення зафіксовано у сільській місцевості (10,3 %), на другому місці – чоловіче безробіття (9,8 %).

Слід звернути увагу на те, що найвищий показник безробіття за віковими групами припадає на 15–24 років (18,4–20,6 %). Це обумовлено тим, що молодь зазвичай не має практичного досвіду трудової діяльності (або він недостатній), а висловлює високі вимоги до оплати праці, то пошук підходящої роботи стає проблематичним.

Серед жінок у віці 15–24 років відсоток безробітних складає 18,5 %, серед чоловіків – 19,9 %. При цьому відсоток безробіття у сільського населення серед молоді перевищує міське – 20,6 % і 18,4 % відповідно. Коефіцієнт



перевищення рівня безробіття серед молоді в середньому у віковій групі 15–24 років порівняно з рівнем безробіття населення у віці 30–49 років становить 2 рази, зокрема серед сільського населення [5].

Таблиця 1

Безробіття населення (за методологією МОП) за статтю, типом місцевості та віковими групами у 2020 році (у % до робочої сили відповідного віку) [5]

	Всього	Зокрема, за віковими групами				
		15–24	25–29	30–34	35–39	40–49
Все населення (15 років і старше)	9,5	19,3	8,7	8,2	10,3	9,5
Жінки	9,1	18,5	8,2	7,9	10,2	9,2
Чоловіки	9,8	19,9	9,1	8,4	10,4	9,8
Міські поселення	9,1	18,4	7,4	7,5	10,1	9,6
Сільська місцевість	10,3	20,6	11,3	9,6	10,9	9,3

Розглядаючи наслідки безробіття, у першу чергу, усі звертають увагу на економічний бік цієї проблеми. Одними із наслідків безробіття є не випущена продукція, зменшення реального ВВП та зниження рівня життя населення. Молодіжне безробіття впливає не лише на соціально-економічну складову, а й морально-психологічну, а саме: відбувається деградація особистості, втрата професійних навичок, кваліфікації, втрата самоповаги, труднощі в родині, стрес, депресія та апатія, зростає показник злочинності у країні та соціальна нестабільність, і найголовніше – втрата особистістю свого місця в суспільстві в цілому. Молодіжне безробіття призводить не лише до збільшення злочинності, психічних розладів, самогубства, а й до втрати молоддю взагалі віри в життя. Це дуже негативно впливає на життя суспільства, оскільки саме молодь визначає майбутнє.

Ще одним дуже важливим наслідком молодіжного безробіття є погіршення і без того складної демографічної ситуації в нашому суспільстві, оскільки саме молодь – це та категорія населення, що перебуває в репродуктивному віці, яка мріє про створення сім'ї та продовження роду. Але виконання цих звичайних людських функцій є можливим лише за умови гідного рівня життя молодої людини та впевненості в майбутньому, що прямо й безпосередньо залежить від наявності в неї роботи [6]. За останні роки припинили свою роботу десятки великих підприємств машинобудування, металургії, які до того ж забезпечували замовленнями тисячі підприємств-сумісників. Тому молоді українські фахівці вимушені виїхати працювати за кордон, так країна втрачає цінну робочу силу.

Існують різні методи боротьби з молодіжним безробіттям, наприклад, слід налагодити механізм, при якому навчальні заклади будуть укладати з підприємствами прямі договори на навчання фахівців необхідних спеціальностей; створення та удосконалення системи професійної орієнтації; забезпечення робочих місць у проблемних регіонах країни; організація днів відкритих дверей і тренінгів для зацікавлених у подальшій роботі на підприємстві; зниження податків, створення пільг для підприємств, які беруть на роботу молодих спеціалістів на перше робоче місце, та інші заходи [7].

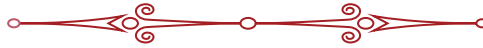
Висновок. Проблема молодіжного безробіття є актуальною для всього світу, й Україна не стала винятком. Оскільки молодіжне безробіття безпосередньо впливає на соціально-економічне становище країни, потрібно негайно вжити необхідних заходів. Отже, щоб покращити ситуацію зайнятості на національному ринку праці, що сприятиме поліпшенню як економічного, так і соціального рівня розвитку суспільства в державі у цілому, слід переглянути і запровадити такі шляхи вирішення проблеми молодіжного безробіття: проведення ярмарків вакансій, співпраця з навчальними закладами; покращення профорієнтації молоді, підтримка державою молоді, що бажає відкрити власний бізнес або має якийсь креативний стартап.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пивавар І. В.

Література: 1. Топчій О. О. Молодіжне безробіття в Україні: виклики та шляхи подолання в контексті державної політики зайнятості : магістерська робота. Чернігів, 2020. 100 с. 2. Слюсар С. Т. Аналіз рівня безробіття в Україні:



проблеми і шляхи його подолання. *Економіка АПК*. 2018. № 5. С. 85–92. **3.** Іваницька С. Б., Мороховець І. О. Проблема безробіття молоді України. *Ефективна економіка*. 2015. № 9. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2015_9_56. **4.** Експерти занепокоєні зростанням безробіття серед молоді. URL: <https://www.ukrinform.ua/>. **5.** Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. **6.** Куліш Н. В. Проблеми та наслідки молодіжного безробіття. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки*. 2011. Вип. 19. С. 169–176. **7.** Чатченко Т. В. Молодіжне безробіття як одна з визначальних проблем соціально-економічного розвитку України та шляхи його вирішення. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. № 14. С. 250–253. **8.** Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні : Закон України від 25.02.1993 № 2998-XII. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/5067-17/page3>.



АНАЛІЗ РІВНЯ БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЙОГО ПОДОЛАННЯ

УДК 331.56 (477)

Рогач О. М.

Студент 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У роботі розглянуто місце, стан і проблеми безробіття в Україні та шляхи його подолання. Визначено, що вирішення проблем безробіття у вітчизняній економіці можливе також шляхом урегулювання процесів трудової міграції та удосконалення ринку праці. Простежено вплив безробіття на соціально-економічну та політичну ситуацію в Україні.

Ключові слова: безробіття, зайнятість, робоча сила, ринок праці, міграційні процеси, трудова міграція, рівень безробіття.



Annotation. The place, state, and problems of unemployment in Ukraine and ways to overcome it are considered in the work. It is determined that solving the problems of unemployment in the domestic economy is also possible by regulating the processes of labor migration and improving the labor market. The impact of unemployment on the socio-economic and political situation in Ukraine is traced.

Keywords: unemployment, employment, labor force, labor market, migration processes, labor migration, unemployment rate.



Для сьогодення проблема безробіття є надзвичайно гострою та актуальною, оскільки за неповного використання наявних трудових ресурсів економічна система працює, не досягаючи межі своїх виробничих можливостей. Крім цього, безробіття спричинює негативні зміни в складі людських ресурсів, а саме: погіршення якісних характеристик робочої сили, втрата працівниками їхніх професійних навичок, кваліфікації, послаблення мотивації до праці, зниження продуктивності праці, відтік найбільш кваліфікованої робочої сили за межі країни.

Більш того, внаслідок безробіття країна несе значні фінансові збитки, утримуючи безробітних, відшкодовуючи їм втрати в доходах на період пошуку нових сфер прикладання праці. Тому проблема безробіття потребує постійного моніторингу та вирішення, враховуючи особливості загострення її динаміки.



Однією з найважливіших соціально-економічних проблем сучасного етапу розвитку України є безробіття. 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. Воно залишається в центрі уваги як звичайного населення, так і наукової спільноти, а отже, набуває значних масштабів на мезо- та макрорівнях країни.

Безробіття є макроекономічною проблемою, яку формують такі чинники, як структурні зміни в економіці, зниження темпів економічного розвитку, науково-технічний прогрес, співвідношення цін на фактори виробництва, сезонні коливання виробництва, недостатній сукупний попит, інфляція, недосконале трудове законодавство, низький рівень професійної підготовки й перепідготовки, неналежний рівень програм зайнятості та демографічні процеси.

З огляду на нинішню ситуацію, в якій знаходиться країна, безробіття – це найбільш гостра проблема, з якою стикається населення України в умовах сьогодення. Причиною цього є неефективність використання робочої сили у минулому і відсутність економічних умов, які б дали змогу людям застосовувати свої навички у продуктивній роботі за гідну плату, війна на сході країни. Саме тому це явище є як економічною, так і соціальною проблемою. Безробіття у нашій країні набуло масового характеру і несе реальну загрозу для державного та суспільного благополуччя.

Метою роботи є аналіз рівня безробіття в Україні та пошук основних шляхів його подолання.

Безробіття є невід’ємною складовою ринкової економіки, одним з негативних наслідків самої природи ринку, результатом дії його головного закону – попиту і пропозиції. Безробіття слід розглядати як соціально-економічне явище, за якого працездатне населення не може знайти роботу, стан зайнятості частини економічно активного населення [1].

Своєю чергою, безробіття є макроекономічною проблемою, яку формують такі фактори, як зміни в економіці, сповільнення темпів економічного розвитку, співвідношення цін на фактори виробництва, 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 демографічні процеси, які відбуваються в країні.

Виникнення безробіття призводить до таких наслідків: збільшення соціального напруження; посилення соціальної диференціації; виникнення випадків кримінального характеру; зниження трудової активності, зростання рівня зовнішньої міграції, а також рівня життя населення; скорочення податкових надходжень; зменшення ВВП; зростання витрат на допомогу безробітним.

Попри всі негативні наслідки, безробіття має такі позитивні сторони, як підвищення соціальної цінності робочого місця; зростання соціальної значимості й цінності праці; створення конкуренції між працівниками; стимулювання підвищення інтенсивності і продуктивності праці тощо [2].

За ринкових умов безробіття є не тільки економічною, але й серйозною соціальною проблемою. Причому соціальні аспекти цієї проблеми є більш відчутними для суспільства і дуже актуальні наразі.

Використовуючи статистичні дані Державної служби статистики України, проаналізуємо безробітне населення в Україні за період з 2010 по 2020 роки (табл. 1) [3]. Так, за даними табл. 1 можемо спостерігати неоднозначну тенденцію: після 2011 р. рівень безробітного населення знижувався до 2013 року, але у 2014 році різко збільшився та мав найбільший показник рівня безробітних впродовж досліджуваного періоду – 1847,6 тис. осіб, через світову фінансову кризу, окупацію Криму та ситуацію на сході країни, а упродовж 2015–2020 рр. повільно, але знижувався.

Існує багато проблем щодо статистики безробіття в Україні, які не дають змогу об’єктивно оцінювати його реалії, до них належить:

- відсутність статистичних даних про осіб, які втратили надію на отримання роботи в Україні, які не стоять на обліку в службі зайнятості;
- статистика не враховує часткову та тіньову зайнятість;
- надання неправдивої інформації з боку безробітних.



Таблиця 1

Безробітне населення (за методологією МОП) у 2010–2020 рр. [3]

Роки	Безробітне населення у віці 15–70 років, усього, тис. осіб	З них особи, які шукали роботу, намагались організувати власну справу		Середня тривалість пошуку роботи, місяців
		усього, тис. осіб	у % до всіх безробітних	
2010	1 713,9	1 648,4	96,2	7
2011	1 661,9	1 608,4	96,8	6
2012	1 589,8	1 542,4	97,0	6
2013	1 510,4	1 473,7	97,6	6
2014	1 847,6	1 801,6	97,5	5
2015	1 654,7	1 617,4	97,7	7
2016	1 678,2	1 634,8	97,4	7
2017	1 698,0	1 662,5	97,9	7
2018	1 578,6	1 546,0	97,9	6
2019	1 487,7	1 441,7	96,9	5
2020	1 674,2	1 625,7	97,1	6

Велика кількість робітників працюють без офіційного працевлаштування, тому майже неможливо перевірити тих, хто отримує виплати по безробіттю, й тих, хто задіяний у тіньовій економіці. Натомість статистика не бере до уваги, що саме через відсутність роботи 7,5 млн наших співвітчизників виїхали за кордон на заробітки.

Розподіл безробітного населення за статтю, віком і типом місцевості наведено на рис. 1. Подана нижче візуалізація наглядно демонструє нерівномірність безробіття з точки зору статево-вікового розподілу. Зокрема, у 2020 р. найвищий рівень безробіття спостерігається серед чоловіків у віці 15–24 рр., що мешкають у сільській місцевості, тоді як найменший рівень зустрічається серед жінок у віці 30–34 рр., що мешкають у містах. Отже, владі необхідно враховувати цей розподіл під час вирішення проблеми безробіття.

Державна статистика свідчить, що найбільше вакансій пропонують такі види економічної діяльності, як сільське господарство, транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність, добувна промисловість і розроблення кар'єрів, освіта, діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування.

Водночас можемо спостерігати зменшення вакансій у таких видах економічної діяльності, як будівництво, ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів, інформація та телекомунікації, фінансова та страхова діяльність [3]. Враховуючи демографічну ситуацію, яка панує в різних регіонах України, можна передбачити, що за нинішнього рівня створення нових робочих місць рівень безробіття в регіонах у майбутньому набуде ще більшої гостроти.

Сьогодні економічна криза впливає найбільше на сфери фінансових послуг, нерухомість, будівельну галузь, металургію, торгівлю, хімічну та добувну промисловість, однак перелік цей може бути набагато більшим. Також актуальною на ринку праці України є проблема міграції та мобільності робочої сили.

Основні шляхи вирішення проблем безробіття мають включати цілу низку заходів, зокрема: запровадити механізми захисту внутрішнього ринку праці країни; реалізувати Державні та регіональні програми зайнятості населення; знизити податки для підприємств за умови збереження робочих місць; застосувати економічні стимули фінансово-кредитного механізму для створення інвестиційного клімату та ефективного ринкового середовища; варто розвивати розгалужену систему державної служби зайнятості професійної орієнтації, підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації кадрів; необхідно сприяти підвищенню конкурентоспроможності робочої сили за рахунок поліпшення професійно-кваліфікаційного рівня працівників; врегулювати трудову міграцію; сформулювати легалізацію тіньової зайнятості тощо [4–7].

Варто звернути увагу на оновлення та підвищення технічного рівня робочих місць, зокрема, для того, щоб кожне з них забезпечувало зайнятому прожитковий мінімум і подальше збільшення заробітної плати (з урахуванням інфляції). Це дозволить привести заробітну плату у відповідність з продуктивністю праці, скасувати фіктивні робочі місця, зменшити приховане безробіття.

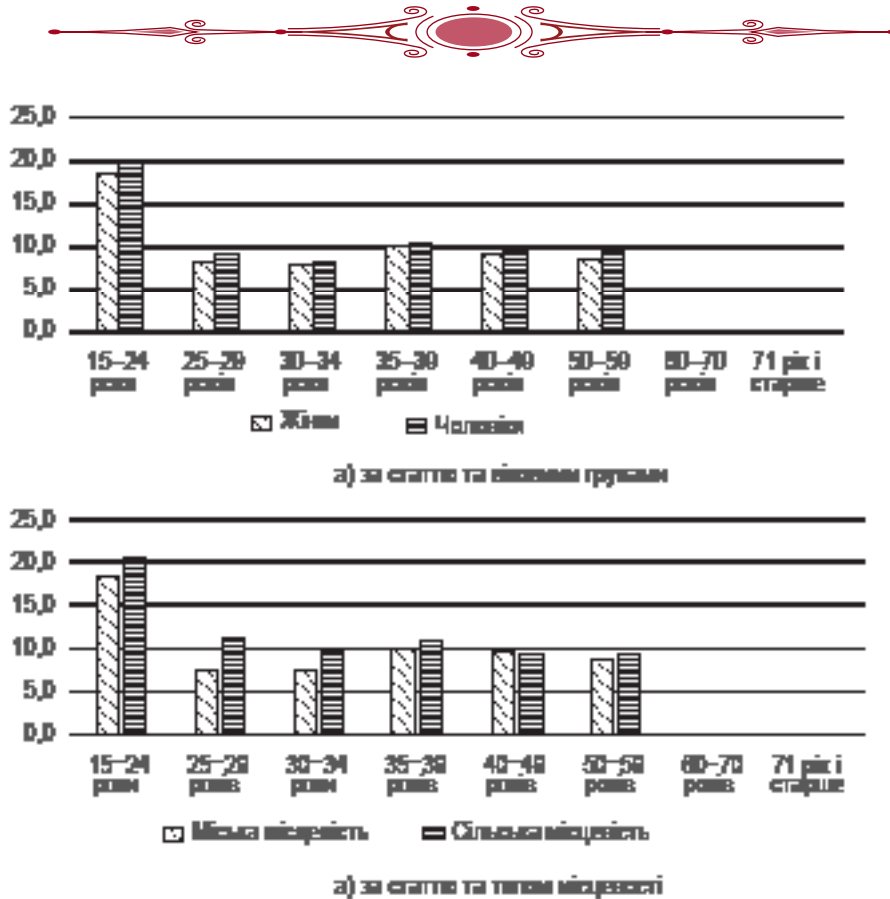


Рис. 1. Гістограма розподілу безробіття населення (за методологією МОП) за статтю, типом місцевості та віковими групами у 2020 році, у % до робочої сили відповідного віку

Отже, проблема безробіття є ключовим питанням сьогодення, насамперед у ринковій економіці країни. І якщо її не вирішувати, то неможливо налагодити ефективну діяльність економіки, і рівень безробіття буде зростати. Для вирішення проблем безробіття в Україні треба докорінно змінювати політику зайнятості. Щоб подолати соціально-економічну та політичну кризи в країні, треба, в першу чергу, боротися з безробіттям шляхом створення нових і збереження наявних робочих місць. Цілеспрямоване активне підвищення рівня зайнятості населення на діючих і на новостворених високоєфективних робочих місцях допоможе вивести економіку з безвихідного становища, дати простір розвитку ринкових і соціальних перспектив.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Дериховська В. І.

Література: 1. Лисюк О. С. Безробіття як соціально-економічна проблема населення України. *Зб. наук. праць ВНАУ*. 2012. № 4 (70). С. 48–53. 2. Кочума І. Ю. Стан зайнятості та безробіття в Україні на сучасному етапі. *Фінансовий простір*. 2013. № 3. С. 119–126. 3. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. 4. Борищук А. О., Семенова К. Д. Аналіз рівня безробіття в Україні. *Статистика – інструмент соціально-економічних досліджень : зб. наук. студ. пр.* 2017. Вип. 3. Ч. I. С. 29–34. 5. Шаульська Л. О., Якімова Н. А. Проблеми тіньової зайнятості в контексті структурних трансформацій ринку праці. *Економічні науки*. 2017. № 2. С. 28–35. 6. Зайцева І. С. Проблеми зайнятості та безробіття в Україні та країнах Європейського Союзу. *Управління розвитком*. 2016. № 11. С. 125–130. 7. Ярова Л. Г. Аналіз рівня безробіття в Україні та напрямки його подолання. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. Вип. 4. С. 752–755.



ОРГАНІЗАЦІЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 65.012

Романадзе І. Д.

Студент 4 курсу
факультету міжнародної економіки і підприємництва ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У цій статті розглянуто основні поняття організації зовнішньоекономічної діяльності підприємств, основні етапи здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Визначено методи управління, що використовуються для підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві. Запропоновано шляхи для підвищення ефективності зовнішньо-торговельної діяльності підприємства.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності підприємства, організаційно-економічний механізм управління підприємством, розвиток підприємства, механізм розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства.



Annotation. This article considers the basic concepts of organization of foreign economic activity of enterprises, main stages of foreign economic activity of the enterprises. The management methods used to increase the efficiency of foreign economic activity at the enterprise are determined. Ways to increase the efficiency of foreign trade activities of the enterprise are proposed.

Keywords: foreign economic activity, subjects of foreign economic activity of the enterprise, organizational and economic mechanism of enterprise management, enterprise development, mechanism of development of foreign economic activity of the enterprise.



Постановка проблеми. Зовнішньоекономічна діяльність є важливим фактором міжнародних економічних відносин, яка сприяє посиленню міжнародної конкурентоспроможності підприємств у їх боротьбі на світових ринках. Тому розширення зовнішньоекономічних зв'язків країни багато в чому визначається сталим розвитком зовнішньоекономічної діяльності окремих суб'єктів господарювання такої країни, де провідне місце відводиться виробничим підприємствам.

Підґрунтям такого окреслення тематики дослідження є те, що саме ці підприємства можна розглядати як рушійну силу оновлення виробництва та нарощування конкурентоспроможності країни, а отже, і визначення можливостей здійснення поступового та безперервного економічного зростання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Підвищення уваги зі сторони вітчизняних і зарубіжних учених на рахунок питань системи розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств як невід'ємної складової, як фінансового стану фірми, так і національної економіки в цілому, припало на початок ХХІ століття. Питаннями розвитку системи зовнішньоекономічної діяльності підприємства, їхніми методичними й організаційними аспектами займалися українські вчені, такі як: Гребельник А. П. [1], Дідковський М. І. [2], Гаркуша О. О. [4], Грущинська Н. М. [5], Прокушев Є. Ф. [3], Маталка С. М. [6], Кравченко С. І., Лісогор Л. С., Марцин В. С., Маслак О. І., Мокій О. А. Пажуєва Т. О., Петрина Н. В. та ін.

Метою статті є розробка практичних рекомендацій щодо удосконалення організації зовнішньоекономічної діяльності підприємств.

Виклад основного матеріалу. Зовнішньоекономічна діяльність – діяльність суб'єктів господарської діяльності України й іноземних суб'єктів господарської діяльності, побудована на відносинах між ними, що має місце як на території України, так і за її межами [1]. На рівні підприємства зовнішньоекономічна діяльність спрямована на укладання та виконання контрактів з іноземними партнерами. Розвиток зовнішньоекономічної діяльності створює для підприємства нові можливості, такі як Глобальні та національні проблеми економіки, використання переваг міжнародного співробітництва та свобода у прийнятті рішень під час здійснення своїх виробничих завдань [6].



Згідно з законодавством України ЗЕД – це діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, побудована на взаємовідносинах між ними, що має місце як на території України, так і за її межами [7]. Тобто діяльність, що пов'язана з пошуком іноземного контрагента, укладанням з ним контракту, продажем чи закупівлею товару та перетинанням кордону України майном, що виробляється суб'єктом господарювання та відображається в балансі та фінансовій звітності підприємства.

Відокремлюють такі основні етапи здійснення ЗЕД підприємства [2]: розробка стратегії ЗЕД підприємства; дослідження зовнішніх ринків і потенційних партнерів, вивчення кон'юнктури іноземних ринків, збір і накопичення відповідної інформації; оцінка доцільності виходу на зовнішні ринки / співробітництва з зарубіжними контрагентами; вибір способу виходу на зовнішній ринок; пошук, вибір і встановлення контакту із закордонним партнером, проведення переговорів; складання та підписання контракту, забезпечення виконання зобов'язань, що випливають із договорів та угод із зарубіжними партнерами; фактичне постачання чи закупівля товару.

На першому етапі формується зовнішньоторговельна стратегія, при цьому основними елементами, з яких складається стратегія є: сфера стратегії (засоби адаптації організації до свого зовнішнього середовища); розподіл ресурсів (спосіб розподілу обмежених ресурсів у організації поміж її підрозділами: ресурси слід спрямовувати на перспективні підрозділи та забирати у мало- або неперспективні); конкурентні переваги (організація має спиратися на сильні свої сторони); синергія (стратегія повинна отримувати додаткового ефекту за рахунок інтеграції всіх можливостей організації).

На другому етапі проводиться дослідження зовнішніх ринків і потенційних партнерів. Під час реалізації стратегії можуть виникнути перешкоди та небезпеки, які має передбачити менеджер і повинен вміти реагувати на них. Чим краще ці перешкоди бачить організація, тим більше у неї шансів досягти успіху. У цьому випадку SWOT-аналіз є найбільш розповсюдженим методом оцінки впливу внутрішніх і зовнішніх факторів на діяльність підприємства.

На третьому етапі організації ЗЕД підприємство визначається з потенційними перевагами, що можуть бути досягнуті при роботі на зовнішніх ринках порівняно із реалізацією господарської діяльності виключно на внутрішньому ринку. Під час оцінки доцільності експортної діяльності важливо зробити аналіз ефективності експорту продукції, який проводиться за показниками повного ефекту експорту, бюджетної ефективності експорту, повної ефективності експорту, індексів структури експорту (аналогічні показники розраховуються і за імпортом), а для обґрунтування доцільності експорту слід порівняти показник ефективності експорту з показником ефективності виробництва та реалізації продукції на внутрішньому ринку.

Четвертий етап полягає у виборі способу виходу на певний ринок. Можна відокремити такі основні способи виходу на зовнішні ринки: експорт (непрямий і прямий: передача повноважень з експорту із використанням збутової мережі; експортна франшиза; комерційні посередники); спільна підприємницька діяльність (ліцензування; виробництво за контрактом; управління за контрактом; підприємства спільного володіння).

Основні способи встановлення контракту з закордонним партнером з розмежуванням походження ініціатив імпортера та експортера надані в табл. 1 [5].

При складанні та підписанні договору слід брати до уваги низку міжнародних конвенцій, уніфікованих правил і принципів національного законодавства.

Останній етап організації ЗЕД – забезпечення виконання зобов'язань за зовнішньоторговельним контрактом. Особливості цього етапу полягають у необхідності виконання таких дій, що передують безпосередній ЗЕД:

- укладання договорів з постачальниками сировини, комплектувальних виробів, напівфабрикатів тощо, необхідних для виготовлення експортних товарів;
- систематичний контроль за виготовленням експортних товарів та за готовністю товару до попереднього приймання представниками покупця;
- повідомлення імпортера про готовність товару до відвантаження; отримання у Торгово-промисловій палаті свідоцтва про походження товару;
- отримання у відповідному компетентному органі експортної / імпоротної ліцензії у разі ліцензування експорту / імпорту певного товару та за умови отримання сертифіката якості, фітосанітарного, санітарного, ветеринарного, радіаційного та інших необхідних сертифікатів у відповідних органах; укладання експортером договору на перевезення, укладання договору страхування; здійснення вивізних / ввізних митних процедур;



– оформлення товаросупро-воджувальних і платіжних документів; надання банківської гарантії своєчасної поставки.

Таблиця 1

Встановлення контактів з контрагентами у ЗЕД

Ініціатива експортера	Ініціатива імпортера
<ul style="list-style-type: none"> – направити оферту (offer) одному або декільком можливим іноземним покупцям; – прийняти та підтвердити замовлення (order) покупця; – направити покупцю пропозицію у відповідь на запит (inquiry); – взяти участь у торгах, подавши тендер організаторам торгів; – взяти участь у торгово-промислових виставках (exhibitions) та ярмарках (fairs); – направити можливому покупцю комерційний лист з інформацією про наміри вступити у переговори; – направити проформу контракту вже відомому покупцю; – направити на адресу потенційних покупців каталоги, проспекти із товарами, що пропонуються 	<ul style="list-style-type: none"> – направити потенційному або вже відомому продавцю замовлення; – направити запит виробнику товарів, що цікавлять імпортера; – оголосити торги з запрошенням до участі фірм, які можуть прийняти і виконати умови організаторів торгів; – направити можливому виробнику комерційний лист про наміри вступити у переговори у відповідь на його пропозицію; – направити експортеру безумовний акцепт (unconditional accept) його пропозиції; – взяти участь у торгово-промислових виставках та ярмарках

Послідовне виконання вказаного переліку дій на підприємстві-суб'єкті ЗЕД є запорукою успішної й ефективної зовнішньоекономічної діяльності.

Для забезпечення конкурентоспроможності підприємства на зовнішньому ринку потрібно розробити стратегію зовнішньоекономічної діяльності, тобто єдиний напрямок, який буде враховувати внутрішні можливості підприємства та ринкові умови, в яких йому доводиться функціонувати. Ця стратегія має розроблятися з урахуванням таких факторів: визначення чітких цілей виходу на новий ринок; розмір і потенціал зарубіжного ринку; проблеми, які можуть виникнути через реалізацію відповідного продукту на новому ринку; поширеність товару за кордоном та оцінка можливостей подальшого співробітництва; кон'юнктура ринку, наявність конкурентів, товарів-аналогів тощо.

Також важливим фактором удосконалення зовнішньоекономічної діяльності є оцінка й аналіз сильних і слабких сторін підприємства. Слабкі сторони дадуть змогу підприємству визначити небезпеку зі сторони зовнішнього оточення, а сильні сторони – використовувати можливості зовнішнього середовища. Зазвичай для цього здійснюється SWOT-аналіз підприємства, що надає оцінку можливостей і загроз діяльності на зовнішньому ринку [4].

Щоб виявити шляхи підвищення ефективності зовнішньоторговельної діяльності підприємств необхідно: проаналізувати динаміку розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства;

- дослідити раціональність використання ресурсів, заінтересованість у продукції підприємства на зовнішньому ринку;
- комплексно дослідити проблеми підвищення ефективності та розвитку зовнішньоекономічної діяльності;
- виявити перспективні напрями удосконалення системи управління та планування зовнішньоекономічних зв'язків на рівні підприємства;
- удосконалити організаційно-економічні заходи щодо підвищення конкурентоспроможності експортної продукції;
- оцінити рівень і якість виконання підприємством зобов'язань по контрактах з іноземними партнерами, дослідити ефективність і переваги такої співпраці;
- проаналізувати методики аналітичної оцінки ефективності окремої експортної операції [1].

Висновки. Таким чином, зовнішньоекономічна діяльність підприємства в її стратегічному аспекті можна представити як систему, що за топологічно-змістовним описом, який відображає її просторову структуру, являє собою сукупність структурних елементів, до яких належать продуктово-ринкова та ресурсна підсистеми.

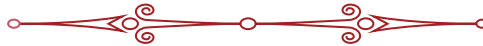


Таким чином, у сучасних умовах глобалізації економічних відносин перед вітчизняними підприємствами постало питання інтеграції в міжнародний економічний простір. Для досягнення цієї мети необхідна насамперед ефективна стратегія ведення зовнішньоекономічної діяльності, яка, своєю чергою, залежить від багатьох чинників: зовнішні: рівень економічної свободи продавців і покупців, конкуренція, величина ризиків, форми економічної політики держави; внутрішні: розмір підприємства та характер зовнішньоекономічної діяльності, ступінь диверсифікації, досвід, структура управління.

Отже, для ефективної організації зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві необхідно правильно й адекватно обрати форми організації діяльності підприємства відповідно до умов його роботи, специфічності продукції тощо, адже від цього залежить, наскільки ефективно та швидко здійснюватимуться зовнішньоекономічні операції між суб'єктами господарювання.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доценти Серпухов М. Ю.

Література: 1. Гребельник О. П. Основи зовнішньоекономічної діяльності. Київ : Центр учб. літ., 2008. 432 с. 2. Дідківській М. І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навч посіб. Київ : Знання, 2006. 462 с. 3. Прокушев Е. Ф. Внешнеэкономическая деятельность. Москва : Маркетинг, 2010. 208 с. 4. Гаркуша О. О. Ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємств. URL: <http://masters.donntu.edu.ua/2003/fem/garkusha/diss/index.htm>. 5. Грущинська Н. М. Управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств України в умовах становлення процесів митного регулювання України. *Актуальні проблеми економіки*. 2015. № 7 (49). 6. Маталка С. М. Управління ефективністю зовнішньоекономічної діяльності підприємств : монографія.. Луганськ : Ноулідж, 2011. 210 с. 7. Про зовнішньоекономічну діяльність : Закон України від 16.04.1991 № 959-XII. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/959-12>. 8. URL: <https://pidru4niki.com/12920522/ekonomika>. 9. URL: <https://www.ebk.net.ua/Book/MenedgmentZED/01-05/642.htm>.



НЕРІВНІСТЬ І ПОЛЯРИЗАЦІЯ ДОХОДІВ НАСЕЛЕННЯ В УМОВАХ СОЦІАЛЬНОЇ КРИЗИ СУСПІЛЬСТВА

УДК 316.342.2

Романескул Ю. О.

Магістрант 1 року навчання
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Досліджено становище України серед інших країн за допомогою індексів і показників бідності, виявлено основні мотиви збільшення доходів населення, а також визначено основні види соціальних протиріч, які виникають у суспільстві. Узагальнено важливість проведення державою заходів щодо підвищення рівня життя та доходів населення.

Ключові слова: бідність, нерівність, індекси соціальної мобільності, доходи населення, середній рівень витрат.



Annotation. The position of Ukraine among other countries is studied with the help of indices and poverty indicators, the main motives for increasing the income of the population are identified, and the main types of social contradictions



that arise in society are identified. The importance of the state to take measures to improve living standards and incomes is generalized.

Keywords: poverty, inequality, social mobility indices, household incomes, average expenditures.



Проблемам поляризації та соціальної нерівності в Україні присвячені ґрунтовні дослідження вітчизняних науковців. Зокрема, виявленню чинників поглиблення соціальної нерівності в сучасному українському суспільстві та визначенню ролі і можливостей соціальної політики як інструменту пом'якшення соціальної нерівності в умовах соціально-економічної кризи присвячена монографія Л. Льчука [1]. У колективній монографії за редакцією Е. М. Лібанової [2] здійснено оцінку масштабів нерівності в Україні, її складових, проявів та наслідків. У працях О. О. Чуприни [3] проаналізовано досягнення країни у боротьбі з бідністю та соціальною нерівністю.

Проте слід наголосити на тому, що підходи до оцінки рівня поляризації та соціально-економічної нерівності в різних джерелах суттєво різняться.

Метою цієї статті є аналіз нерівності та бідності населення в Україні, а також визначення основних соціальних наслідків, що виникають з цієї причини.

Бідність є важливим аспектом економічного добробуту будь-якої економіки. Її систематично вимірюють і контролюють у більшості країн світу, включаючи країни з високим рівнем доходу. За аналізом бідності Україна відстає від інших європейських країн і навіть сусідніх країн.

Аналіз бідності в Україні, як правило, базується на об'єктивних і монометричних оцінках розміру та розподілу споживчих витрат, отриманих з опитування видатків домогосподарств, яке регулярно проводиться фондом Державного комітету статистики України. Український інститут демографії обчислює показник, який здебільшого використовується в офіційному аналізі бідності в Україні, і тут категорія «бідні» охоплює осіб, чий витрати на душу населення становить менше 75 % від середнього рівня витрат [4].

Згідно з результатами дослідження, проведеного Соціологічною групою «Рейтинг» у лютому 2017 року, абсолютна більшість українців (дві третини респондентів) вважають, що багатство є однією з ключових складових щастя. Однак лише 2 % вважають, що щастя повністю залежить від накопичення певної суми грошей. 11 % говорять, що багатство навряд чи дорівнює щастю, тоді як 13 % заявляють, що гроші не можуть купити щастя (рис. 1).

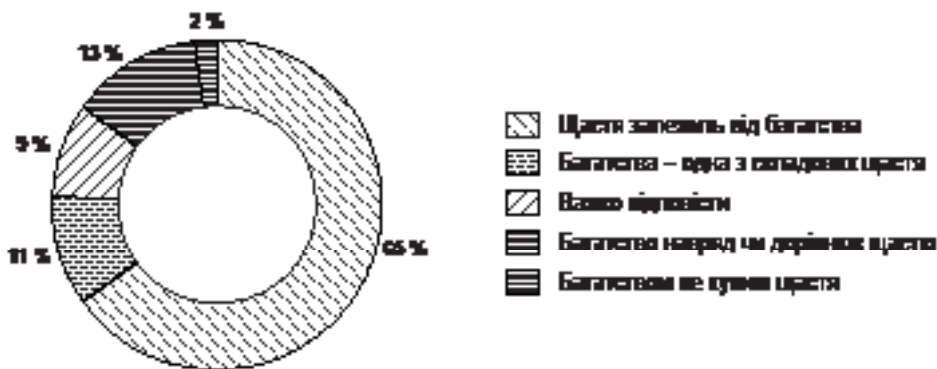


Рис. 1. Чого коштує багатство [4]

Більшість опитаних зазначили, що на сьогодні в країні дійсно існують серйозні розбіжності на ґрунті матеріального розшарування, які в майбутньому можуть стати причиною серйозних конфліктів. Причому ні різниця в рівні освіти, ні національні і релігійні розбіжності не є такою серйозною проблемою, як матеріальне питання (рис. 2) [5].

Проблему поляризації доходів населення можна віднести до розряду вічних, так чи інакше нерівність виявляється в будь-якому суспільстві. Інша справа, що виходячи з прийнятої державної ідеології влада або здійснює активні управлінські дії, спрямовані на мінімізацію нерівності, або виправдовує існуючу ієрархію і консервує її.

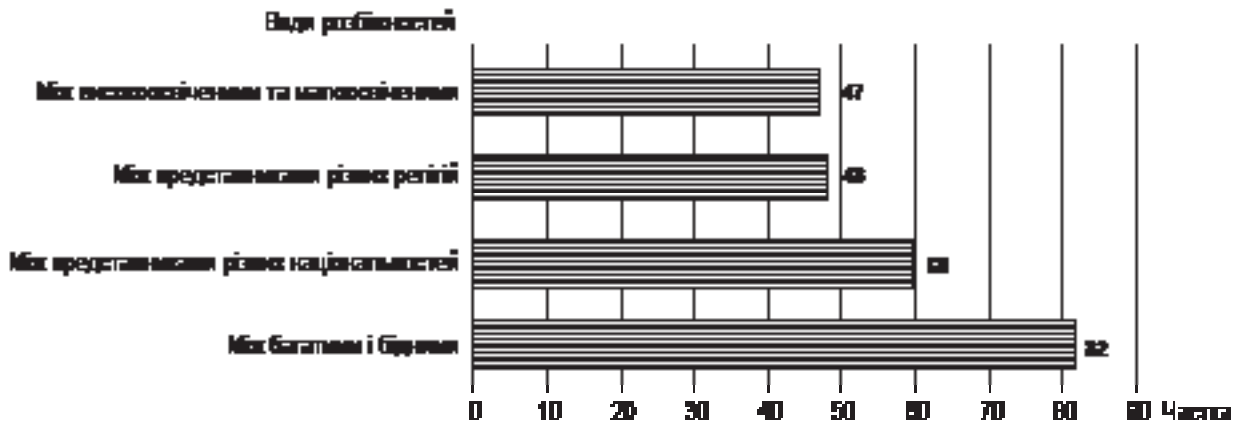


Рис. 2. Частка людей, які вважають, що в суспільстві є серйозні розбіжності, які можуть стати причиною напруженості [6]

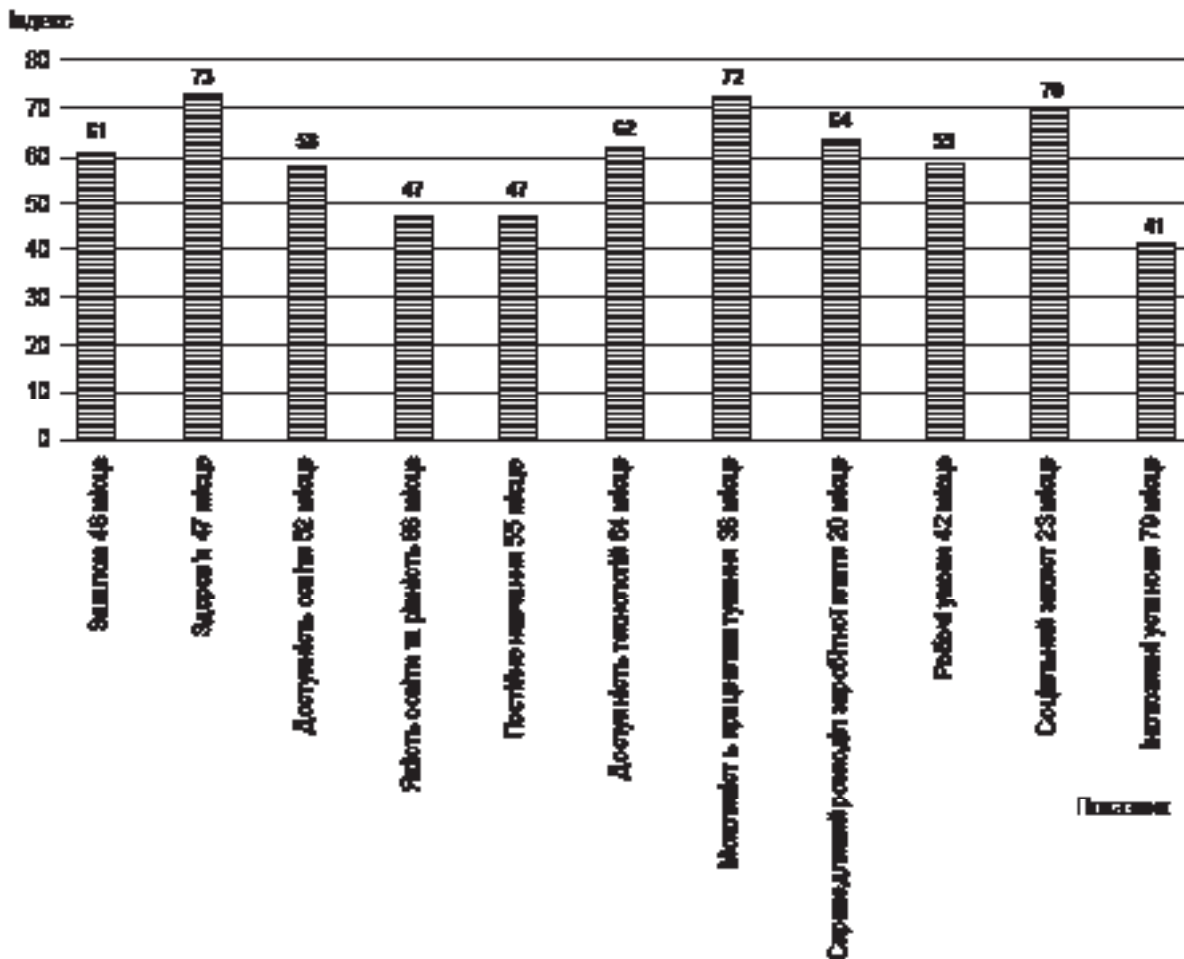


Рис. 3. Індекси соціальної мобільності в Україні за 2020 рік [6]

Рейтинг, заснований на комбінації експертних оцінок і результатів опитувань громадської думки в 165 країнах і двох територіях, враховує п'ять ключових показників, які характеризують стан демократії всередині держави: виборчий процес, відкритість уряду, участь суспільства в політичному житті, політична культура й рівень громадянських свобод.

Україна розташувалася в другій половині рейтингу на 46 місці, набравши 61,2 бала. Країна відстає, наприклад, від Румунії (42 місце), Росії (39 місце) і Польщі (30 місце). Але випереджає Грецію (48 місце), Грузію



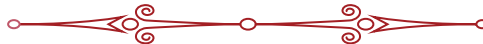
(53 місце) і Туреччину (64 місце). На думку експертів ВЕФ, найкраща в Україні ситуація зі справедливим розподілом зарплат (20 місце) і соціальною захищеністю (23 місце). Ці показники склалися не просто так.

Згідно з офіційною статистикою середній дохід найбідніших 40 % українців становить приблизно 61,2 % від загального середнього доходу всього населення. Тільки в чотирьох країнах світу цей показник так само високий. Україна також багато витрачає на соціальне забезпечення – ця стаття витрат складає близько 22,2 % від ВВП, що ставить країну на 18 місце в світі [6]. Таким чином, проблема бідності та багатства населення впливає на відносини між різними прошарками населення, що призводить до соціальної напруженості у суспільстві.

Особи з різними статками мають різні можливості в працевлаштуванні, у доступі до навчання та охорони здоров'я. Виходячи з проаналізованої інформації можна сказати, що нерівність між багатими й бідними є однією з найважливіших проблем суспільства. Звідси Україна займає лише 23 місце за рівнем соціальної захищеності населення, тобто заходи щодо цієї проблеми є недостатніми, адже нерівність між окремими прошарками населення є досить високою. Таким чином, необхідно здійснювати заходи щодо підвищення рівня доходів та якості життя населення шляхом регулювання заробітної плати, прожиткового мінімуму та пенсій населення.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Гончарова С. Ю.

Література: 1. Ільчук Л. Соціальна нерівність в Україні: проблеми та шляхи їх вирішення : монографія. URL: http://ipzn.org.ua/wpcontent/uploads/2015/07/Sotsialna_nerivnist.pdf. 2. Нерівність в Україні: масштаби та можливості впливу / за ред. Е. М. Лібанової. Київ : ІДСД ім. М. В. Птухи НАН України, 2012. 404 с. 3. Чуприна О. О. Оцінка здобутків України на шляху боротьби з бідністю та соціальною нерівністю. *Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»*. Серія : Економічна теорія та право. 2013. № 4. С. 54–72. 4. Межа бідності в Україні та Європі / Z-Україна: статистика, економіка, тенденції. URL: <http://zet.in.ua/socium/mezha-bidnosti-v-ukra%D1%97ni-tayevropi/>. 5. Основні показники рівня життя населення та бідності. URL: [http://www.fpsu.org.ua/napryamki/diyalnosti/sotsialnij\)zakhist/5651](http://www.fpsu.org.ua/napryamki/diyalnosti/sotsialnij)zakhist/5651). 6. Gini coefficient of equivalised disposable income (source: SILC). URL: [http://ec.europa.eu/eurostat/tgm/table.do?tab=table&lan\)guage=en&ocode=tessi190](http://ec.europa.eu/eurostat/tgm/table.do?tab=table&lan)guage=en&ocode=tessi190).



ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ЕФЕКТИВНА СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЧАСОМ ПРАЦІВНИКІВ

УДК 35.088

Романескул Ю. О.

Магістрант 1 року навчання
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Виявлено необхідність застосування тайм-менеджменту в організації. Основний акцент зроблений на усвідомлення важливості ролі тайм-менеджменту в процесі управління персоналом і його безпосереднього зв'язку зі стратегіями управління персоналом.

Ключові слова: час, менеджер, тайм менеджмент, управління персоналом.





Annotation. Revealed the need to use time management in the organization. The main emphasis is placed on awareness of the importance of the role of time management in the management process personnel and their direct relationship with strategies personnel management.

Keywords: time, manager, time management, personnel management.



У XX столітті менеджери практично досконало навчилися ефективно керувати фізичною працею. У XXI столітті важливим завданням менеджера є необхідність оволодіти мистецтвом результативного управління розумовою і творчою працею співробітників організації, використовуючи при цьому різні інструменти, одним із яких є менеджмент. Використовуючи основні управлінські функції, менеджер спирається на такі ресурси, як: люди, фінанси, сировина, проте у його розпорядженні є ще один унікальний ресурс – час.

Цю проблему досліджували такі українські та зарубіжні вчені: Н. Алюшина, Г. Архангельський, Л. Балабанов, П. Берд, Е. Головаха, Л. Дуб, В. Зінченко, Д. Кеннеді, С. Кові, В. Колпакова, Т. Котова, В. Куликова, А. Лейкен, С. Максименко, Дж. Моргенстерн, І. Примак, Н. Сидорова, Б. Трейсі та ін.

Метою цієї статті є обґрунтування ролі тайм-менеджменту в системі управління персоналом.

Тайм-менеджмент (ТМ) – це процес визначення потреб, постановки цілей, встановлення пріоритетів і планування завдань досягнення організаційних цілей, де знайдено значну залежність між стресом на роботі та змінними ТМ (встановлення цілей співробітників, планування та оцінка ефективності [1].

Процес ефективного використання часу для досягнення максимальної продуктивності передбачає управління графіками роботи та попереднє планування для досягнення організаційних цілей, які необхідні для стійкості працівників та організації.

ТМ – це процес управління часом відповідно до вимог різних доручень і видів діяльності з метою забезпечення організаційного успіху та максимізації вигод за рахунок використання, економії та невитрачання часу та енергії. Ефективний ТМ передбачає оптимальне використання часу для підвищення продуктивності та успіху.

Це вимагає управління графіками роботи для досягнення організаційних цілей за допомогою вдосконаленого планування, організації та реалізації. ТМ є критично важливим активом як для професіоналів, так і для організацій, оскільки він стосується відкриття та застосування ефективних методів для виконання завдань протягом певного періоду та на необхідному рівні якості. В природі люди розподіляли час відповідно до інтересу та комфорту; таким чином, в організації працівники, як правило, витрачають свій час на легкі завдання [1]. Однак ефективний ТМ – це єдиний спосіб виробити хороші навички та звички для досягнення професійного успіху.

Потреба в тайм-менеджменті в цей час обумовлена такими факторами [3]:

- швидкі темпи змін зовнішнього середовища;
- нестабільність світової економіки і кон'юнктури ринку;
- постійна потреба в змінах і інноваціях, які вже стають нормою, а не рідкісним винятком;
- зростання питомої ваги нематеріальних активів у вартості організації та інші складові, безпосередньо пов'язані зі сферою функціонування організації.

Всі вони призводять до конкретних дій щодо співробітників організації, а саме вимагають делегування працівникам великих повноважень, постійного збільшення кількості вирішуваних завдань, надання можливості прийняття самостійних рішень і планування своєї роботи. При цьому важливо організувати діяльність персоналу так, щоб вони чітко усвідомлювали свою мету і завдання, що стоять перед ними, грамотно розставляли пріоритети і могли здійснювати гнучке планування свого часу [4].

Перш ніж менеджеру приступити до реалізації тайм-менеджменту в організації, потрібно визначити, яка стратегія управління персоналом реалізується в компанії, «стратегія примусу» або «стратегія переконання». Ці дві стратегії образно виражені Антуаном де Сент-Екзюпері: «Якщо ти хочеш побудувати корабель, не треба скликати людей, щоб все спланувати, розділити роботу, дістати інструменти та рубати дерева, треба заразити їх прагненням до нескінченного моря. Тоді вони самі побудують корабель». При цьому залежно від обраної стратегії абсолютно по-різному проявляється роль тайм-менеджменту в управлінні персоналом.



Перша галузь технологій тайм-менеджменту стосується систем управління. Тут основна увага приділяється організації роботи системи в цілому, а ефективне використання часу кожного окремого працівника стає наслідком правильно побудованої системи. У наш час за цей напрям «відповідають» тотальне управління якістю, реінжиніринг бізнес-процесів, проєктний менеджмент та інші технології управління часом організації [5].

Друга «сюжетна лінія» говорить про організацію особистої роботи, яку людина здійснює за власним бажанням, не бажаючи витратити марно невідновних ресурсів свого часу, а в кінцевому підсумку – свого життя [5].

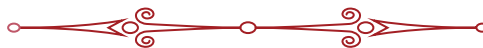
На підставі такого поділу технологій тайм-менеджменту можна виділити галузі їх застосування в процесі управління діяльністю організації і її співробітників. Якщо від працівника вимагається лише чітке дотримання вказівок керівника і виконання посадових інструкцій, то більш дієво буде застосування «стратегії примусу» і управлінських технологій першої групи, які безпосередньо впливають на тимчасові витрати і їх мінімізацію. Це пояснюється тим, що старанність і результати діяльності співробітника персоналу безпосередньо залежать від функціонування всієї організації в цілому і від грамотного регулярного менеджменту. У разі якщо виконавцю необхідно проявляти творчу ініціативу, приймати самостійні рішення безпосередньо в ході роботи, гнучко і негайно реагувати зміни, а також брати на себе відповідальність, а не тільки слідувати заданим інструкціям і виконувати покладені на дії, потрібними і актуальними стають управлінські технології тайм-менеджменту другої групи. Очевидно, що в цій ситуації працівникові необхідний особистий тайм-менеджмент з метою підвищення особистої ефективності, як однієї з ключових ланок успішної роботи організації в цілому.

Таким чином, для успішного функціонування організації і досягнення ефективних результатів менеджер повинен вміти грамотно здійснювати тайм-менеджмент, враховуючи характер виконуваних робіт і особливо стратегію управління персоналом, реалізовану в цей період часу в організації. Важливо усвідомлювати необхідність застосування тайм-менеджменту і вплив його технологій на поведінку співробітників, які, своєю чергою, можуть перетворитися в активних діячів завдяки правильному застосуванню технологій тайм-менеджменту.

Реалізуючи тайм-менеджмент в організації, менеджер зможе скорелювати мету організації і цілі працівника, тим самим направити його в потрібному напрямку і отримати при цьому нелінійне поліпшення процесу функціонування організації, підвищити її адаптивність, конкурентоспроможність і швидкість реакції на зміни.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Степанова Е. Р.

Література: 1. Євтушевська О. Тайм-менеджмент як вияв світогляду сучасної людини. *Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка. Серія «Економіка»*. 2017. № 3 (192). С. 15–18. 2. Маслюківська А. О. Значення тайм-менеджменту для підвищення персональної ефективності. *Молодий вчений*. 2018. № 11 (63). С. 467–471. 3. Писаревська Г. І. Використання тайм-менеджменту для підвищення ефективності управління персоналом. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2016. Вип. 20. Ч. 1. С. 148–153. 4. Макаренко С. М., Олійник Н. М., Луцки К. І. Визначення оптимального виробничого навантаження як основи підвищення продуктивності праці працівників підприємства. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Економіка і менеджмент»*. 2017. № 26/2. С. 51–54. 5. Причепа І. В., Соломонюк І. Л., Лесько Т. В. Тайм-менеджмент як дієвий інструмент ефективного використання часу успішного менеджера за сучасних умов. *Ефективна економіка*. 2018. № 12.





ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ БЮДЖЕТНОЇ ПОЛІТИКИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

УДК 336.14

Руденко А. Є.

Студент 2 курсу
факультету фінансів і обліку ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті висвітлено тлумачення такого поняття, як «бюджетна політика». Наведено особливості формування та реалізації бюджетної політики, визначено її основні завдання та мету. На основі проаналізованої інформації запропоновано шляхи вдосконалення бюджетної політики України в сучасних умовах розвитку.

Ключові слова: бюджет, бюджетна політика, бюджетна тактика, бюджетна стратегія, валовий внутрішній продукт.



Annotation. The article covers the interpretation of such a concept as «budget policy». This paper presents the features of the formation and implementation of budget policy, identifies its main objectives and goals. On the basis of the analyzed information the ways of improvement of budgetary policy of Ukraine in modern conditions of development are offered.

Keywords: budget, budget policy, budget tactics, budget strategy, gross domestic product.



На сьогодні бюджетна політика є одним із найголовніших інструментів регулювання загальної фінансової політики держави. Оптимальний розподіл валового внутрішнього продукту, стає зростання економіки, підвищення добробуту населення, зниження рівня інфляції, подолання наслідків фінансової кризи – все це неможливе без ефективної бюджетної політики. У зв'язку з цим дослідження особливостей формування бюджетної політики набуває актуальності.

Вивченням сутності поняття бюджетної політики та особливостями її формування і реалізації займалось багато вітчизняних учених. Серед них такі як: Дем'яшин В. Г., Зілінська А. С., Лисяк Л. В., Мочерний С. В., Пасічний М. Д., Плужніков І. О., Форкун І. В., Юшко С. В. та ін. [1–8].

Метою статті є дослідження сутності та змісту поняття бюджетної політики, визначення особливостей її формування, реалізації та найбільш оптимальних шляхів щодо вдосконалення бюджетної політики України в сучасних умовах розвитку.

Правильне та ефективне формування бюджетної політики, яка є складовою фінансової політики держави та забезпечує покращення стану макроекономіки країни, є надзвичайно важливим у сучасних умовах нестабільного економічного розвитку України.

Існують різні тлумачення цього поняття, зокрема Юшко С. В. вважає, що сукупність заходів держави з організації та використання бюджетних ресурсів для забезпечення її економічного та соціального розвитку є бюджетною політикою [8].

Дем'яшин В. Г. стверджує, що визначення завдань, цілей, напрямів і пріоритетів розвитку бюджетних відносин органами державної влади, державного управління та місцевого самоврядування є бюджетною політикою [1].

На думку Плужнікова І. О., бюджетною політикою є сукупність пріоритетів (національних інтересів), наукових підходів і конкретних заходів щодо цілеспрямованої діяльності держави з регулювання бюджетного процесу та використання бюджетної системи для вирішення економічних і соціальних завдань країни [6].

Автор економічного енциклопедичного словника Мочерний С. В. вважає, що цілеспрямована і планомірна діяльність держави щодо раціонального використання важелів бюджетного регулювання для підтримання стабільного економічного зростання у країні та досягнення стратегічних цілей суспільства є бюджетною політикою [4].



Отже, ознайомившись з різними тлумаченнями, можемо сформулювати загальне поняття бюджетної політики: сукупність заходів держави, які спрямовані на раціональну організацію бюджетних відносин, розподіл і мобілізацію бюджетних коштів з метою задоволення соціальних, економічних потреб суспільства та забезпечення функціонування держави. Залежно від того, на який період часу розрахована бюджетна політика та які питання будуть вирішуватись протягом цього періоду, вона поділяється на бюджетну стратегію та бюджетну тактику. Бюджетною стратегією є стабільний курс бюджетної політики, який розрахований на довготривалий період і спрямований на розв'язання глобальних завдань, визначених економічною стратегією.

На відміну від стратегії, бюджетна тактика є більш гнучкою та спрямована на розв'язання поточних питань, які виникають на конкретному етапі розвитку суспільства. Для вирішення таких питань проводиться перерозподілення фінансових ресурсів, переорієнтація бюджетного механізму, змінюються способи організації бюджетних взаємовідносин [8].

У статті 33 Бюджетного кодексу України зазначаються Основні напрями бюджетної політики на наступний бюджетний період. У цій статті визначаються головні цілі, складові, порядок формування та затвердження бюджетної політики [9].

Головною метою бюджетної політики держави в сучасних умовах нестабільного економічного розвитку та загострення соціально-економічних проблем в Україні є забезпечення всіх верств населення високим рівнем життя згідно з соціальними стандартами, підвищення доходів населення, покращення стану навколишнього середовища шляхом ефективного розподілу фінансових ресурсів між галузями економіки, соціальними групами населення, територіями [7].

В умовах політичної та економічної кризи в Україні, а також через зовнішню агресію бюджетна політика була недостатньо ефективною. Це пов'язано з тим, що не було чіткого й обґрунтованого розподілу бюджетних видатків, а ще фіскальне навантаження на економіку було нерівномірним. За показником валового внутрішнього продукту Україна зайняла місце серед найбідніших країн світу.

На формування бюджетної політики впливають зовнішні та внутрішні фактори. Останні поділяються на політичні, економічні та соціальні. До політичних відноситься високий рівень обороноздатності держави, внутрішній правопорядок, ефективна діяльність органів законодавчої та виконавчої влади, раціонально організоване управління державою; серед економічних чинників виділяють показник валового внутрішнього продукту, рівень інфляції, фінансову політику, продуктивність праці тощо; соціальними чинниками є обсяг споживчого кошика, рівень заробітної плати робітників різних категорій, демографічна ситуація, науково-технічний прогрес та інші. До зовнішніх факторів формування бюджетної політики належать міжнародні відносини держави, зовнішньоекономічна діяльність, прийняття участі у військових діях тощо.

Основні завдання бюджетної політики наведені на рис. 1.

Для того щоб подолати наслідки економічної кризи, забезпечити економічне піднесення, необхідно вдосконалювати, підвищувати ефективність бюджетної політики України. Оцінювання ефективності бюджетної політики полягає у співвідношенні обсягів витрачених бюджетних коштів з обсягами бюджетних витрат.

Напрямами підвищення ефективності бюджетної політики є такі: проведення суворого контролю за діяльністю уряду за допомогою співвідношення отриманих результатів і видатків бюджету; надання доступу громадськості до інформації щодо формування та реалізації Державного бюджету України; ліквідація заборгованості за водопостачання та енергоносії із пенсій, заробітної плати, стипендій завдяки чому буде відбуватись скорочення прихованого дефіциту; покращення рівня професіоналізму під час формування та реалізації бюджетної політики на всіх рівнях; розроблення більш ефективнішої системи бюджетного планування, в тому числі розробку проєктів Державного бюджету, проведення більш якісних прогнозів макроекономічних показників та ін. [2].

Отже, можна зробити висновок, що бюджетна політика, яка стимулює інноваційний розвиток, сприяє підвищенню рівня життя населення, зміцненню конкурентоспроможності національної економіки. Людський ресурс найважливіший для розвитку держави, тому держава, своєю чергою, має робити все можливе для підвищення рівня добробуту населення, надання доступу до якісних державних соціальних послуг. Для цього слід реалізовувати ефективну бюджетну політику.

Впровадження ефективної бюджетної політики в сучасних умовах політичної та економічної нестабільності в першу чергу залежить від керівництва країни, рівня відповідальності урядовців перед громадянами своєї держави, наявності правового поля.

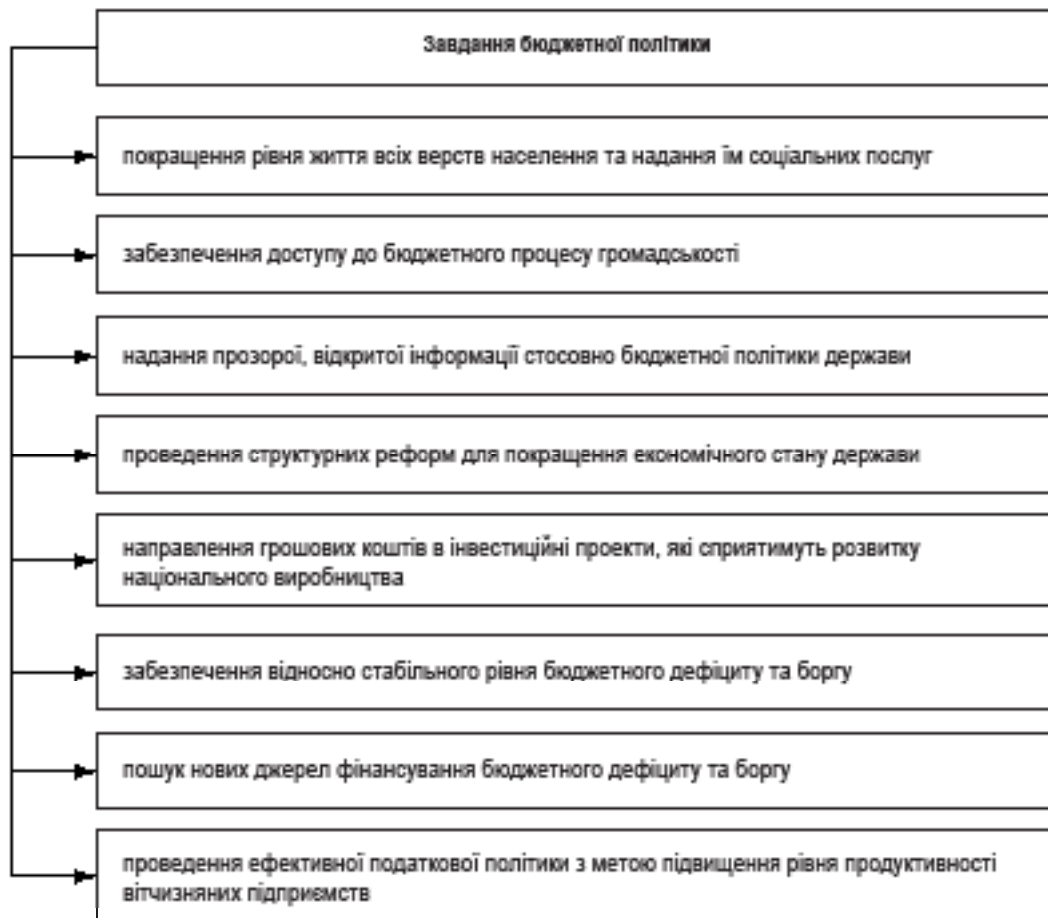
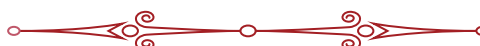


Рис. 1. Основні завдання бюджетної політики

Для формування та реалізації ефективної бюджетної політики уряд країни повинен удосконалювати методи прогнозування майбутніх показників бюджетної політики, використовуючи економічні та математичні методи; підвищувати фінансовий потенціал держави шляхом ефективного розподілу та формування бюджетних ресурсів; підсилювати фінансовий контроль у бюджетній сфері; проводити заходи щодо подолання корупції; підвищувати позиції України у міжнародних рейтингах тощо.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Холодна Ю. С.

Література: 1. Дем'янишин В. Г. Формування і реалізація бюджетної доктрини України : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.08. Тернопіль, 2010. 284 с. 2. Зілінська А. С. Теоретичні основи ефективного формування бюджетної політики України. *Ефективна економіка*. 2017. № 7. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5700>. 3. Лисяк Л. В., Сальникова Т. В. Бюджетна політика України: проблеми та перспективи. *Наука онлайн : Міжнар. електрон. наук. журнал*. 2018. № 6. 4. Мочерний С. В., Ларіна Я. С., Устинко О. А., Юрій С. І. Економічний енциклопедичний словник : у 3 т. Львів : Світ, 2005. Т. 1. 616 с. 5. Пасічний М. Д. Формування і реалізація бюджетної політики в умовах кризових трансформацій економіки. *Бізнес Інформ*. 2018. № 8. С. 171–177. 6. Плужніков І. О., Єрмошенко М. М., Єрохін С. А. Засади формування бюджетної політики держави : наук. моногр. Київ : НАУ, 2003. 284 с. 7. Форкун І. В., Гордєєва Т. А. Бюджетна політика: особливості формування та реалізації. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2016. № 4. С. 251–255. 8. Юшко С. В. Бюджетна система : підручник. Харків : Вид-во ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. 382 с. 9. Стаття 33. Складання та схвалення Бюджетної декларації Бюджетного кодексу України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17?find=1&text=стаття+33#w1_41.





ОСОБЛИВОСТІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ІТ-КОМПАНІЙ

УДК 657.623

Руцька Є. О.

Студент 3 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті розглянуто особливості бухгалтерського обліку в ІТ-компаніях. Проаналізовано особливості обліку, оподаткування та звітності за загальною та спрощеною системами для підприємств, пов'язаних із ІТ-сферою.

Ключові слова: бухгалтерський облік, ІТ-компанії, фінансова звітність, оподаткування.



Annotation. The article considers the features of accounting in IT companies. The peculiarities of accounting, taxation and reporting under the general and simplified systems for enterprises related to the IT sphere are analyzed. A set of measures to improve prevention is proposed.

Keywords: accounting, IT companies, financial reporting, taxation.



Реалії сьогодення яскраво демонструють, що без комп'ютера та програмного забезпечення діяльність жодної організації неможлива. Для створення програмного забезпечення, як основи процесу роботи електронних носіїв інформації, здійснюють свою діяльність ІТ-компанії. Робота ІТ-компаній тісно пов'язана зі сферою інформаційних технологій та програмування. Для успішного функціонування ІТ-компанії необхідно проводити якісний бухгалтерський облік. Проблема полягає в тому, що обраній темі не було надано уваги в розгорнутих професійних дослідженнях. Потрібно чітко проаналізувати та визначити особливості бухгалтерського обліку в ІТ-компаніях.

Аналізуючи останні публікації на обрану тему, можна виділити дослідження Волянюк І., проте особливо-детальної уваги особливостям бухгалтерського обліку в ІТ-компаніях в публікаціях не було розглянуто.

На основі постановки проблеми були поставлені такі завдання:

- 1) розглянути основні організаційні засади бухгалтерського обліку в ІТ-компаніях;
- 2) аналіз обліків, які відображають основну діяльність ІТ-компаній.

Інформаційні технології – це цілеспрямована організована сукупність інформаційних процесів з використанням засобів обчислювальної техніки, що забезпечують високу швидкість обробки даних, швидкий пошук інформації, доступ до джерел інформації незалежно від місця їх розташування [1].

Організаційною основою ІТ-компаній може бути:

- 1) створення веб-сайтів;
- 2) консультації з питань інформаційних технологій;
- 3) робота пов'язана з обслуговуванням комп'ютерного обладнання;
- 4) інша діяльність у сфері ІТ та програмного забезпечення.

Особливість у діяльності ІТ-компанії полягає в тому, що при наданні послуг важко оцінити реальний обсяг виконаних робіт. Яскравим прикладом є забезпечення постійного функціонування програмного забезпечення, веб-сайту або проведення регулярного контролю за правильністю та ефективністю роботи комп'ютерного обладнання тощо.

З огляду на вищезазначене іноді неможливо встановити реальний обсяг виконаних робіт (або половини виконаних робіт, або роботи тривають).

Бухгалтерський облік витрат на створення продукту та надання послуг ІТ компанії здійснюються згідно з нормами національних ПСБО, зокрема ПСБО 16 «Витрати» [2].



Для організації бухгалтерського обліку необхідно чітко обрати спосіб вирахування витрат, оскільки від цього напруму залежить як ефективність роботи, так і розмір отриманого доходу організацією.

На практиці можна спостерігати, що досить часто ІТ-компанії створюють продукт для інших організацій, проте важливим є те, що ІТ-компанії надають лише право на використання. Для врегулювання спірних питань необхідно пам'ятати про авторське право.

Авторське право на програмну продукцію виникає з факту його створення і не потребує обов'язкової державної реєстрації, що встановлено Законом України «Про авторське право». Відповідно до Закону України «Про авторське право» комп'ютерна програма є об'єктом авторського права і визначається ним як набір інструкцій у вигляді слів, цифр, кодів, схем, символів чи у будь-якому іншому вигляді, виражених у формі, придатній для зчитування комп'ютером, які приводять його у дію для досягнення певної мети або результату [3].

ІТ-компанія може надавати право використання копії програми за функціональним призначенням, у тому числі каналами Інтернет, за ліцензійним договором, або продавати розтиражовані її копії тільки для функціонального використання або надавати майнові права на використання об'єкта права інтелектуальної власності, які не обмежені функціональним призначенням такої продукції та її відтворення не обмежене кількістю копій, необхідних для такого використання, без права їх відчуження [4].

Суб'єктами ІТ-сфери можуть бути як фізичні, так і юридичні особи. Проаналізувавши інформацію щодо загальної та спрощеної систем оподаткування, було виявлено більшість переваг у другій. Щоб зрозуміти можливість переходу до спрощеної системи, треба вивчити всі критерії, для того щоб обрати відповідну групу.

Бухгалтерський облік в ІТ-компаніях суттєво відрізняється від бухгалтерського обліку в інших організаціях, це є наслідком особливостей діяльності, яку проводять ІТ-компанії.

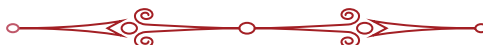
Для будь-якої поставленої задачі та при виконанні завдання (створення програми, написання алгоритмів, послуги з перевірки програмного забезпечення, виконання ремонтних робіт комп'ютерного обладнання тощо) потрібно сформувані окремі підходи для повного та якісного обліку (формування обліків обсяг витрат, об'ємів витрат, метод калькулювання, метод обліку витрат та інше).

У перспективі необхідно вивчати об'єкти витрат в ІТ-компаніях, ця інформація буде необхідна для керівництв компанії у сфері комп'ютерних технологій, керівники зможуть правильно та достовірно встановлювати:

- 1) найбільш актуальні продукти;
- 2) матимуть можливість скорегувати відхилення доходних і витратних статей бюджетів;
- 3) найактуальніші методи бухгалтерського обліку для ІТ-сфери;
- 4) встановити єдиний механізм виплат податків відповідно до Податкового кодексу України [5].

Науковий керівник – канд. екон. наук, викладач Серіков Д. О.

Література: 1. Про Національну програму інформатизації : Закон України від 04.02.98 №74/98. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/74/98-%D0%B2%D1%80#Text>. 2. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку : Наказ Міністерства України від 31.12.99 № 318. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00#Text>. 3. Про авторське право і суміжні права : Закон України від 23.12.93 № 3792-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3792-12#Text>. 4. Волянчук І. Особливості бухобліку в ІТ-компаніях. URL: <http://www.visnuk.com.ua/uk/publication/100004441-osoblivosti-bukhobliku-v-it-kompaniyak>. 5. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.





СТАН БЕЗРОБІТТЯ СЕРЕД МОЛОДІ В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЙОГО ПОДОЛАННЯ

УДК 331.56

Савустян В. А.

Студент 1 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Проаналізовано рівень безробіття серед молоді. З'ясовано основні причини молодіжного безробіття. Виділено головні напрями діяльності держави задля вирішення проблеми молодіжного безробіття.

Ключові слова: молодь, безробіття, держава.



Annotation. The level of youth unemployment was analyzed. The main causes of youth unemployment have been identified. The main directions of the state activity for the decision of a problem of youth unemployment are allocated.

Keywords: youth, unemployment, the state.



Постановка проблеми. Рівень безробіття – це один із найголовніших індикаторів функціонування та розвитку економічної системи. Нормою вважається показник у 3–4 %. В останні роки поданий показник в Україні знаходиться в межах 8–10 %, що відповідає критичному рівню за світовими стандартами.

Зараз проблема безробіття особливо гостро стоїть перед населенням нашої країни. Оскільки через світову кризу, викликану пандемією, економічні, політичні, соціальні проблеми, що існували в Україні, набули критичного характеру. Безробіття починає бути масовим, що може мати серйозну загрозу для держави та суспільства, особливо це стосується молоді, яка здебільшого зараз обирає роботу за кордоном.

Аналіз останніх досліджень. Проблему рівня безробіття в Україні впродовж останніх років було проаналізовано в багатьох наукових працях. У роботі Чорної Н. та Чорного Р. було досліджено сучасний стан ринку праці України, виявлено основні проблеми та запропоновано шляхи їх вирішення [1]. Зайцева І. С. та Задорожко Г. Р. оцінювали зміни показника рівня безробіття в Україні й порівнювали його з показниками в країнах Європейського Союзу [2]. Також поданою проблемою займався ряд науковців – Дорошко О. О., Слюсар С. Т., Федоришина Л. М. Однак більшість дослідників зосереджується на рівні безробіття в цілому, і не приділяється достатньої уваги молодіжному безробіттю, яке в довгостроковій перспективі може завдати руйнівного впливу економіці України.

Метою поданої статті є аналіз безробіття серед молоді в Україні, виявлення його причин і пошук методів збільшення рівня зайнятості в нашій країні.

Основні результати дослідження. Безробіття – це соціально-економічне явище, за якого частина працездатного населення не може працевлаштуватися. Чим більше число безробітних, тим менший розвиток економіки країни.

Молодіжне безробіття – це ситуація на ринку праці, за якої в громадян віком від 15 до 35 років відсутня можливість реалізувати свою здатність до праці [3]. Традиційно як в Україні, так і всьому світу показник цього явища є високим.

Проаналізуємо дані, наведені в табл. 1.

Відповідно до даних у табл. 1, найбільше число безробітних серед молоді (зросло на 28 %) спостерігалось в 2014 році через кризу в державі. У середньому з 2012 до 2019 рр. чисельність економічно активної молоді щорічно скорочувалась приблизно на 3 %. За офіційними даними [4], найбільша кількість безробітних традиційно у віковій групі 15–24 роки: у 2017 р. було більше 15 %, у 2018 р. – 17,9 %. З 2018 року починають спостерігатися



перші ознаки покращення в молодіжному сегменті зайнятості, однак рівень безробіття залишається високим. У 2019 р. безробітних до 34 років налічувалось більше 40 %.

Таблиця 1

Динаміка чисельності безробітної молоді за 2012 – 2019 рр. в Україні [4]

Роки	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Кількість безробітних, тис. ос.	914,1	807,7	1033,5	901,2	860,5	789	696,6	583,7
Темп зростання ланцюговий, %		88,4	128	87,2	95,7	91,7	88,3	83,8
Темп зростання базисний, %		97,3	124,5	108,6	103,7	86,3	76,2	63,9
Темп приросту ланцюговий, %		-11,6	28	-12,8	-4,3	-8,3	-11,7	-16,2
Темп приросту базисний, %		-2,7	24,5	8,6	3,7	-13,7	-23,8	-36,1

За даними табл. 1 побудуємо графік (рис. 1).

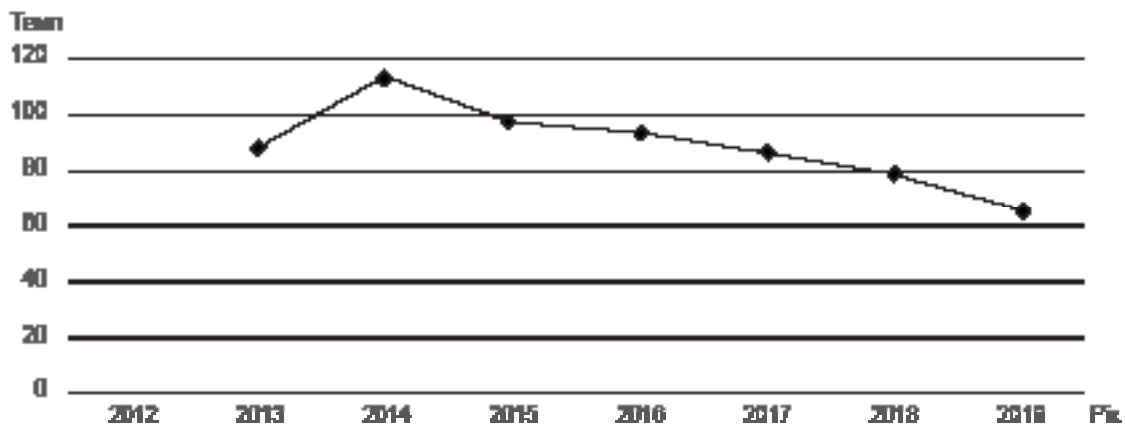


Рис. 1. Темп зростання базисний

Проаналізувавши поданий графік, можна зробити висновок, що з 2014 року спостерігалася тенденція до відносного зменшення рівня безробіття серед молоді відносно 2012 року. Однак він усе одно залишався на достатньо високому рівні. Ситуацію погіршила, як уже було зазначено вище, світова криза 2020 року. Хоча й до пандемії молодіжний ринок праці мав ряд проблем.

Існує декілька основних причин, які пояснюють таке становище:

1. Нестабільна економічна та політична ситуації в країні.
2. Відсутність налагодженого зв'язку між навчальними планами та потребами на ринку праці.
3. Корупція.
4. Низький рівень взаємодії між роботодавцями та навчальними закладами.
5. Низька заробітна плата на старті кар'єри.
6. Кращі умови праці за кордоном та, як наслідок, – міграція молоді.
7. Відсутність перспектив кар'єрного зростання.
8. Високі вимоги роботодавців.
9. Відсутність державної уваги до проблеми зайнятості молоді.
10. Відсутність у молодих фахівців знань і навичок, необхідних для їхньої кваліфікації [5; 6].

Усі названі вище причини свідчать про те, що високий рівень безробіття серед молоді спричинений пасивністю держави, дисбалансом між потребами роботодавців і знаннями, що дають у навчальних закладах, і несприятливими умовами для побудови кар'єри. Також у 2020 році всі позитивні тенденції в молодіжному секторі зайнятості зійшли нанівець через світову економічну кризу, викликану пандемією. Загальний рівень



безробіття, за останніми приблизними підрахунками, збільшився на 70 % порівняно з 2019 роком, і найбільш вразливою в поданій ситуації виявилась молодь.

Для того щоб вирішити проблему молодіжного безробіття, на державному рівні необхідно здійснити такі заходи:

1. Сприяти розвитку малого та середнього бізнесу.
2. Змінити навчальні програми в університетах відповідно до потреб роботодавців; орієнтація на практичне застосування теоретичних знань.
3. Налагодити зв'язок між власниками бізнесів і навчальними закладами.
4. Змінити законодавство відповідно до міжнародних норм і ситуації на ринку праці в Україні.
5. Контролювати рівень безробіття.
6. Збільшити розмір мінімальної заробітної плати.
7. Запровадити чітку систему допомоги безробітним у пошуку робочого місця.

Наведені положення є шляхом для початку вирішення заданої проблеми, який можна почати втілювати в життя вже зараз.

Висновки. Відповідно до аналізу статистичних даних, молодіжне безробіття є нагальною проблемою в Україні, особливо в умовах пандемії. Адаже високий рівень безробіття молоді негативно впливає на економіку країни та на суспільство в цілому.

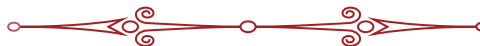
Проаналізувавши тенденції на молодіжному ринку зайнятості, можна зробити висновок, що його стан цілком і повністю залежить від політичної та економічної ситуацій в Україні, які здебільшого не є стабільними.

Для вирішення проблеми молодіжного безробіття важливим є втручання з боку держави. Адаже саме влада здатна створити сприятливі умови та оплату праці в усіх секторах української економіки, що збільшить рівень зайнятості та зменшить міграцію.

Подальші дослідження у сфері молодіжного сектора зайнятості допоможуть знайти оптимальний шлях для вирішення заданої проблеми в специфічних умовах українського ринку.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Шифріна Н. І.

Література: 1. Чорна Н., Чорний Р. Ринок праці України: сучасні виклики. URL: <https://echas.vnu.edu.ua/index.php/echas/article/view/541>. 2. Зайцева І. С., Задорожко Г. Р. Проблеми зайнятості та безробіття в Україні та країнах Європейського Союзу. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz_2016_2_20. 3. Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні : Закон України від 05.02.1993 № 2998-XII // Відомості Верховної Ради України. 1993. № 16. Ст. 167. 4. Державна служба зайнятості України. URL: <http://www.dcz.gov.ua>. 5. Чатченко Т. В. Молодіжне безробіття як одна з визначальних проблем соціально-економічного розвитку України та шляхи його вирішення. URL: <http://global-national.in.ua/archive/14-2016/52.pdf>. 6. Ларва Ю. Молодіжне безробіття в Україні. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/20864/1/69-72.pdf>.





ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ РОБОТИ ФІЗИЧНИХ ОСІБ – ПІДПРИЄМЦІВ І ПІДПРИЄМСТВА

УДК 338.2

Самойлова В. О.

Студент 1 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У цій статті розглянуто особливості та нюанси впливу податкової політики України на поведінку фізичної особи – підприємця, на економічну стратегію, будову й ефективність роботи підприємства. Також наголошено на проблемі ухилення суб'єктів оподаткування від сплати податків, що встановлені державою.

Ключові слова: оподаткування, підприємництво, підприємство, оптимізація сплати податків, податкове навантаження.



Annotation. This article examines the features and nuances of the influence of the tax policy of Ukraine on business behavior, the economic strategy, structure and efficiency of a company. The article reveals the problem of tax evasion from paying taxes established by the state.

Keywords: taxation, entrepreneurship, company, tax optimization, tax burden.



Метою статті є розгляд актуальнішого питання взаємодії платників податків та держави, визначення впливу податкової політики країни на економічну поведінку фірм та інших виробничих установ, а також наголошення на проблемі формування чинників, що сповільнюють підприємницьку діяльність та створюють умови для ухилення від податків.

На сьогодні існує багато досліджень та публікацій, головною темою яких виступає податкова стратегія та оцінка ефективності її застосування, а також методи впливу на економічну поведінку підприємств. У працях Бідухи М. Т., Нестеренка С. Ф. та Твердомеда А. Г. розглядалося питання оптимізації оподаткування та механізми регулювання податкового навантаження. Формування податкової політики на підприємствах розглядалося в роботах вітчизняних науковців і практиків, таких як: Жук В. М., Поддєрьогін А. М., Козак М. Р., Садовська І. Б. та ін. Такий спектр праць ще раз наголошує на актуальності питання впливу податкової системи України на розвиток та ефективну діяльність фізичної особи – підприємця та підприємства.

Проаналізувавши податкову політику країни, суб'єкти підприємницької діяльності обирають економічну стратегію, яка, своєю чергою, має максимізувати норму прибутку шляхом мінімізації податкових виплат. Для ефективного відтворення важливу роль відіграє податкова система держави, саме вона є достатньо сильним регулятором для оптимізації діяльності підприємств: зростання обсягів виробництва, збільшення капіталовкладень, зростання норми прибутку тощо. Головною проблемою розвитку податкового менеджменту підприємства є податкове регулювання в Україні, адже прийняття нового Податкового кодексу (далі – ПКУ) не принесло очікуваної стабільності [1].

Голова Державної податкової служби України Олексій Любченко у своїй колонці від 29 березня 2021 р. наголошує на тому, що головними принципами нової податкової системи мають бути рівність платників перед законом, прозорість і зручність у взаємодії з податковими органами. Зміни у ПКУ вводяться і дотепер. Не можна ігнорувати негативний вплив на фірми та організації, бо управлінський каркас не встигає зорієнтуватися у нових законах і не може створити оптимальні умови для ефективної діяльності [2].

На 2021 рік існує спрощена та загальна системи оподаткування.

Спрощена система оподаткування знижує податкове навантаження та сприяє інтенсивності діяльності малого підприємництва в Україні, тобто суб'єкти оподаткування сплачують менше внаслідок низьких ставок, що дозволяє фірмам збільшити свій прибуток у декілька разів [3].



Для I групи (річний дохід 1 002 000 грн) звичайна ставка становить 10 % від мінімальної заробітної плати (далі – МЗП) (227,0 грн/міс.). Якщо фізична особа перевищує свій річний дохід, то вона має виплатити підвищену ставку 15 % (у випадках, визначених п. 293.4 ПКУ) або перейти до II чи III групи. Якщо суб'єкт оподаткування має серйозні порушення, то він має добровільно відмовитися від спрощеної системи та надати заяву про перехід на загальну систему не більш ніж через 10 календарних днів до початку нового кварталу. I група не має можливості наймати робітників [4; 5].

Для II групи (річний дохід 5 004 000 грн) звичайна ставка становить 20 % від МЗП (1 200 грн/міс.). Якщо за календарний рік дохід підприємства перевищив 1 320 000 грн, то воно повинно використовувати апаратний або програмний реєстр розрахункових операцій (далі – РРО), якщо перевищення річного доходу в 1 320 000 грн ігнорується, то підприємство штрафується у розмірі 10 % від вартості товару за перший продаж без РРО, за наступні випадки – 50 % від вартості операції без використання РРО. За ПКУ у II групі можна наймати не більше 10 працівників, з якими укладається трудовий договір. Ігнорування обмежень щодо наймання працівників призведе до втрати можливості сплачувати єдиний податок (далі – ЄП). Також II група може отримувати послуги фізичної особи – підприємця (далі – ФОП) за договором цивільно-правового характеру (далі – ЦПХ), їх не вносять до загальної кількості найнятих працівників. За наявності порушень підприємство має подати заяву на перехід від ЄП до загальної системи та сплатити 15 % ЄП. Якщо суб'єкт оподаткування II групи перевищує ліміт річного доходу, то треба сплатити 15 % з суми перевищення ЄП або подати заяву про перехід до III групи. Ігнорування перевищення ліміту річного доходу, найму понад 10 співробітників, або борг за ЄП за два квартали поспіль призведе до переходу на загальну систему [4; 6].

Для III групи (річний дохід 7 002 000 грн) звичайна ставка – 3 % + податок на додану вартість (далі – ПДВ) або 5 % без ПДВ, підвищена – 6 % + ПДВ або 10 % без ПДВ (у випадках, визначених п. 293.5 ПКУ). Згідно з правилами податкової політики перевищення ліміту доходу означає перехід на загальну систему оподаткування. З 1 січня 2021 року для цієї групи не є обов'язковою реєстрація книги обліку, але підприємство має зберігати книгу три роки з моменту від закінчення звітного періоду, в якому був останній запис. Досягнення доходу в 1 320 000 грн передбачає подальше використання РРО. Для III групи немає ніяких обмежень щодо кількості найманих працівників або отримання послуг від ФОП. Відсутність доходу не передбачає сплату податку [4; 7]. Для IV групи (сілгосптоварвиробники) звичайна ставка ЄП передбачена п. 293.9 ПКУ, ставка для платників ПДВ – 75 % (і більше) від доходу. Суб'єкти оподаткування можуть бути звільнені від сплати податків на прибуток підприємств, податку на землю та рентної сплати за використання води. Інші податки сплачуються в загальному порядку [4; 8]. Єдиний соціальний внесок (далі – ЄСВ) для чотирьох груп становить 22 % від МЗП [4].

Загальна система оподаткування для ФОП у 2021 році характеризується податком на доходи осіб (далі – ПДФО) – 18 %, військовим збором – 1,5 %. Якщо доходи суб'єкта оподаткування перевищують 1 000 000 грн, то вони обов'язково мають зареєструватися на сплату ПДВ. Також ФОП виплачує податок на репарацію, якщо дохід отримується нерезидентом в Україні [9]. Зміни у ПКУ вносяться і на сьогодні, податкова система не стала зручнішою, а проблема ухилення від податків залишилася. Шляхом розробки механізмів адаптації до сучасного податкового навантаження суб'єкти оподаткування намагаються мінімізувати сплату податків різними способами для максимізації прибутку у нестабільному податковому середовищі [10]. Питання, пов'язані з явищем ухилення від сплати податків, обговорюється в працях таких учених, як: Баранов С. О., Вишневський В. П., Веткін А. С. та ін.

Однією з причин оптимізації податкових сплат науковці вважають небажання сплачувати додаткові проценти за найманих працівників. Замість офіційного працевлаштування співробітників, управлінський каркас фірми обирає залучити ФОП та оформити ЦПХ; таким чином, підприємство не тільки скорочує суму, що треба сплатити до державного бюджету, але й зменшує відповідальність охорони здоров'я та забезпечення сприятливих умов для праці. Перевагами таких відносин є уникання податку на дохід фізичної особи (18 %) та військового збору (1,5 %). Таким чином, видатки фірми зменшуються на 19,5 %, бо обов'язковий податок сплачують самі ФОП, а вартість послуг може збільшуватися на розмір ЄСВ та розмір ЄП (згідно з групою оподаткування). Така оптимізація є законною, але суб'єкти оподаткування починають зловживати униканням трудових відносин [11].

Найбільш поширеною зі схем ухилення від податків економісти вважають офшорні компанії та конвертаційні центри. Конвертаційні центри виступають фіктивними фірми, а офшорні компанії стають плацдармом для так званої «оптимізації» оподаткування, оскільки на законодавчому рівні ці компанії не є офіційно



забороненими. Великого збитку завдає контрабанда та незареєстроване підпільне виробництво (контрафакт) [12]. Голова Державної податкової служби України зазначає, що боротьба з ухиленнями від податків набирає оберти і далека від завершення.

За оцінками Державної податкової служби України, втрати, що понесла держава від такої системи оптимізації, становить близько 7,7 млрд дол. США на рік: зарплата в «конвертах» – 4,3 млрд дол., і конвертаційних центрів – 1,5 млрд, офшори – 0,8 млрд, підакцизні товари – 1,0 млрд, збитки державних підприємств – 0,1 млрд дол. Проблема ухилення від податків залишається актуальною, доки податкова система України не створить умови для ефективної діяльності підприємств [1].

Висновок. Основною проблемою сучасного підприємства є невизначеність дії з регулювання механізмів своєї економічної діяльності та формування системи податкового менеджменту. На мікрорівні податкова політика визначається як перелік заходів, що проводиться з метою оптимізації своєї поведінки з питань сплати податкових платежів.

Суб'єкти оподаткування обирають систему сплати податків, керуючись видом та інтенсивністю своєї діяльності. На спрощеній та загальній системі оподаткування ФОП та підприємства повинні обережно планувати свою діяльність та пильнувати за тим, щоб усі умови для перебування у тій чи іншій групі оподаткування було не тільки можливими, але й ефективними.

Недосконала податкова політика держави негативно впливає на здатність до розробки та вдосконалення власної податкової політики. Питання взаємодії між платниками податку та державою залишається актуальним і потребує подальшого дослідження.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пивавар І. В.

Література: 1. Слав'янська Н. Г. Податкова стратегія підприємства і оцінка ефективності її застосування. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/54863/5/PodatYeris.pdf>. 2. Колонка Голови Державної податкової служби України Олексія Любченка. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/kolonka-golovi-derzhavnoyi-podatkovoyi-sluzhbi-ukrayini-oleksiya-lyubchenka-u-vidanni-dzerkalo-tizhnya-29-bereznya-2021-r>. 3. Спрощена система оподаткування URL: <https://taxer.ua/uk/kb/usn>. 4. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>. 5. Перша група єдиного податку. URL: <https://journal.ostapp.com.ua/articles/post/1-a-gruppa-en>. 6. Друга група єдиного податку. URL: <https://journal.ostapp.com.ua/articles/post/2-a-gruppa-edinogo-naloga>. 7. Третя група єдиного податку. URL: <https://journal.ostapp.com.ua/articles/post/predprinimatel-na-3-j-gruppe-edinogo-naloga>. 8. Четверта група єдиного податку. URL: <https://uteka.ua/ua/publication/agro-4-nalogooblozhenie-selхозpredpriyatij-12-chetvertaya-gruppa-platelshhikov-edinogo-naloga>. 9. ФОП на загальній системі оподаткування 2021. URL: <https://www.golovbukh.ua/article/7066-fop-na-zagalny-sistem-opodatkuvannya>. 10. Яструбецька Л. Проблеми та перспективи удосконалення системи податкового обліку в Україні. URL: http://old.franko.lviv.ua/faculty/ekonom/Form_Rynk_Econ/2009_19/72_Yastrubetska.pdf. 11. Використання праці неоформлених працівників. URL: <http://www.visnuk.com.ua/uk/publication/100007959-vikoristannya-pratsi-neoformlenikh-pratsivnikiv>. 12. Ухилення від сплати податків. URL: <https://acwalks.com.ua/knowledgebase/ukhylennia-vid-opodatkuvannia/>.





ПРОЦЕСИ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

УДК 331.56

Сбітнева С. В.

Студент 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У наш час нічого не стоїть на місці, та весь час проходять певні зміни, цифрові технології все тісніше проникають у життя як рядових громадян, так і всього суспільства. У цій статті розглянуто таке поняття, як діджиталізація, визначено його сутність, проведено аналіз його ролі у житті нашої держави, у тому числі у сфері економіки.

Ключові слова: діджитал-економіка, інноваційні фінансові технології, інформаційно-комунікаційні технології, грід-технології, діджиталізація суспільства.



Annotation. Nowadays, nothing stands still, and certain changes are taking place all the time, digital technologies are increasingly penetrating the lives of both ordinary citizens and society as a whole. This article considers such a concept as digitalization, defines its essence, analyzes its role in the life of our state, including in the field of economy.

Keywords: digital economy, innovative financial technologies, information and communication technologies, grid technologies, digitalization of society.



Актуальність теми дослідження. Наразі ми живемо у середовищі, яке постійно змінюється під впливом поширення цифрових технологій, які є основною вимогою до створення конкурентоспроможної держави у XXI столітті. Цей процес має назву «діджиталізація».

В англійській мові відокремлюють «digitalization» і «digital transformation» як два різні терміни, серед яких «digitalization» є найменш чітко визначений. Ситуативно він може бути визначений як синонім другого терміна, так і означати щось проміжне між ними.

У найбільш широкому значенні діджиталізація – це реорганізація будь-чого за допомогою цифрової комунікації і автоматизації. При цьому може йтися як про зміни в суспільному житті, так і про бізнес-процеси в організаціях. Якщо зміни мають системний характер, тоді кажуть про цифрову трансформацію.

Що стосується цифрової трансформації у сфері економіки, то термін «діджитал-економіка» (digital economy) був введений у науковий обіг ще в 1995 р. американським ученим Н. Негропonte, проте це поняття досі трактується багатьма фахівцями неоднозначно. Зокрема, діджитал-економіка співвідноситься зі знанневою, інформаційною або мережевою економікою.

Узагальнюючи, діджиталізація – це інформація, а саме оцифрування значних обсягів знань і даних, що зумовлює якісні зміни в поведінці суб'єктів господарювання. Тобто відбувається інтеграція реальних господарських відносин у віртуальний простір. Аспекти становлення та розвитку цифрової економіки детально розглянуті в працях таких дослідників, як В. Айзексон, Б. Ларралде, А. Тоффлер, Х. Тоффлер, Р. Хаген, А. Швієнбахер, Т. Шольц.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку національної економіки особливої уваги потребує саме прикладний аспект діджиталізації. Нам, як доволі молодій ринковій державі, що відстає у розвитку через своє радянське минуле та недовгу історію незалежності, звісно, бракує досвіду у сфері застосування цифрових технологій у усіх сферах. Проте зараз керівництво країни взяло впевнений курс на діджиталізацію. З метою прискорення поступу інформаційно-комунікативної технології в нашій країні в січні 2018 р. затверджено Концепцію розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки. Це свідчить про вихід цифрової трансформації за галузеві межі, створює нормативні передумови для покращення технологічного базису суспільства.



Метою роботи є статистичне дослідження розвитку процесу діджиталізації у практиці діяльності підприємств національної економіки.

Вклад основного матеріалу. Порівняно з недалеким минулим зараз інформаційні технології у вітчизняній економіці набувають дедалі розповсюдженого характеру. Зокрема, за оцінкою інформаційного суспільства в Україні близько 50 % населення користується Інтернетом, динаміка цього явища є постійно зростаючою. Відповідно до дослідження Universal McCann [7], 81 % українських користувачів зареєстровано нині мінімум у одній соціальній мережі. Для порівняння: у США цей показник дорівнює 65 %. Незважаючи на провідні позиції національної економіки в рейтингах користування всесвітньою мережею, тільки 17 % вітчизняних виробництв застосовують інтернет-інновації (для порівняння: в середньому по ЄС – 49 %). Водночас у національному АПК додана вартість на одного працівника становить 7 тис. дол. США (ЄС – 25,6 тис. дол.), у промисловості – 10 тис. дол. (75,8 тис. дол.).

Наведені вище факти беззаперечно свідчать про те, що діджиталізація в Україні набирає все більших обертів, цифрові технології стають все більш поширеними майже у всіх сферах життя. Ще одним стимулом для цього процесу стала пандемія та запроваджені на території всієї держави у березні 2020 року карантинні заходи.

Наприклад, зараз є велика кількість інтернет-порталів, що надають онлайн-послуги у сфері економіки: сайт пенсійного фонду, де можна дізнатися усі свідчення стосовно себе відносно нарахування пенсійних відрахувань, сплати податків тощо; сайт податкової служби, де можна замовити довідки онлайн, а забрати у відділенні; сайти державних та недержавних банків і їх веб-додатки, які надають майже весь асортимент послуг: переказ та отримання грошових переказів, замовлення довідок, сплата комунальних платежів, тощо.

Для підтвердження вищенаведених фактів скористаємося даними, наведеними у розділі «Інформаційне суспільство» на сайті Державного управління статистикою України. Як інформаційне підґрунтя дослідження процесів діджиталізації в Україні використовуємо основні індикатори напрямку «використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах», оскільки саме ця сфера в останній час зазнала найбільш сильної цифрової трансформації.

Нижче наведено зведену діаграму, яка демонструє динаміку одразу двох основних показників, які характеризують наявність проведення цифрової трансформації у цій сфері – кількість підприємств, що використовують комп'ютери, та кількість працівників, що використовують комп'ютери. Найбільш актуальні дані на сайті Державного управління статистикою України наведені за період 2017–2019рр, тому нижче буде проаналізовано дані саме за цей період часу.

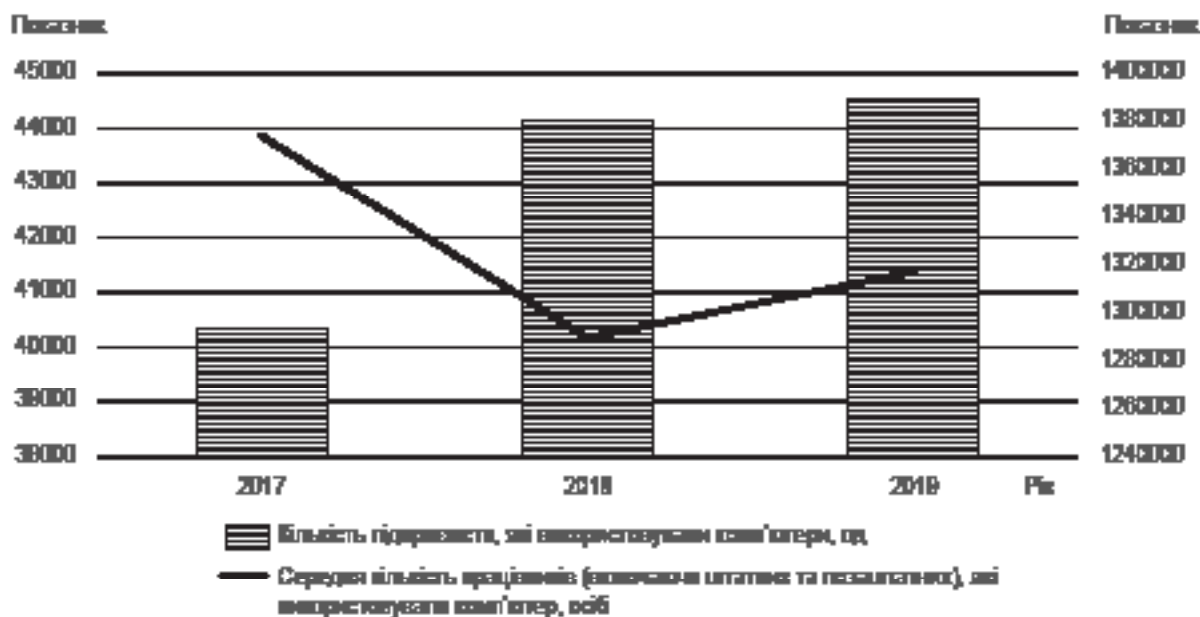


Рис. 1. Використання цифрових технологій у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування



Як можна побачити на рис. 1, стрімкий стрибок кількості підприємств, що використовують комп'ютери, та кількості працівників, що використовують комп'ютери, відбувся у 2018 році – саме у цьому році на розвиток інфраструктури України спрямовано понад 86 мільярдів гривень, у тому числі на діджиталізацію підприємств. У 2019 році порівняно з 2018 роком, зростання показників сповільнилося, проте все ще прослідковується чітка тенденція до збільшення. В цілому, порівнюючи 2017 та 2019 роки, можна зробити висновок, що кількість підприємств, що використовують комп'ютери, у 2019 році відносно 2017 року зросла на 107 %, а кількість працівників – на 117 %.

Для того, аби остаточно підтвердити тезис стосовно стрімкого проведення цифрової трансформації, проаналізуємо динаміку кількості підприємств, де використовують комп'ютери у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування в цілому (рис. 2).

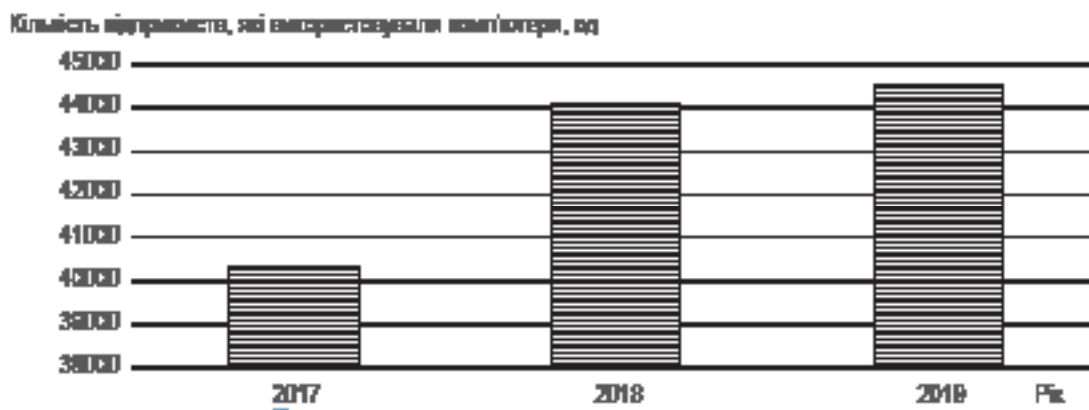


Рис. 2. Використання цифрових технологій у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування

Як можна побачити, на рис. 2 також спостерігається стрімкий стрибок зростання кількості підприємств, що використовували комп'ютери у 2018 році, та сповільнення зі збереженням тенденції до зростання у 2019 р. Тому можна казати про те, що в останні роки у нашій країні приділяється достатньо уваги впровадженню діджиталізації у сферу виробництва. Цей факт також підтверджує те, що у нашій країні відбувається такий важкий процес, як цифровізація.

Також з 2019 року в Україні було створено Міністерство цифрової трансформації – центральний орган виконавчої влади, який відповідає за формування та реалізацію державної політики у сфері цифровізації, відкритих даних, національних електронних інформаційних ресурсів, інтероперабельності – взаємодії мережевих систем бази уніфікованих інтерфейсів або протоколів, впровадження електронних послуг і розвиток цифрової грамотності громадян. Це Міністерство, крім усього зазначеного вище, запустило додаток «Дія», у якому зібрані усі електронні версії документів, які нещодавно набули законної чинності та є повноправними у межах держави.

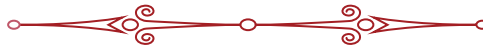
У лютому 2021 року Мінцифри визначило стратегічні кроки та сформувало пакет пропозицій розвитку цифрової економіки в Україні до 2030 року. У цьому пакеті зазначено, що серед основних стратегічних напрямів розвитку цифрової економіки – розвиток цифрової інфраструктури, цифрових навичок, сектора інформаційно-комунікаційних технологій, цифровізація сфер життя та секторів економіки. Національна економічна стратегія розробляється робочою групою Кабінету Міністрів на платформі Центру економічного відновлення.

Висновок. Таким чином, можна впевнено казати про те, що цифровізація економіки Україні наразі є одним із перспективних напрямків розвитку. Вже зараз запущено безліч проектів, за останні три роки діджиталізація у швидкому темпі почала набирати обертів та, відповідно до проектів Міністерства цифрової трансформації, у найближче десятиліття цей темп лише прискорюватиметься.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Раєвнева О. В.



Література: 1. Гудзь О. Є. Цифрова економіка: зміна цінностей та орієнтирів управління підприємствами. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2018. № 2 (24). С. 4–12. 2. Про концепцію розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17.01.2018 № 67-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/pras/pro-shvalennya-konceptsiyirozvitku-cifrovoi-ekonomiki-tasuspilstva-ukrayini-na-20182020-roki-ta-zatverdzhennya-planuzahodiv-shodo-yiyi-realizaciyi>. 3. Про Концепцію Національної програми інформатизації : Закон України від 11.08.2013 № 75/98. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/75/98-%D0%B2%D1%80>. 4. Коляденко С. В. Цифрова економіка: передумови та етапи становлення в Україні та світі. *Економіка. Фінанси. Менеджмент : актуальні питання науки і практики*. 2016. № 6. С. 105–112. 5. Краус Н. М., Клаус К. М. Інноваційне табло України. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2017. № 6. URL: <http://www.easterneuropeebm.in.ua/6-2017-ukr>. 6. Соколова Г. Б. Деякі аспекти розвитку цифрової економіки в Україні. *Економічний вісник Донбасу*. 2018. № 1 (51). С. 92–96. 7. Бондаренко Т. О. Популяризація науки у вітчизняному медіа-просторі. *Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації*. 2012. № 1. С. 4–8.



ТЕХНОЛОГІЯ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.14.17

Семенченко Н. Ю.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Запропоновано технологію аналізу фінансових ресурсів на підприємстві з використанням методології IDEFO. Розглянуто етапи аналізу фінансових ресурсів підприємства. Наведено показники для оцінки формування та використання фінансових ресурсів підприємства.

Ключові слова: фінансові ресурси, аналіз, фінансовий стан, господарська діяльність, прибуток, фінансовий менеджмент, фінансові показники.



Annotation. The technology of the analysis of financial resources at the enterprise with use of the Ramus software is offered. The stages of the analysis of financial resources of the enterprise are considered. Indicators for assessing the formation and use of financial resources of the enterprise are given.

Keywords: financial resources, analysis, financial condition, economic activity, profit, financial management, financial indicators.



Фінансові ресурси – це найважливіший чинник економічного розвитку підприємства та економічного зростання в країні. Фінансові ресурси підприємства забезпечують безперервність процесу виробництва та реалізації продукції. Для забезпечення економічного зростання як на макро-, так і на мікрорівнях підприємство повинно виважено керувати фінансовими ресурсами, зокрема ефективно їх формувати та використовувати. Адже саме від цього залежить фінансова стабільність держави.

Аналізу сутності та оптимізації фінансових ресурсів присвячені праці таких відомих вітчизняних вчених, як М. М. Берест [1], Є. М. Бойко [2], Л. В. Бражнік [3], Т. О. Журавльова [4], А. А. Молдован [6], Н. Г. Пігуль [7]



та ін. Однак на сьогодні залишаються нерозглянутими деякі аспекти цього питання, саме тому подальше дослідження сутності та оптимізації фінансових ресурсів є актуальним.

На сьогодні не існує єдиної думки щодо сутності фінансових ресурсів. Так, А. А. Молдован трактує фінансові ресурси як грошові фонди, що створюються в процесі розподілу, перерозподілу і використання валового внутрішнього продукту, який створюється протягом певного часу в державі. Також автор проводить глибокий аналіз сутності фінансових ресурсів на рівні державних фінансів, що і відбивається в розгляді фінансових ресурсів як грошових фондів [6, с. 331].

Л. В. Бражнік під фінансовими ресурсами розуміє лише фондову частину коштів, що створена в результаті розподілу та перерозподілу валового внутрішнього продукту, тобто ті кошти, що вперше надходять у розпорядження підприємства та амортизаційні відрахування [3, с. 779].

Автор пропонує трактувати фінансові ресурси як власний та залучений грошовий капітал підприємства, його найбільш ліквідні активи, що поступають на підприємство за результатами операційної, інвестиційної та фінансової діяльності та призначені для виконання фінансових зобов'язань, здійснення поточних витрат, а також здійснення комплексу інших заходів з метою забезпечення ефективності подальшого розвитку підприємства.

Для того щоб налагодити більш якісний процес фінансового аналізу на підприємстві, необхідно розробити технологію проведення аналізу фінансових ресурсів, яка б дала змогу визначити ефективні шляхи оптимізації використання фінансових ресурсів підприємства та отримання максимального прибутку з кожної вкладеної у діяльність підприємства грошової одиниці. Технологію проведення аналізу фінансових ресурсів доцільно здійснювати на основі IDEF0 моделювання.

IDEF0 – методологія функціонального моделювання і графічна нотація, призначена для формалізації і опису бізнес-процесів. Відмінною особливістю IDEF0 є її акцент на підпорядкованість об'єктів. В IDEF0 розглядаються логічні відносини між роботами, а не їх тимчасова послідовність (потік робіт) [5, с. 32].

Наведемо у вигляді діаграми процес аналізу фінансових ресурсів підприємства (рис. 1). Інформаційна база моделі представлена формою 1 «Баланс» та формою 2 «Звіт про фінансові результати». Методичне забезпечення модельованого процесу складається з методичного забезпечення та нормативно-правової бази. Аналіз фінансових ресурсів на підприємстві здійснюють фінансовий аналітик і головний фінансист.

Аналіз структури та динаміки капіталу проводиться на основі вертикального та горизонтального аналізу Пасиву підприємства (Форми 1 «Баланс»).

Аналіз показників фінансової стійкості містить у собі розрахунок таких головних коефіцієнтів: показника фінансової залежності, коефіцієнта фінансової незалежності (автономії), коефіцієнта концентрації позикового капіталу, коефіцієнта концентрації поточної заборгованості, коефіцієнта фінансового левериджу (фінансового ризику), коефіцієнта забезпечення запасів власним капіталом, коефіцієнта маневреності оборотних активів, коефіцієнта маневреності власного капіталу, коефіцієнта маневреності позикового капіталу [4, с. 44].

Аналіз платоспроможності підприємства оснований на розрахунку коефіцієнта фінансування, коефіцієнта забезпеченості власними коштами та коефіцієнта співвідношення власних та позикових коштів.

На основі розрахованих груп показників формуються результати аналізу фінансових ресурсів підприємства.

Таким чином, аналіз фінансових ресурсів підприємства полягає в рішенні трьох взаємопов'язаних завдань. Перша полягає в отриманні невеликої кількості ключових (найбільш інформативних) параметрів, що дають об'єктивну картину про фінансовий стан.

Друге завдання включає в себе розрахунок показників, що характеризують стан фінансових ресурсів на підприємстві. Третім завданням є формування аналітичних висновків і надання рекомендацій щодо покращення загального фінансового стану в цілому й ефективності використання фінансових ресурсів зокрема.

Основою ефективною методики аналізу фінансових ресурсів підприємства є здійснення процедур у відповідній послідовності і в повному обсязі, що дозволить повно оцінити ефективність і якість процесів формування, використання і розміщення фінансових ресурсів підприємства.

Отже, в системі управління підприємством аналіз формування і використання фінансових ресурсів є одним із найважливіших елементів. Тому автором було запропоновано послідовну схему аналізу фінансових ресурсів підприємства.

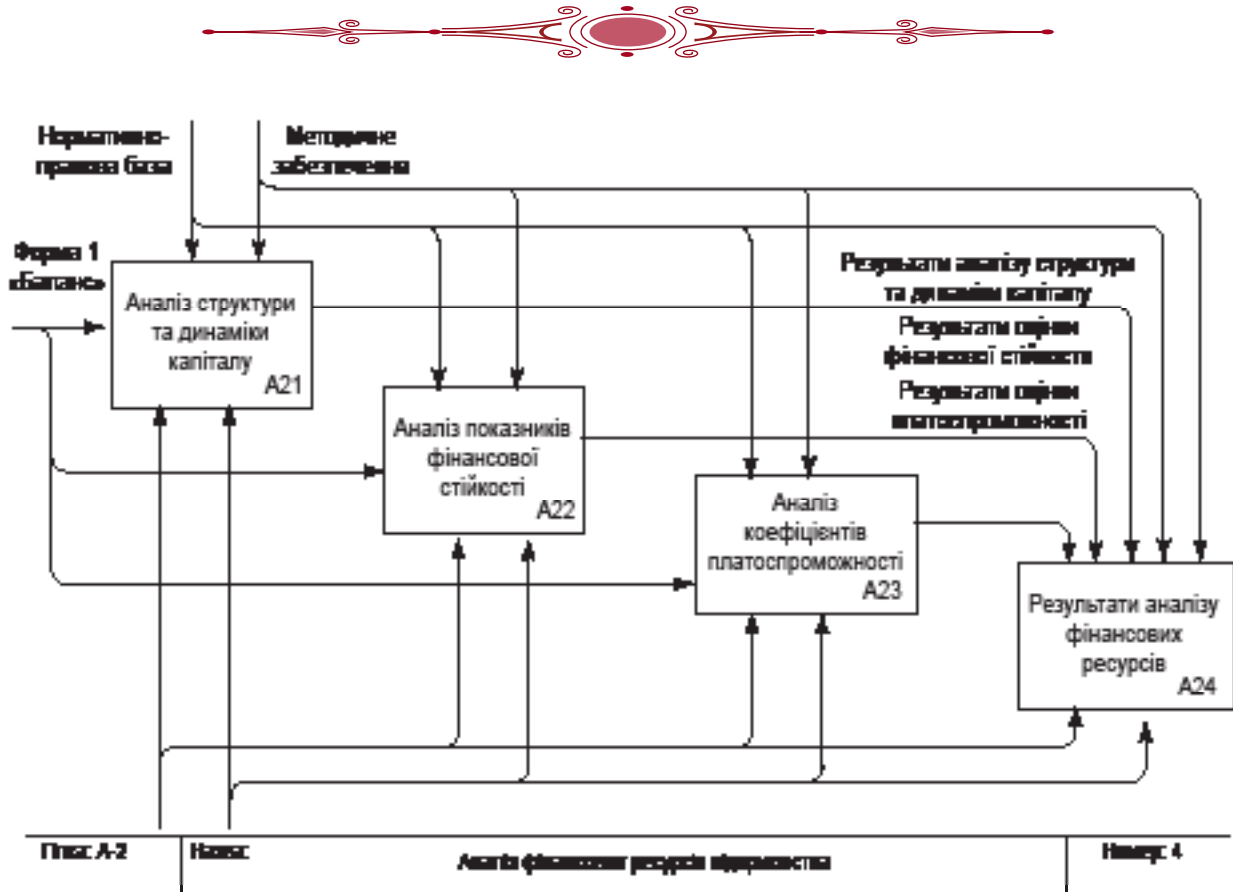


Рис. 1. Декомпозиція блоку «Аналіз фінансових ресурсів підприємства»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Сабліна Н. В.

Література: 1. Берест М. М., Меренкова Л. О. Оцінка та аналіз факторів впливу на фінансову стійкість підприємств машинобудування. *Economics of Development*. 2019. Vol. 18. Issue 3. С. 1–11. 2. Бойко Є. М. Сучасний стан та проблеми процесу формування фінансових ресурсів підприємства в Україні. *Молодий вчений*. 2016. № 5. С. 15–16. 3. Бражнік Л. В. Фінансові ресурси підприємства: їх формування та використання. *Економіка і суспільство*. 2018. № 14. С. 778–783. 4. Журавльова Т. О. Формування фінансових ресурсів підприємства в умовах кризи. *Економіка та держава*. 2020. № 3. С. 42–45. 5. Мелентьева О. В. Формальні методи побудови діаграм логістичних бізнес-процесів. *Автоматизація технологічних і бізнес-процесів*. 2016. № 4. С. 30–35. 6. Молдован А. А. Фінансові ресурси підприємства. *Міжнародний журнал прикладних наук і технологій «Integral»*. 2018. № 4. С. 329–333. 7. Пігуль Н. Г., Клименко А. В. Аналіз фінансової стійкості підприємств України. *Приазовський економічний вісник*. 2019. Вип. 1. С. 186–190.



ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА ПРОЦЕСИ МІЖНАРОДНОЇ МІГРАЦІЇ РОБОЧОЇ СИЛИ

УДК 339.9

Сиводід А. С.

Студент 2 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Охарактеризовано гіпотезу про вплив глобалізації на світову робочу силу. Розглянуто феномен міграції, викликаної головним чином економічним фактором. Виявлено, що глобалізація матеріалізується через міграцію, має зональні особливості, хоча цей процес в самому розпалі.

Ключові слова: глобалізація, міграція, демографічне старіння, робоча сила, заробітна плата.



Annotation. This article describes the hypothesis of the impact of globalization on the global labor force. The phenomenon of migration caused mainly by the economic factor is considered. It is revealed that globalization materializes through migration, has zonal features, although this process is in full swing.

Keywords: globalization, migration, demographic aging, workforce, salary.



Сучасне суспільство вступило в нову фазу, в якій природа природних ресурсів стала напруженою, як стверджує німецький дослідник Ульріх Бек. Загроза виснаження багатьох природних ресурсів стала незаперечною реальністю. Він визнає, що модернізація суспільства є основною силою глобалізації.

Незалежно від того, наскільки важливі в кінцевому результаті політичні, культурні, екологічні фактори, саме економіка визначає еволюцію процесу глобалізації. Для одних глобалізація ототожнюється з «американізацією», інші пов'язують цей термін з підвищенням значущості світового ринку, в той час як третя категорія використовує це поняття, що свідчить про актуальність обраної теми.

У дослідження цієї теми важливі внески зробило багато як українських, так і зарубіжних учених, а саме: Я. Галицька, А. Колот, С. Бандура, Л. Лісогор, В. Козар, В. Приймак.

Мета статті полягає у виявленні впливу сучасного феномену глобалізації на робочу силу і визначенні того, якими основними факторами обумовлений феномен міграції.

Термін «глобалізація» виник десь у 1960-х роках і почав використовуватися все частіше і частіше в кінці 1980-х років, поступово стаючи концепцією 1990-х років. Глобалізація з самого початку не отримала чіткого визначення, до неї підходили з різних точок зору. Можна сказати, що глобалізація – це процес розширення, поглиблення і прискорення глобальних взаємозв'язків у всіх аспектах сучасного соціально-економічного життя.

У науці цьому поняттю надають таке визначення: глобалізація – це процес прискорення розвитку взаємозв'язків в усіх сферах людської діяльності та перетворення їх на суцільну планетарну метасистему [1, с. 10].

Феномен глобалізації можна охарактеризувати двома вимірами:

- інтенсивність – фокусується на збільшенні взаємозв'язку і взаємозалежності, взаємодіях і транснаціональних потоках.
- амплітуда – підкреслює географічне охоплення явища. Як локалізація це означає дезінтеграцію, незалежність, замкнутість і означає опозиційний націоналізм/регіоналізм, просторове розширення, сепаратизм, гетерогенність.

Концепція глобалізації взаємопов'язана з галуззю міжнародної міграції, маючи на увазі, зокрема, переміщення людей між регіонами і континентами, будь-то міграція в пошуках роботи, діаспори або кращого життя.



Процес глобалізації, що розглядається з точки зору міграції, є давнім явищем, що передувало утворенню національних держав. Рух найманих працівників, що реагують на ринкові сили (попит і пропозиція), є важливим аспектом масового переміщення людей у всьому світі. Але феномен міграції також перетинається з політичною, культурною та військовою силою, оскільки глобальні або регіональні моделі міграції різноманітні.

Сучасна міграція – це швидко поширюване явище, основною рушійною силою якого є глобалізація. За даними відділу народонаселення ООН, в цей час міжнародна міграція налічує близько 200 мільйонів людей, що вдвічі більше, ніж 25 років тому [2].

Загальний рух населення складається з природного руху та міграційного руху. Населення країни змінює свою чисельність не тільки в результаті народжуваності і смертності, але і в результаті імміграції та еміграції.

Щодо офіційних кордонів країни міграція може бути:

- внутрішня міграція: переміщення населення в межах однієї країни.
- зовнішня (міжнародна) міграція: рух населення через державні кордони, який пов'язаний зі зміною місця проживання [3].

Щодо місця призначення, відповідно до місця походження використовуються терміни:

- імміграція: міграція, що розглядається з точки зору місця призначення.
- еміграція: міграція, що розглядається з точки зору місця походження.

Люди, включені в ці міграційні потоки, називаються іммігрантами та емігрантами відповідно.

Що стосується визначення стану «мігранта», то загальноприйнятого і дійсного визначення не існує, але визначення, дане організацією Об'єднаних Націй, дуже доречно: «будь-яка особа, яка змінює свою територію, де вона зазвичай проживає». Таким чином, туристи і ділові люди не потрапляють в цю категорію, оскільки їх подорожі не припускають зміни звичайного місця проживання.

У ході дослідження було виявлено основні причини та фактори прояву міграційного феномену: нерівність у заробітній платі – навіть якщо при прийнятті рішення про міграцію не можна нехтувати впливом неекономічних факторів, основною причиною, по якій люди залишають (тимчасово або постійно) країну походження, є відмінності в доходах між районом походження і місцем призначення. Нерівність у заробітній платі на міжнародному рівні надзвичайно яскраво виражена і виправдовує перехід з найбідніших регіонів світу в найбагатші. Ці відмінності в рівнях доходів є основною причиною транскордонної міграції [4, с. 225].

Несприятливі соціальні умови в країні серйозно впливають на масштаби міграційного явища, а саме: рівень безробіття, бідність, темпи зростання, рівень інвестицій, корупція, рівень довіри до державних інститутів, існуючий політичний режим, його здатність оптимально вирішувати проблеми людей. У періоди рецесії, які переживає держава, бажання її громадян емігрувати зростає.

Крім того, в тоталітарних політичних режимах (таких як комуністичний) міграція людей підживлювалася політичними причинами. Конфлікти або війни змушують людей мігрувати в пошуках більш безпечних країн.

Політика, що проводиться розвиненими державами в напрямку залучення іммігрантів, являє собою важливий фактор, сприятливий для міграції. Вона економічно обґрунтована і спрямована на покриття дефіциту на ринку праці, а також спрямована, зокрема, на залучення висококваліфікованих іммігрантів (витік умів).

Скорочення транспортних і комунікаційних витрат, очевидно, сприяє транскордонній міграції. Переміщення людей стимулюється не тільки зниженням транспортних і комунікаційних витрат, а й збільшенням швидкості передачі інформації, швидкості з'єднань між різними частинами Земної кулі. Зв'язки іммігранта з його сім'єю і країною походження стають легше. Виникає нова культура мобільності, підтримувана новими засобами масової інформації, і, таким чином, концепція «транснаціонального співтовариства» набуває все більшого значення в реальності. Зв'язки між людьми розширюються, кордони стають більш проникними, а подорожі стають набагато швидше і дешевше.

Бідність, відсутність можливостей, нерівність у власній країні – ось коріння, з яких розвивається міграція. Корінні причини переміщення населення по всьому світі, як і раніше, важко усунути. Однак, підвищуючи обізнаність осіб, які приймають державні рішення, можна прогнозувати наслідки міграції, як позитивні, так і негативні, в глобальному масштабі.

Існування міграції обумовлено не тільки бідністю і нерівністю. Країни, що приймають іммігрантів, стикаються з безпрецедентним процесом демографічного старіння. Потреба в робочій силі в розвинених країнах для покриття дефіциту на ринку праці означає залучення іммігрантів. Наслідки глобалізації сприятливі для



підтримки міграційних потоків у всьому світі. Багаті країни будуть, як і раніше, привабливі для бідних країн світу, і комерційна міграція людей відзначатиме багато компонентів соціального життя. Незаконна міграція буде збільшуватися, незважаючи на посилення зусиль і заходів контролю з боку розвинених країн [5, с.163].

Географічна близькість між державами є ще одним фактором, що впливає на масштаби і характер міграції. Географічна близькість накладає свій відбиток тим сильніше, чим більше відмінностей у розвитку між державами і чим вільніше рух. Географічний фактор відіграє особливо важливу роль у підтримці сезонної міграції, наприклад, між Мексикою та США, між Марокко та Іспанією, між Румунією та Угорщиною або ж між Україною та Польщею. Географічна близькість є елементом, який стимулює циркуляційну трудову міграцію, а не постійну міграцію.

Демографічне старіння є структурною причиною, що підживлює глобальну міграцію. Багаті держави також найбільшою мірою страждають від цього явища, в той час як у менш розвинених країнах проживає велика кількість молоді. Оскільки міграція пов'язана з молодим населенням, очевидно, що це демографічне старіння вирішується за рахунок міграції молодих людей з бідних країн. [5, с. 352].

Збільшення частки літнього населення тягне за собою безліч наслідків, від необхідності заміни робочої сили до появи нових робочих місць у сфері соціальної допомоги.

Проаналізувавши статистику даних з відношенням населення віком 60 років до загальної чисельності населення, можна зробити прогноз, що до 2050 року близько 26 % населення світу буде у віці 60 років і старше. З 1975 року в розвинених країнах частка літніх людей була вищою, ніж у країнах, що розвиваються (рис. 1) [6].

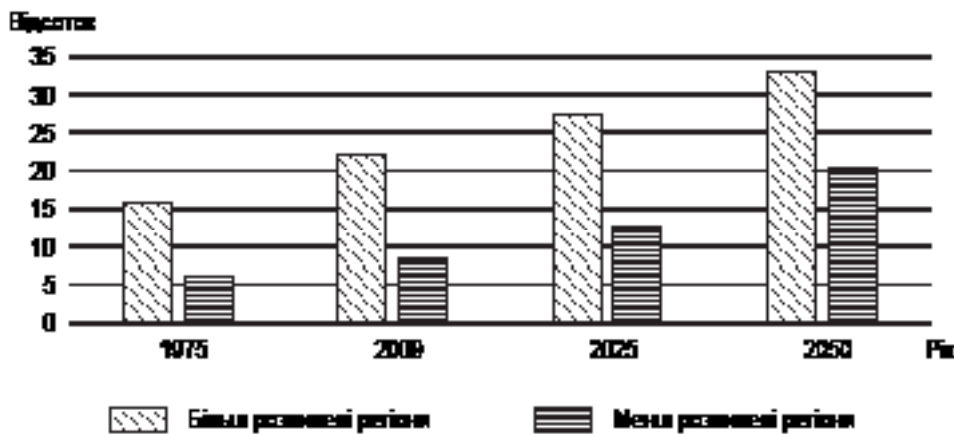


Рис. 1. Населення у віці 60 років, у % від загальної чисельності населення 1975–2050 рр.

Треба зазначити, що глобалізація стала сучасним явищем великої складності, яке не має належного визначення, але включає в себе безліч процесів, націлених на різні соціальні сфери.

Економічна глобалізація може насамперед вплинути на кількість робочих місць, наявних в економіці, і, таким чином, вплинути на ключові макроекономічні змінні, такі як рівень безробіття і співвідношення зайнятості до чисельності населення. Але проблема ускладнюється тим фактом, що вплив може бути різним на мікроекономічному і макроекономічному рівнях, а також у короткостроковій / довгостроковій перспективах.

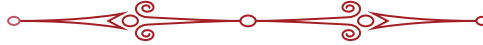
Економічна глобалізація і зайнятість взаємодіють один із одним. Поліпшення умов на ринку праці потребує переорієнтації політики в галузі розвитку на національному рівні на глобальний рівень.

Отже сьогодні, у все більш взаємопов'язаному світі, міжнародна міграція стала реальністю, яка охоплює майже всі куточки світу. Сучасний транспорт зробив мобільність людей більш доступною, дешевою і швидкою. Водночас конфлікти, бідність, нерівність і відсутність гідної роботи є одними з причин, що змушують людей залишати свої будинки в пошуках кращого майбутнього для себе і своїх сімей.

За підтримки відповідної політики міграція може сприяти сталому та інклюзивному економічному зростанню та економічному розвитку в домашніх і приймаючих державах.



Література: 1. Шталь Т. В., Доброскок Ю. Б., Тищенко О. О., Проскурніна Н. В., Світлична Ю. О. Глобальна економіка : навч. посіб. Харків : Форт, 2016. 358 с. 2. Global Migration Database. URL: <https://www.un.org/development/desa/pd/data/global-migration-database>. 3. Міграційні процеси: сутність, причини, види та показники міграції. URL: <https://buklib.net/books/27309/>. 4. Населення України. Трудова еміграція в Україні. Київ : ІДСД ім. М. В. Птухи НАН України, 2010. 233 с. 5. Юськів Б. М. Глобалізація і трудова міграція в Європі : монографія. Рівне : Вид. О. М. Зень, 2009. 476 с. 6. Як зростатиме і старішатиме населення світу. URL: <https://www.bbc.com/>.



АНАЛІЗ ДЕМОГРАФІЧНОЇ СИТУАЦІЇ В УКРАЇНІ

УДК 314.06

Скляренко С. С.

Студент 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті досліджено демографічну ситуацію в Україні, головні причини появи демографічної кризи, її наслідки та вплив на поточний та перспективний стан країни. Запропоновано ймовірні напрямки вирішення заявленої проблеми.

Ключові слова: населення, демографічна ситуація, демографічна криза, народжуваність, смертність.



Annotation. The demographic situation in Ukraine, the main causes of the demographic crisis, its consequences, and its impact on the current and future state of the country are considered. Probable directions of the decision of the declared problem are offered.

Keywords: population, demographic situation, demographic crisis, birth rate, mortality.



Демографічний фактор є одним із визначальних для забезпечення стабільного та безпечного розвитку будь-якої держави, а проблему оптимального демографічного розвитку слід розглядати як першочерговий стратегічний інтерес держави, як фактор та результат її функціонування.

Народонаселення разом з природними умовами і ресурсами та способом виробництва матеріальних благ є основою матеріального життя суспільства. Взаємодія людей за допомогою засобів виробництва, з одного боку, та предметів праці – з іншого, забезпечує матеріальне виробництво. Населення проживає у певному географічному середовищі і здійснює виробництво матеріальних благ відповідно до наявних природних ресурсів. Розвиток народного господарства будь-якої країни можливий лише за певної чисельності населення, яке здійснює виробництво товарів і послуг, необхідних для власного життя суспільства. Виробництво засобів існування та послуг становить суть господарювання людей. Без цього існування суспільства неможливе. З огляду на це, кожна держава прагне забезпечити себе необхідними трудовими ресурсами та мати відповідний людський потенціал задля розвитку та процвітання. Саме тому актуальним нині є моніторинг стану демографічної ситуації в країні та визначення наявних загроз.

Роль демографічного фактору країни як основи суспільного виробництва полягає в тому, що він виступає споживачем матеріальних благ, а отже, зумовлює розвиток насамперед галузей, які орієнтуються у своєму



розміщенні на споживача. Однак найважливішою характерною рисою народонаселення є те, що воно є природною основою формування трудових ресурсів, найголовнішим елементом продуктивних сил, які відіграють вирішальну роль як фактор розміщення трудомістких галузей господарства.

Вивченням проблеми демографічної ситуації України займається Інститут демографії та соціальних досліджень НАН України. Дослідженню впливу демографічної ситуації на економіку держави присвячено багато наукових праць вітчизняних вчених, серед яких С. Біляцький, А. Хахлюк, О. Богущький, С. Вовканич, І. Голубева, І. Прибиткова та ін. [1].

Актуальність теми дослідження цієї статті визначається тим, що людина є, з одного боку, активною продуктивною силою, що своєю трудовою діяльністю забезпечує виробництво матеріальних засобів свого існування та надання необхідних їй послуг, а з іншого – вона є споживачем продуктів праці, які забезпечують її життєдіяльність. Виходячи з того, що людина є основним творцем суспільного багатства, можна стверджувати, що чисельність населення та кваліфікація його працездатної частини є фактором, який обумовлює можливості економічного розвитку [2].

Демографічна криза в останні десятиліття спостерігається у всьому світі. Щорічне скорочення кількості населення відбувається в багатьох країнах. Уряди деяких держав, зважаючи на таку негативну тенденцію, проводять відповідну міграційну політику, добиваючись компенсації втрат за рахунок мігрантів. В Україні зниження рівня народжуваності після його підвищення в повоєнні роки почалося в 1980-ті роки.

Проте істотне прискорення цього процесу сталося на початку 90-х у зв'язку з різким зниженням рівня життя громадян. Так, найшвидшими темпами скорочення чисельності жителів України відбувалося в 1993–1995 роки – це був період стрімкої інфляції і викликаного нею зниження реальних доходів населення, а також зростання безробіття у зв'язку із зупинкою тисяч підприємств [3].

Перший перепис населення відбувся в Україні 5 грудня 2001 р. Згідно з даними цього перепису, населення України складало 48 457,3 тис. осіб [4]. Цей показник виявився істотно меншим порівняно з 1989 роком – 51 452,8 тис. осіб. Ці дані свідчать про продовження стрімкого падіння народжуваності в Україні. За період між двома переписами загальна кількість населення України скоротилася на 3291,2 тис. осіб, або на 6,3 %. Найбільшу чисельність населення в Україні зафіксовано на початку 1993 р. – 52244,1 тис. осіб. З того часу і до першого Українського перепису демографічні втрати дорівнювали 3787,0 тис. осіб; 72 % цих втрат становить природне зменшення чисельності населення. За даними переписів, з 1989 до 2001 рр. частка міських жителів майже не змінилася, понад дві третини населення України проживає в міських населених пунктах.

Чисельність населення, за оцінками Державної служби статистики України, на 1 січня 2021 р. складає 41588354 осіб (наявне населення) та 41418717 (постійне населення) [4]. Візуалізацію динаміки чисельності населення країни у розрізі статті та типом місцевості за період з 1990 по 2020 рр. наведено на рис. 1.

Посилаючись на дані Державної служби статистики України, за січень-вересень 2020 р. основними причинами смертності в країні є серцево-судинні захворювання це – майже 68 %, і рак –18 %. Ситуацію ускладнюють неякісне медичне обслуговування і низький рівень життя. Основні причини смертності візуалізовано на рис. 2.

Якщо більш детально проаналізувати статистику останніх років в Україні, то народжуваність у січні-березні 2021 р., за даними Держстату, склала 70494 дітей, у той час як за аналогічний період 2020 р. цей показник становив 67514 дітей. У січні-березні 2021 р. смертність становила 174050 осіб, тоді як у січні-березні 2020 р. цей показник становив 149064 осіб. При цьому кількість тих, хто приїхали в країну, перевищила кількість тих, хто виїхали з країни, на 2812 осіб у січні-березні поточного року, за аналогічний період 2020 р. цей показник становив 7256 осіб [4].

Також змінилася тривалість життя, на сьогодні середня тривалість життя в Україні становить 71 рік (66 років – чоловіки, 75 – жінки). За цим показником Україна займає 52-ге місце серед країн світу. Показник загальної смертності збільшився в усіх областях, особливо у сільськогосподарських, де у структурі населення частина осіб похилого віку вдвічі більша, ніж у містах [5].

Щоб відтворити кількість населення до показників 1991 р., необхідно підвищити народжуваність до 2,2–2,3 дитини на двох батьків. Сьогодні цей показник в Україні майже вдвічі менший, ніж у 1990 р., і складає 1,1 дитини на одну сім'ю. Отже, кількість населення зменшується щороку майже на 400 тис. осіб [4]. У демографічному відношенні Україна має досить складну ситуацію. У першу чергу, це викликано неефективною політикою до найменш захищених верств населення. Зниження рівня народжуваності призвело до того, що сьогодні близько



32 % населення – пенсіонери. На 10 млн пенсіонерів припадає 15,6 млн працюючих людей, з них лише 7 млн – у матеріальній сфері виробництва [5]. Якщо така тенденція зберігатиметься й надалі, то існує реальна загроза, що до 2025 року кількість населення України зменшиться до 25–30 млн. За таких обставин збереження населення має бути основним змістом демографічної стратегії держави [5].

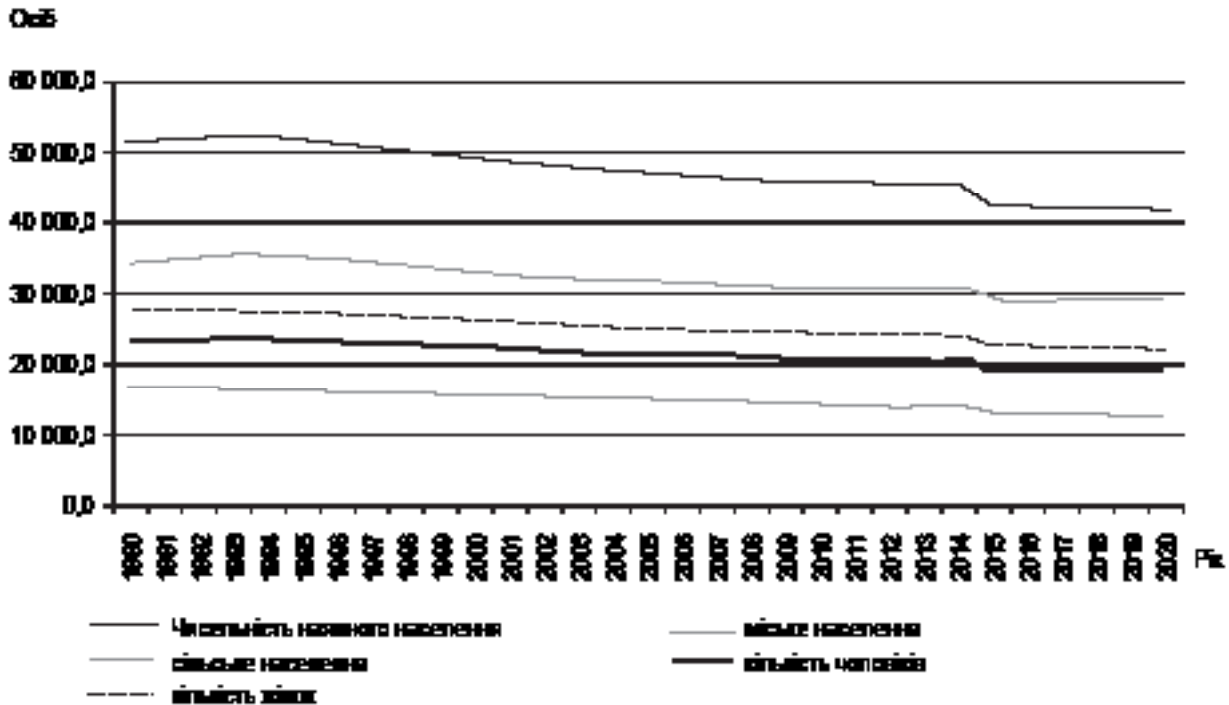


Рис. 1. Динаміка чисельності населення за типом місцевості та статтю



Рис. 2. Причини смертності станом на 2020 р. [4]

Для вирішення критичної демографічної ситуації в Україні розумно розглянути такі міри, як заохочення та підтримку населення у створенні дво- і тридітних сімей шляхом пропаганди та матеріального стимулювання, приділити увагу державі дво- та тридітним сім'ям; покращення економічного стану держави, оскільки бідність і нестійкість у фінансовому плані більшості населення негативно впливає на демографічну ситуацію;

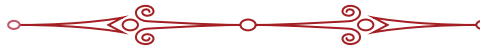


зменшення показника смертності новонароджених (нині рівень народжуваності в Україні та Японії майже однаковий – 11,5 дітей на 1000 мешканців; але в Японії смертність дітей становить 6,2 % на 1000 мешканців, а в Україні – 13,4 %) [6]. Необхідно реформувати систему охорони здоров'я, на якій негативно позначилися зміни соціально-економічних умов, а також збільшити бюджет на розвиток цієї сфери.

Таким чином, на сьогодні, коли населення України знаходиться у стані невизначеності, коли немає чіткої економічної стратегії на рівні держави, демографічна криза посилюватиметься. З метою покращення демографічної ситуації державі потрібно спрямувати соціально-економічну політику на вирішення найскладніших і найнеобхідніших проблем: заохочення та стимулювання народжуваності, підвищення медичного обслуговування та покращення його якості, посилення охорони та оплати праці, поліпшення побутових умов і впровадження здорового способу життя, стимулювання створення широкої мережі державних і недержавних служб соціальної допомоги.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Дериховська В. І.

Література: 1. Зоря О. П. Демографічний стан в Україні в умовах глибокої трансформаційної економічної кризи. *Грані*. 2015. № 2 (118). С. 89–92. 2. Богданович В. Шляхи подолання демографічної кризи в умовах соціально-економічних трансформацій. *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України*. 2006. № 4. С. 207–214. 3. Історична демографія в Україні // Вікіпедія – вільна енциклопедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Історична_демографія_України. 4. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. 5. Демографическая ситуация в Украине. URL: <https://economistua.com/demograficheskaya-situatsiya-v-ukraine>. 6. Лібанова Е. Як подолати демографічну кризу. *Праця і зарплата*. 2007. № 12. С. 4–5.



ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК

УДК 339.94

Сліденко К. Л.

Студент 4 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У роботі розглянуто етапи, які проходить підприємство при розширенні зовнішньоекономічної діяльності. Запропоновано стратегію виходу підприємства на зовнішній ринок, етапи її формування та можливість практичного застосування.

Ключові слова: стратегія, зовнішній ринок, зовнішньоекономічна діяльність, етапи виходу підприємства на зовнішні ринки, маркетингова стратегія.



Annotation. This article discusses the stages that an enterprise goes through when expanding its activities to foreign markets, and also proposes a scheme for developing a strategy for entering them for practical application.

Keywords: strategy, foreign market, foreign economic activity, stages of an enterprise entering foreign markets, marketing strategy





В умовах стрімкого розвитку міжнародного ринку та міжнародних відносин зовнішньоекономічна діяльність виступає важливою складовою функціонування підприємства. Як показує практика, на певному етапі еволюційного розвитку підприємство зіштовхується з об'єктивною необхідністю розширення діяльності на закордонні ринки.

На сучасному розвитку економіки українські компанії повинні бути готові до жорсткої конкуренції при веденні бізнесу на міжнародному ринку. Тому актуальним є питання розробки стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок із застосуванням прийомів стратегічного управління зовнішньоекономічною та маркетинговою діяльністю підприємства.

Огляд наукової літератури показав, що багато і зарубіжних, і українських вчених висвітлили у своїх наукових працях теоретичні та практичні аспекти формування стратегії виходу підприємства на зовнішні ринки. Серед них Г. Ассель, В. Алексунін, Ф. Котлер, І. Л. Акуліч, М. Портер, П. Друкер, Г. Кунц, І. Коротко, Т. Циганкова, Г. Мінцберг, П. Черномаз, М. Дідківський, О. Канищенко, Н. Куденко, А. Рум'янцев, Т. Співаковська, С. Чернов, Т. Шталь та ін. Проте залишається недостатньо висвітленим питання алгоритму розробки стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок.

Метою статті є розробка поетапного алгоритму формування стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок.

Стратегія зовнішньоекономічної діяльності підприємства (ЗЕД) є однією із складових загальної стратегії і являє собою чітко сформований план розвитку підприємства, спрямований на вихід на зовнішній ринок, завоювання бажаної частки ринку, формування нових і підтримку набутих конкурентних переваг. Виходячи з того, що зовнішньоекономічна діяльність є комплексною сферою діяльності із широким набором форм, слід вважати, що побудова дієвої стратегії вимагає системного підходу до управління нею на рівні усіх структурних підрозділів підприємства.

Розробка стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок як частини стратегії зовнішньоекономічної діяльності є певним процесом, сутність якого зводиться до планування міжнародної діяльності та передбачає існування певної логіки та відповідних етапів в ході її реалізації [1, с. 15].

Приймаючи рішення стосовно освоєння нового зовнішнього ринку, підприємству варто спочатку визначити власні мотиви, цілі та завдання, оцінити доцільність виходу на певний цільовий зарубіжний ринок та потенційну ефективність функціонування на ньому. Також необхідно розглянути як можливі переваги, які компанія може отримати в ході своєї міжнародної діяльності, так і негативні наслідки [2].

М. Дідківський у своїх наукових працях зазначив, що підприємство з точки зору маркетингу проходить шість етапів при виході та діяльності на зовнішніх ринках. На етапі пробного експорту воно здійснює односторонні спроби продати закордонному покупцю стандартну вітчизняну продукцію. В результаті підприємство має окремі продажі на одному або декількох ринках без повторних замовлень, невеликі доходи при досить значних витратах.

На етапі екстенсивного експорту підприємство охоплює незначну кількість ринків без їх сегментації та пропонує стандартний набір товарів. На етапі інтенсивного експорту підприємство обмежує асортимент товарів найбільш вигідною продукцією по кожному ринку з використанням всіх методів активного маркетингу. Закордонна торговельна мережа експортера розвивається, зовнішньоекономічне співробітництво стає більш стабільним, міцним, ефективним, але все ще грає другорядну роль у діяльності підприємства.

На етапі експортного маркетингу продукцію все більш пристосовують до міжнародних стандартів і вимог, експортер розвиває двосторонні відносини із зовнішніми ринками, маркетингові комунікації набувають міжнародних ознак. Етап міжнародного маркетингу характеризується формуванням маркетингової концепції цього підприємства під значним впливом закордонних ринків. На етапі глобального маркетингу підприємство орієнтується на споживачів усього світу, а не на внутрішній ринок [3].

Важливим фактором, який може впливати на вибір стратегії виходу на зовнішні ринки, є роль і масштаби ЗЕД для певного підприємства. Якщо зовнішньоекономічна діяльність не є пріоритетною та займає невелику частку в загальних фінансових результатах, то економічно недоцільно розробляти спеціальну зовнішню стратегію. В іншому випадку, в умовах зростання ролі ЗЕД для підприємства та збільшення конкуренції на міжнародному ринку, необхідно застосовувати прийоми стратегічного управління зовнішньоекономічною та маркетинговою діяльністю для розробки ефективної стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок та діяльності на ньому [4, с 103].



Розглянемо загальний алгоритм, який можуть використовувати підприємства при розробці стратегії виходу на зовнішній ринок для довготривалої діяльності на ньому. Його можна представити у вигляді схеми (рис. 1). Деякі етапи цього алгоритму можуть бути змінені місцями або взагалі пропущені залежно від того, чи діє вже компанія на якому-небудь зовнішньому ринку.

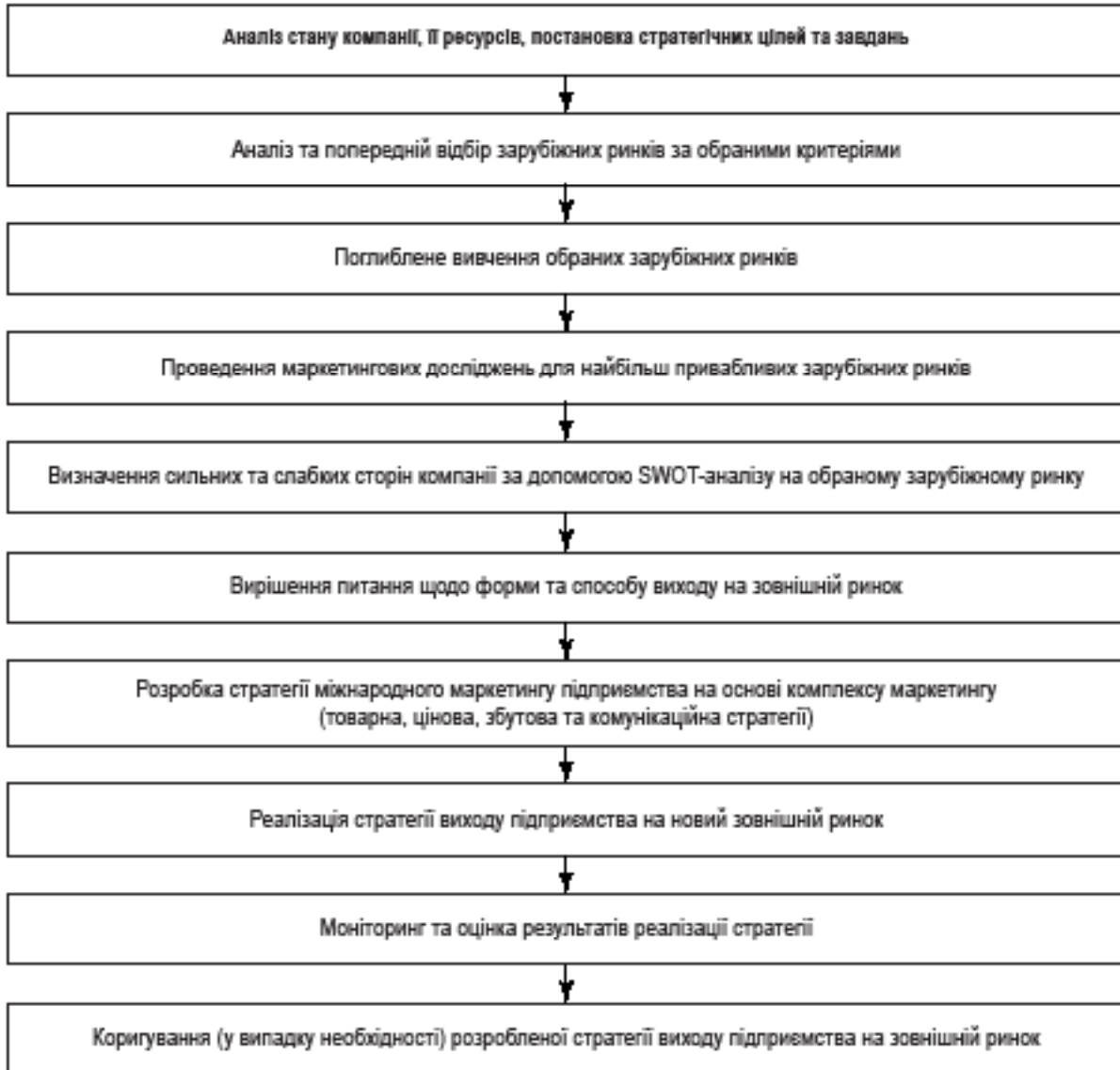


Рис. 1. Основні етапи розробки стратегії виходу підприємства на зовнішні ринки

На першому етапі проводиться аналіз поточного стану фірми, її можливості для освоєння зарубіжних ринків – наявність у підприємства необхідних для цього ресурсів: фінансових і трудових, виробничих потужностей, НДДКР, транспортно-логістичних і маркетингових можливостей.

Крім того, компанія повинна, виходячи зі своїх можливостей, сформулювати стратегічні цілі та завдання для їх досягнення. Перед виходом на міжнародний ринок важливо визначитися не лише з маркетинговими завданнями, а й організаційними, виробничими та фінансовими [5]. Цілі та завдання можуть встановлюватися стосовно географічної області, регіону, країни або групи країн; часового терміну досягнення мети; кількісних параметрів результату.

Аналіз і попередній відбір зарубіжних ринків за обраними критеріями відбувається на другому етапі. Цей етап дозволяє сформувати перелік передбачуваних до освоєння зарубіжних ринків, виявити передумови та бар'єри до їх освоєння.



Оскільки вибір зарубіжних ринків для розширення діяльності є багатоступінчатим процесом, з точки зору економічної доцільності пропонується визначити стратегічно значимі критерії відбору та на основі попередньої інформації відкинути неефективні ринки. На кожному наступному етапі потреба в інформації і витрати на її придбання будуть збільшуватися, а кількість країн, що залишилися до розгляду, зменшуватися [6]. Доцільно провести PEST-аналіз, який дозволить оцінити політичну й економічну ситуацію в країні, дослідити соціально-культурні особливості населення, а також технологічний розвиток.

На наступному етапі можна виділити для аналізу не лише основні чотири групи факторів (політичні, економічні, соціальні та технологічні), а й вивчити тенденції змін у правовій, демографічній, культурній, природній та інших сферах, оскільки всі вони певною мірою впливають на вибір зовнішніх ринків збуту [2]. Дослідження географічного розташування та природних умов дозволяють вирахувати логістичні витрати на доставку, що дасть змогу оцінити частку логістичних витрат у собівартості товарів, що постачаються.

На четвертому етапі після вибору найбільш привабливих зарубіжних ринків проводяться поглиблені маркетингові дослідження, в рамках яких аналізуються попит і пропозиція на ринку, його насиченість, тенденції зростання ринку аналогічних товарів, проводиться аналіз споживачів і виявляються перспективні сегменти ринку; визначаються основні наявні та потенційні конкуренти, вивчається їх діяльність. Мета цього етапу – виявити найбільш перспективні зарубіжні ринки з точки зору маркетингу.

Найбільш простим способом відбору цільових ринків є бальна система, яка допомагає визначити вагомність обраних критеріїв для ухвалення рішення та оцінити ступінь вираження цього критерію для певної країни. Добуток вагомності критерію на його оцінку дасть зважене значення цього критерію, а сума зважених значень – загальну оцінку цього зарубіжного ринку [2].

На п'ятому етапі проводиться оцінка сильних і слабких сторін функціонування підприємства, зовнішні можливості та загрози для її діяльності на обраному зарубіжному ринку за допомогою SWOT-аналізу, а також формулюються можливі фактори міжнародної конкурентоспроможності підприємства.

Шостий етап характеризується вирішенням питання щодо способу та форми виходу на зовнішній ринок. Як відомо, науковці виділяють три основні способи виходу на зовнішні ринки, які також мають підвиди: експорт; спільна підприємницька діяльність; стратегія прямого інвестування. Вибір конкретної стратегії залежить, в першу чергу, від стратегічних цілей, масштабів діяльності підприємства та наявності необхідних ресурсів для розширення на зарубіжні ринки.

Також важливо враховувати тип і специфіку товару, планові обсяги продажів, логістичні витрати та наміри керівництва контролювати продажі. Узагальнюючи, на цьому етапі здійснюється оцінка таких критеріїв: форма руху капіталу; рівень витрат, пов'язаних з виходом на закордонний ринок, ступінь привабливості інвестування, контроль ринку тощо [7].

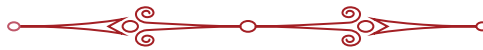
На основі проведених досліджень на сьомому етапі розробляється стратегія міжнародного маркетингу на основі маркетинг-міксу. Маркетингова стратегія продукує та реалізує цілі, задачі підприємства підприємства-виробника і експортера по кожному окремому ринку, або сегмента ринку та по кожному товару за визначений термін. Здійснюючи свою діяльність на зовнішньому ринку, підприємство змушене приймати рішення стосовно використання товарної, цінової, збутової та комунікаційної стратегій з найбільшою адаптацією до місцевих умов і максимальною ефективністю.

На заключних етапах розроблена стратегія впроваджується на практиці та здійснюється контроль за її реалізацією. У випадку виявлення певних недоліків у стратегії зовнішньоекономічної та міжнародної маркетингової діяльності фахівці відділу ЗЕД підприємства коригують і вдосконалюють її.

Отже, розширення діяльності поза межами національного ринку є важливим кроком для підприємства. З метою довгострокового співробітництва з іноземними покупцями та розвитку власної закордонної торговельної мережі підприємству вкрай важливо розробити ефективну стратегію виходу на зовнішні ринки та подальшої зовнішньоекономічної діяльності. Запропонований алгоритм стратегії виходу підприємств на зовнішній ринок та його впровадження у практику дозволяє підвищувати ефективність діяльності і конкурентоспроможність підприємств.



Література: 1. Бабій І. В. Стратегічне управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств: теорія, методи, практика : монографія. Хмельницький : ТОВ «Поліграфіст-3», 2018. 343 с. 2. Циганкова Т. М. Міжнародний маркетинг : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 1998. 300 с. 3. Дідківський М. І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навч. посіб. Київ : Знання, 2006. 462 с. 4. Кириченко О. А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності : навч. посіб. Київ : Знання-Прес, 2002. 384 с. 5. Карлоф Б. Деловая стратегия. Москва : Экономика, 1991. 239 с. 6. Каракай Ю. В. Національні особливості інноваційного розвитку. *Стратегія розвитку України*. 2004. № 3. С. 46–50. 7. Годин А. М. Маркетинг : учебник. Москва : Дашков и Ко, 2006. 102 с.



АНАЛІЗ ДИНАМІКИ ВАЛОВОГО ВНУТРІШНЬОГО ПРОДУКТУ СПОЛУЧЕНИХ ШТАТІВ АМЕРИКИ

УДК 330.55

Сліченко В. С.

Студент 1 курсу
факультету міжнародної економіки і підприємництва ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У цій роботі проаналізовано показники валового внутрішнього продукту Сполучених Штатів Америки. Розглянуто чинники, які впливають на показник і загальний розвиток економіки країни в цілому.

Ключові слова: валовий внутрішній продукт, темпи зростання, темпи приросту, економіка.



Annotation. In this paper, the indicators of gross domestic product of United State of America are analyzed. Factors influencing the gross domestic product and the general development of the country's economy are considered.

Keywords: gross domestic product, growth rate, increase rate, economy.



Постановка проблеми. Політика держави має бути спрямована на подолання проблем і задоволення потреб населення, підвищення рівня якості життя, створення міцної бази на міжнародному ринку з метою формування конкурентоспроможності та поживлення економічної діяльності, відповідності зразкам стандартів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Валовий внутрішній продукт – фундаментальний елемент складової макроекономіки, за допомогою нього можна розрахувати вартість виробленої продукції країни за конкретний проміжок часу, проаналізувати динаміку його зростання та порівняти з показниками інших держав з метою запобігання дисбалансу та кризових ситуацій. Тому його вивченням займають такі вчені, як: Дж. Акерлоф, Б. Баумоль [2], Д. Мосс [4].

Мета завдання – проаналізувати валовий внутрішній продукт Сполучених Штатів Америки та визначити причини його падіння або зростання відносно попередніх років.

Виклад основного матеріалу. Валовий внутрішній продукт (ВВП) є важливим макроекономічним показником ринкової економіки кожної країни. Він являє собою сукупність вартості кінцевих товарів і послуг, вироблених протягом певного періоду (зазвичай кварталу або року) на території держави як резидентами, так і нерезидентами [1].



Зараз це один із найпоширеніших в найуніверсальніших показників для виміру економіки. Хоча ВВП країни надає не досить широкий діапазон інформації про її економіку, він усе ще залишається корисним для працівників макроекономічних сфер.

Економісти розглядають швидкість руху ВВП з метою аналізу: як та якими темпами розвивається економіка. Якщо ВВП зростає – економіка стабільна та процвітає, якщо спадає – це свідчить про те, що економіка знаходиться на стадії рецесії або спаду [2].

Існують три методи розрахунку ВВП: за витратами – метод кінцевого використання, за доходами – розподілений метод, за доданою вартістю -виробничий метод.

Метод кінцевого використання передбачає суму державних витрат та витрат населення, інвестицій, імпорту та експорту. Тому формула має вигляд:

$$ВВП = C + I + G + X_n,$$

де C – споживчі витрати,

I – валові інвестиції (сума чистих інвестицій та амортизації),

G – державні витрати,

X_n – чистий експорт (різниця між експортом та імпортом).

Ця формула є основною макроекономічною тотожністю.

Розподілений метод передбачає сукупність усіх доходів, які були вкладені у виробництво певного товару. Наприклад, рента, оплата працівників, прибуток фірм, відсотки й інші. ВВП за доходами (розподілений метод) розраховується за формулою:

$$ВВП = W + P + R + i,$$

де W – оплата праці найманих робітників,

P – прибуток фірми до сплати податків,

R – рента,

i – відсоток (плата за користування капіталом).

У результаті ВВП повинен мати однаковий числовий показник, тому:

$$C + I + G + X_n = W + P + R + i.$$

Виробничий метод ґрунтується на доданій вартості, яка є на кожній стадії виробництва продукту. Формула має вигляд:

$$\sum \text{Валовий випуск} - \sum \text{Проміжне споживання} = \sum \text{Додана вартість}.$$

Усі методи ґрунтуються на загальній моделі економічного кругообігу, згідно з якою усі витрати дорівнюють доходам [2].

Обсяги і темпи зростання валового продукту є цільовими показниками при розробці стратегій, програм, прогнозів у формуванні соціально-економічної політики держави і окремих її суб'єктів. Ці показники використовуються при розподілі ресурсів, капіталовкладень, міжбюджетних трансфертів і при прийнятті інших рішень, що впливають на рівень якості життя людей в країні [3].

Для розрахунку ВВП та інших макроекономічних показників використовують стандартну Систему національних рахунків (СНР). Це сучасна система інформації, яка описує аналіз розвитку національної економіки.

Була затверджена комісією ООН (Організація Об'єднаних Націй) у 1948 році, останній варіант змін був створений у 2008 році, яким користуються дотепер.

Методологія включає в себе маржинальність економічного виробництва та перелік рахунків і показників, яка використовується державами світу, міжнародними організаціями та бізнесменами [4]. США є провідним лідером у світовій економіці, це держава, яка за рівнем і масштабами свого розвитку значно випереджає будь-яку іншу розвинену державу. За умов усесвітньої глобалізації міжнародної економіки показники чинної активності США є мірилом для світової економіки, яке неодмінно впливає на рух циклу та зміни стану інших національних економік.



Розвиток економічних справ у Сполучених Штатах Америки є важливим елементом генератора зрушень у міжнародній економіці [3]. Для аналізу ВВП США скористаємося аналітичними показниками динаміки, які характеризують напрямок та інтенсивність зміни у часі заданого показника [4]. Темп зростання показує, у скільки разів змінився поточний рівень показника відносно попереднього або початкового періоду:

- ланцюговий – $T_p = \frac{Y_i}{Y_{i-1}} \times 100\%$;

- базисний – $T_p = \frac{Y_i}{Y_0} \times 100\%$.

Темп приросту показує, на скільки відсотків змінився поточний рівень показника відносно попереднього або початкового періоду:

- ланцюговий – $T_{np} = \frac{Y_i - Y_{i-1}}{Y_{i-1}} \times 100\%$;

- базисний – $T_{np} = \frac{Y_i - Y_0}{Y_0} \times 100\%$.

За цими даними можемо за допомогою середовища MSExcel проаналізувати динаміку ВВП США у період 2012–2020 рр. [5]. Отримані результати наведені в табл. 1.

Таблиця 1

Аналіз динаміки ВВП США у період з 2012–2020 рр.

Показник	Період, рік								
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
ВВП (млрд дол.)	16 197,05	16 784,83	17 527,28	18 238,30	18 745,10	19 542,98	20 611,88	21 433,23	20 807,27
Трл (%)	-	103,63	104,42	104,06	102,78	104,26	105,47	103,98	97,08
Трб (%)	-	103,63	108,21	112,60	115,73	120,66	127,26	132,33	128,46
Тпрл (%)	-	3,63	4,42	4,06	2,78	4,26	5,47	3,98	-2,92
Тпрб (%)	-	3,63	8,21	12,60	15,73	20,66	27,26	32,33	28,46

Для зручності наведемо результат у вигляді діаграми на рис. 1.

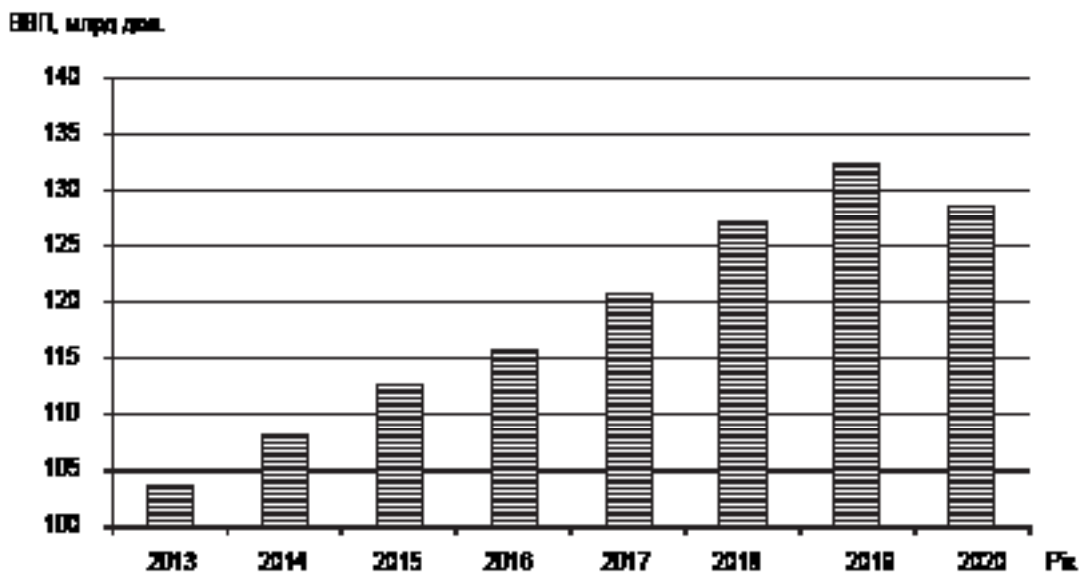


Рис. 1. Графік базисного темпу зростання ВВП США (%)



Як бачимо, у період 2012–2019 рр. валовий продукт прогресивно зростає у середньому на 4,09 %, винятком є 2020 рік, коли темп приросту знизився на 2,92 %, що пов'язано із пандемією COVID-19.

Причинами, що зумовили таку позицію США на світовому ринку, є дві групи: особливості історичного розвитку та сучасна політика економічного регулювання.

До історичних чинників належить:

- значні запаси природних ресурсів і вигідне кліматичне розташування;
- основну частину населення складали переселенці, яких у свій час приваблювала заробітна плата та умови праці, тому вони були готові до важкої праці та труднощів;
- постійно зростаючий чинник споживчого характеру спричинив розвиток масового виробництва, яке і стало основою економічного зростання;
- США – одна з небагатьох країн, яка не зазнала значного впливу Світової війни 1939–1944 рр.;
- свобода економічної діяльності, захист і підтримка конкурентоспроможності, створені антитрестівським законодавством наприкінці XIX століття, сприяли економічному зростанню;
- американський культ підприємництва також є немало важливим чинником, він мотивує свідомості людей, закладаючи прагнення до успіху.

До сучасних чинників, що роблять США лідером, є:

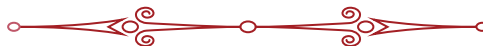
- перевага в інформаційно-технологічному плані перед іншими країнами за масштабами та якістю;
- рівень розвитку ринкових структур;
- рівень продуктивності праці;
- науково-технічний потенціал;
- розвинена система міжнародних зв'язків.

Економічна модель США, яка сьогодні більшістю держав визнається однією з найбільш ефективних, характеризується мінімальним регулюванням підприємництва, приватизовано промисловістю, низькими торговельними бар'єрами, стабільною монетарною політикою, низькими податками, високою місткістю внутрішнього ринку [6].

Висновки. Проаналізовано показники валового внутрішнього продукту Сполучених Штатів Америки у 2012–2020 рр. за допомогою аналізу динаміки макроекономічних показників. Розглянуто ефективність державної політики: в кожному періоді спостерігається стабільність, що говорить про задовільну результативність політики держави, яка створює всі умови для створення міцної бази економіки США та представлення її на світовому ринку праці як високорозвинену державу з високим рівнем конкурентоспроможності.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Шифріна Н. І.

Література: 1. Гронтковська Г. Е. Макроекономіка : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2019. 672 с. 2. Баумоль Б. Секрети економічних показателів. Днепр : Баланс Бизнес Бук. 2007. 352 с. 3. Козак Ю. Міжнародна макроекономіка: підручник. Київ : Центр навч. літ., 2017. 400 с. 4. Мосс Д. Краткий курс макроекономіки. Что нужно знать руководителю. Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2020. 224 с. 5. Соединенные Штаты Америки – Валовой внутренний продукт. URL: <https://knoema.ru/atlas/Соединенные-Штаты-Америци/ВВП>. 6. Ковалко Н., Мельник В. Навіщо нам податки. Київ : Столична правова фундація, 2019. 240 с.





БАНКІВСЬКА СИСТЕМА УКРАЇНИ

УДК 336,719

Собкалова І. К.

Студент 1 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті проаналізовано головні особливості банківської системи України; розглянуто монетарну політику та діяльність комерційних банків; досліджено основні проблеми та варіанти їх вирішення.

Ключові слова: банківська система, банки, монетарна політика, комерційні банки.



Annotation. The article analyzes the main features of the banking system of Ukraine, considers the monetary policy and activities of commercial banks, investigates the main problems and options for their solution.

Keywords: banking system, banks, monetary policy, commercial banks.



Актуальність. На сьогодні проблеми банківської системи є одними з найважливіших через тяжке фінансове становище країни. Саме тому актуальність проблем банківської системи тільки зростає, бо для покращення економічного становища треба стабілізувати банківську систему.

Метою статті є дослідження сучасного стану банківської системи України та виявлення перешкод на шляху її вдалого розвитку.

Загальні проблеми банківської системи активно досліджувалися науковцями. Серед них: А. Зайцева, В. Лавренюк, Д. Лук'яничук та ін.

Банківська система – сукупність різноманітних видів банків і банківських інститутів у їх взаємозв'язку, який існує в тій чи іншій країні в певний історичний період [1].

Банківська система в більшості країн має два рівні. На першому рівні перебуває Центральний банк (в Україні – Національний банк України – НБУ). Комерційні банки й спеціалізовані банки – це установи другого рівня. [2] Потужна банківська система є необхідною умовою забезпечення сталого економічного зростання в Україні. Вітчизняні банки проходять серйозну перевірку часом в умовах постійних економічних трансформацій. Економічна та політична нестабільність в Україні виявила вразливість банківської системи. Тому для виходу з кризи потрібна стабілізація банківської системи як ключова умова відновлення економічного зростання в Україні.

Банківська система України протягом останніх декількох років знаходиться у стані системної кризи, яка зумовлена сировинною моделлю розвитку національної економіки, постійним дефіцитом довгострокових банківських ресурсів, диспропорціями банківських балансів і неефективними діями монетарного регулятора, що призводить до девальвації гривні, вразливості банків та їхніх клієнтів до валютних шоків. Монетарна політика в ринкових умовах є одним із найбільш важливих інструментів впливу держави на перебіг економічних процесів.

У той час, коли адміністративні важелі регулювання господарства зводяться до мінімуму, саме монетарна політика має велике значення у формуванні закономірностей економічного розвитку в перехідний період. Важливим завданням монетарної політики є визначення її цілей, пов'язаних з оцінкою ролі, яку має відігравати центральний банк в економіці. Такими стратегічними цілями, як відомо, є чотири: стабільне зростання економіки, низька інфляція, високий рівень зайнятості та рівновага платіжного балансу. Однак досягнення усіх цілей монетарної політики, спираючись тільки на її інструменти, є неможливим, тому центральному банку доводиться обирати між забезпеченням стійких темпів економічного зростання і стабільністю цін.

Суперечливість окремих кінцевих цілей державного регулятивного впливу на економіку змушує центральний банк маневрувати у реалізації монетарної політики з огляду на стан господарської кон'юнктури і зміну фаз ділового циклу з тим, щоб своїми діями не сприяти ні «перегріву» економіки, ні її спаду. В ситуа-



ції з розвинутими ринковими відносинами в основному все залежить від фаз ділового циклу і господарської кон'юнктури, але в умовах перехідної економіки становище доволі складніше. Адже тут економічні агенти змушені діяти в особливому середовищі, в якому базові ринкові інститути слабкі або зовсім відсутні.

У таких умовах дії монетарної політики мають засновуватись на обранні різних цілей у різні етапи перехідного періоду.

Таким чином, перший етап має обмежувальний характер і полягає в тому, щоб приборкати інфляційні процеси, тому що при сильній інфляції економіка приречена на глибоку кризу. На другому етапі монетарної політики вже треба сприяти цілям економічного зростання та через розширення кредитних відносин і зниження вартості капіталу прискорювати інвестиційні процеси. Проте в Україні хід дій монетарної політики з самого початку перехідного періоду формувався повністю протилежно.

Так, на першому етапі (1992–1994 рр.) було взято курс на стимулювання розвитку вітчизняного виробництва і підтримання соціальної сфери на рівні, що був встановлений ще за умов адміністративно-командної економіки. Інакше кажучи, за стратегічну мету грошово-кредитної політики відразу взяли прискорення економічного зростання без попереднього стабілізування фінансової сфери й зниження рівня інфляції [3].

Комерційні банки – це фінансові установи, які користуються довірою в суспільстві, визнані високоспеціалізованими в управлінні грошовим обігом між суб'єктами господарювання, органами місцевого самоврядування, державними установами та суспільством [4]. В Україні вони працюють на підставі банківського законодавства та підлягають банківському нагляду. Посилаючись на банківське законодавство, ці установи надають послуги, котрі називаються банківською діяльністю. Слід сказати, що основним їх завданням є насамперед накопичення готівкових ресурсів.

Однак це пов'язано з діяльністю банку, що полягає в наданні кредитів, позик і здійсненні готівкових розрахунків не тільки у внутрішній, але й у зовнішній торгівлі. Комерційні банки є дуже важливими установами для широкого загалу, оскільки вони надають послуги так званому масовому клієнтові. Століттями суспільство, бажаючи розвиватися, позичає гроші на різні цілі, починаючи від простих покупок і закінчуючи великими інвестиціями.

Найголовніша властивість, характерна комерційним банкам, зводиться до їх змogi створювати за рахунок кредиту додаткові платіжні засоби завдяки збільшенню залишків на поточних рахунках клієнтів. Решта інститутів кредитної системи, за винятком центрального банку, не здатні користуватися емітованими коштами як джерелом кредитних ресурсів. Однак комерційні банки не можуть самотужки емітувати готівкові кошти, тому що на це має право лише Центральний банк.

У наш час, поряд зі зростаючими фінансовими потребами клієнтів, зростає і конкуренція на ринку фінансових послуг, а також кількісні та якісні зміни в банківській діяльності, котрі спричиняють необхідність в дієвому управлінні ефективністю. Таке дослідження має важливе значення, оскільки надає інформацію про ефективність банківської діяльності та впливає на основний результат – задоволеність клієнтів, що може відображатися кількістю клієнтів, наприклад, у формі відкритих рахунків, наданих позик або депозитів.

Сьогодні надзвичайно популярним методом вимірювання ефективності є АСФ – Аналіз середовища функціонування (DEA – Data Envelopment Analysis). Його основною властивістю є здатність одночасно вивчати взаємозв'язок між багатьма входними даними та результатами. Підсумки діяльності основних комерційних банків України, зроблені на основі аналізу DEA, наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Результат аналізу DEA для основних комерційних банків України у 2018–2020 рр. [4]

DEA	Рік		
	2018	2019	2020
Укрсиббанк	85	87	95
Credit Agricole	80	81	85
Кредобанк	76	80	86
Правекс банк	89	92	97
Райффайзен банк Аваль	91	95	100
Прокредит банк	79	81	84
ОТП банк	83	80	85



Згідно з проведеним аналізом Райффайзен банк Аваль, Правекс банк та Укрсиббанк виявилися найефективнішими. Виявилось, що людські ресурси й активи в цих одиницях найкраще перетворюються на розмір депозитів і позик, зважаючи на безпеку. Крім того, ці агрегати продемонстрували постійний рівень ефективності.

Усі учасники валютного ринку піддаються валютним ризикам. За фіксованого валютного курсу валютні ризики є мінімальними. У довгостроковому періоді валютні курси залежить від того, як розвивається економіка різних країн, а у короткостроковому періоді – від рішень державних органів у сфері економіки, спекулятивних операцій, очікування валютного курсу, подій у сфері політики та від неправильних рішень дилерів. Існують дві основні групи методів, якими користуються банки для впливу на валютні ризики: управління валютною структурою балансу та хеджування валютного ризику.

Методи управління валютною структурою банку: керування відкритою валютною позицією або лімітування та диверсифікованість валютного ризику. Лімітування належить до інструментів адміністративного (не-економічного) типу і як метод управління валютним ризиком полягає в установленні прямих обмежень на операції з валютними цінностями. Види лімітів: ліміт на операції з контрагентами та клієнтами, ліміт на кожен день і кожного дилера, ліміт на іноземні держави, ліміт інструментарію, ліміт збитків.

Диверсифікованість валютного ризику полягає в розподілі активів за різними валютами. Зараз відомий досвід використання методів мінімізації валютного ризику, до якого належать:

- метчінг – метод, який полягає у взаємному заліку купівлі або продажу іноземної валюти по активу і пасиву;
- неттінг – максимальне зменшення об'єму валютних операцій шляхом їх укрупнення.

Визначено, що основними операціями, що впливають на валютну позицію банку, є:

- купівля та продаж готівкової та безготівкової іноземної валюти, поточні та строкові операції, за якими з'являються вимоги й зобов'язання в іноземних валютах, при чому форми і способи розрахунків за ними не важливі;
- одержання та сплата іноземної валюти у вигляді доходів, витрат і нарахування відсоткових доходів і витрат;
- надходження коштів у іноземній валюті до статутного фонду;
- погашення банком безнадійної заборгованості в іноземній валюті;
- закупівля та продаж товарів за іноземну валюту;
- інші обмінні операції з іноземною валютою [5].

Як уже зазначалося, одним із індикаторів валютного ризику банку є валютна позиція, тому було досліджено валютні позиції банків та управління різними методами.

Таблиця 2

Відкриті валютні позиції банків на 01.10.2020 р., тис. грн [6]

Банк	USD	EUR
АТ КБ «ПриватБанк»	-38 805	-146
АТ «Ощадбанк»	10 735 193	1 234 909
АТ «Райффайзен Банк Аваль»	-70 817	32 955
АТ «А-Банк»	-25 567	-2 388

У АТ КБ «ПриватБанк» спостерігається коротка валютна позиція по доларах і євро, і в разі девальвації гривні стосовно іноземних валют банк понесе великі збитки за двома валютними позиціями, а в разі ревальвації гривні до іноземних валют отримує прибуток. АТ «Ощадбанк» по доларах і по євро займає довгу позицію, тому в разі ревальвації гривні отримує прибутки, але в разі девальвації гривні зазнає значних збитків, адже і по євро і по доларах має одну й ту саму позицію.

АТ «Райффайзен Банк Аваль» має коротку валютну позицію по долару та довгу – по євро, тому в разі девальвації зазнає збитків по долару та прибуток за євро, а в разі ревальвації отримує прибуток за доларом і

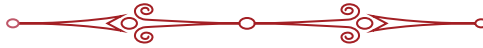


збитки за євро. В АТ «А-банк» коротка валютна позиція за двома валютами, тому в разі девальвації гривні банк зазнає збитки, а в разі ревальвації гривні отримує прибуток [6].

Висновок. Банківська система має величезне значення в економіці країни. Щоб економіка України вийшла з кризи, в першу чергу, треба стабілізувати фінансову сферу та знизити рівень інфляції. Також важливу роль відіграють комерційні банки та управління валютними ризиками

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пивавар І. В.

Література: 1. Завадський Й. С., Осовська Т. В., Юшкевич О. О. Економічний словник. Київ : Кондор, 2006. 356 с. 2. Клименко О. М., Крюкова О. М., Бриль М. С. Макроекономіка : навч. посіб. Харків : Вид-во ХНЕУ, 2012. 135 с. 3. Валіцька Л. О. Грошово-кредитні методи регулювання ринкової економіки. Тернопіль : ТНЕУ, 2013. URL: <http://dspace.wupn.edu.ua/jspui/bitstream/316497/1758/1/Valitska%20L.O.%20C%20BSm-51.pdf>. 4. Благун І. С. Оцінка ефективності комерційних банків за допомогою методу DEA. *Бізнес Інформ*. 2020. № 11. С. 192–197. 5. Примостка Л. О. Фінансовий менеджмент у банку : підручник. Київ : КНЕУ, 2012. 387 с. 6. Лавренюк В. В., Лук'янчук Д. Ю. Управління валютним ризиком банку в умовах турбулентності на світових фінансових ринках. *Бізнес Інформ*. 2020. № 11. С. 288–295.



АНАЛІЗ РІВНЯ БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЙОГО ПОДОЛАННЯ

УДК 331

Сорокіна Д. Є.

Студент 2 курсу
факультету міжнародної економіки і підприємництва ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Проаналізовано сучасний стан ринку праці та рівень безробіття в Україні, визначено причини зростання рівня безробіття. Розглянуто основні проблеми безробіття населення України. Запропоновано основні напрями його подолання та вдосконалення регулювання безробіття в Україні: створення з боку держави необхідних умов для залучення працівників на роботу, забезпечення робочих місць у проблемних регіонах країни, надання державою робочих місць шляхом залучення безробітних до виконання громадських робіт.

Ключові слова: безробіття, зайнятість, ринок праці, міграційні процеси, трудова міграція, рівень безробіття.



Annotation. The current state of the labor market and the unemployment rate in Ukraine are analyzed, the reasons for the growth of the unemployment rate are determined. The main problems of unemployment of the population of Ukraine are considered. The main directions of overcoming it and improving the regulation of unemployment in Ukraine are proposed: creation by the state of the necessary conditions for attracting workers, providing jobs in problem regions of the country, providing jobs by the state by attracting the unemployed to perform public works.

Keywords: unemployment, employment, labor market, migration processes, labor migration, unemployment rate.





Однією з найважливіших соціально-економічних проблем сучасного етапу розвитку України є безробіття. Безробіття – це соціально-економічне явище, яке свідчить про те, що певна частина працездатного населення не знаходить застосування своїм розумовим і фізичним здібностям внаслідок причин, що не залежать від них. Безробіття впливає не тільки на соціально-економічну, а й політичну ситуацію в державі. Воно залишається в центрі уваги і населення, і наукової громадськості, а також є однією з актуальних проблем у країні. Усі країни світу прикладають багато зусиль для подолання цього явища, але жодній ще не вдалося ліквідувати його повністю.

Дослідженням питань зайнятості та безробіття займалися і займаються чимало науковців, серед них Борщук А. О., Семенова К. Д., Васильєв В. Т., Гальків Л. І., Кочума І. Ю., Малиновська О. А., Ярова Л. Г., Волкова Н. В., Сосенкова К. Р., Карпа О. А. Однак, попри наявність численних теоретичних розробок, мінливими умовами сучасного економічного життя зумовлено необхідність детальнішого розгляду цього питання.

Метою цього дослідження є проведення аналізу рівня безробіття в Україні в результаті вивчення його структури, а також динаміки безробіття за період 2016– 020 рр., виявлення основних її причин і пропозиція можливих шляхів її зниження.

Безробіття – соціально-економічне явище, що виникло на противагу зайнятості. На відміну від зайнятості безробіття негативно впливає на національну економіку, а також на суспільство в цілому. Тому гострою проблемою сучасного суспільства є вивчення питання зайнятості і безробіття, а також способів боротьби з безробіттям.

Безробіття є макроекономічною проблемою, яку формують такі фактори, як зміни в економіці, сповільнення темпів економічного розвитку, співвідношення цін на фактори виробництва, 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 демографічні процеси, які відбуваються в країні.

Слід зазначити, що виявлення проблем зайнятості та безробіття дозволяє спрогнозувати майбутню ситуацію і є основою для розробки і впровадження заходів з регулювання ситуації на ринку праці. Своєю чергою, регулювання зайнятості та безробіття дозволяє стабілізувати національну економіку, а також поліпшити добробут суспільства.

Розвиток економіки будь-якої держави визначається наявними трудовими ресурсами і необхідними умовами для забезпечення ефективності трудової діяльності, тому забезпечення зайнятості населення в суспільно корисній і ефективній праці можна розглядати як фактор забезпечення сталого економічного зростання держави.

Формування ефективно функціонуючого ринку праці – одна з найголовніших задач держави. У свою чергу, регулювання зайнятості та безробіття дозволяє стабілізувати національну економіку, а також поліпшити добробут суспільства. Розвиток економіки будь-якої держави визначається наявними трудовими ресурсами і необхідними умовами для забезпечення ефективності трудової діяльності, тому забезпечення зайнятості населення в суспільно-корисній і ефективній праці можна розглядати як фактор забезпечення сталого економічного зростання держави.

У сучасних умовах основними проблемами в сфері зайнятості та безробіття практично в будь-якій країні світу є:

- безробіття серед молоді, яка обумовлена складнощами з працевлаштуванням через відсутність досвіду роботи та практичних навичок;
- структурні зрушення в економіці, які можуть характеризуватися впровадженням нових технологій, скороченням виробництва в традиційних галузях, закриттям технічно застарілих підприємств. Ці зрушення призводять до змін у сфері зайнятості, на які суб'єкти господарювання та економіка в цілому повинні швидко реагувати;
- безробіття серед людей старшого віку, які в силу віку не можуть працевлаштуватися на багато видів робіт;
- скорочення сукупного попиту на робочу силу у зв'язку зі скороченням виробництва;



- переміщення робочої сили, причиною яких є невідповідність інтересів і вимог працівника конкретного робочого місця, а на макроекономічному рівні – невідповідність між існуючим розподіленням робочих місць і потребами моделі соціально-економічного розвитку;
- перехід фахівців і некваліфікованої робочої сили у сферу неформальної зайнятості, тіньової економіки або їх міграція за кордон;
- зниження якісних характеристик робочих місць, недостатнє введення в дію нових робочих місць, особливо для кваліфікованих кадрів, що не тільки знижує продуктивність праці і конкурентоспроможність виробництва, а й призводить до руху робочої сили (міграційні потоки представлені в основному чоловіками у віці від 25 до 50 років і жінками 20–40 років) [3].

Розглянуті проблеми призводять до таких наслідків:

- в результаті зростання безробіття дохідна частина бюджету держави скорочується, оскільки стає менше платників податків;
- зміни в демографічній структурі населення призводять до зменшення економічно активного населення;
- виникнення випадків кримінального характеру;
- зменшення ВВП;
- зростання витрат на допомогу безробітним;
- диференціації регіональних ринків праці, існування депресивних регіонів з особливо напруженою ситуацією на ринку праці і т. д.

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, стимулювання підвищення інтенсивності і продуктивності праці [6].

Проаналізуємо рівень безробіття в Україні за останні роки. Значної шкоди Україні завдала світова фінансова криза. Найбільшого скорочення зайнятості на початку кризи зазнали такі сектори, як промисловість та будівництво. Згідно зі статистичними даними, в Україні кількість офіційно зареєстрованих безробітних у 2009 році зросла на 533,7 тис. осіб порівняно з 2008 роком. Поступово ця кількість почала зменшуватися, тобто прослідковується тенденція зниження рівня безробіття в країні [5].

Саме тому найбільшого скорочення зайнятості на початку кризи зазнали такі сектори, як промисловість та будівництво. Розглянемо динаміку кількості безробітних та рівень безробіття в Україні за 2011– 2017 рр. (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка кількості безробітних і рівня безробіття в Україні

Роки	Безробітне населення			
	У віці 15–70 років		Працездатного віку	
	у середньому, тис. осіб	% до економічно активного населення відповідної вікової групи	у середньому, тис. осіб	% до працездатного населення відповідної вікової групи
2016	1691,5	9,4	1691,1	9,7
2017	1786,9	7,5	1766,8	7,6
2018	1712,8	9,7	1711,9	10
2019	1645,8	9,1	1645,1	9,6
2020	1548,9	8,5	1548,6	8,9

За даними табл. 1 можемо спостерігати стійку неоднозначну тенденцію: після 2016 р. рівень безробіття знижувався, а упродовж 2017–2018 рр. повільно, але зростав. Цікавий такий факт: за даними Державної служби статистики України, щороку із січня до вересня кількість безробітних стабільно зменшується.



За даними Державної служби зайнятості України найвищий рівень безробіття у 2017–2019 рр. спостерігався у Волинській, Чернігівській, Полтавській, Кіровоградській, Луганській та Донецькій областях. За прогнозами даними на 2020 р. рівень безробіття мав становити 8,1 %.

Однак упровадження карантину в Україні через пандемію COVID-19 призвело до зростання рівня безробіття до 9,4 %. За даними Державної служби зайнятості України, у березні 2020 р. безробіття в країні зросло на 22 % порівняно з аналогічним періодом 2019 р. Так, станом на 13 квітня 2020 р. у Державній службі зайнятості України зареєстровано 388 тис. осіб, з них 71 тис. осіб стали на облік у період всеукраїнського карантину [5].

Зниження рівня безробіття сприятиме економічному розвитку України. Але подолання цієї проблеми потребує реалізації комплексу рішень, починаючи від адекватного розподілу державного замовлення при підготовці спеціалістів у навчальних закладах і завершуючи проведенням економічних реформ та залученням інвестицій.

Нині, на жаль, Україна відома у світі як джерело постачання дешевої робочої сили. Трудова міграція українців є вимушеною, що характерно для економіки з низьким рівнем розвитку. Вагомими обмежувачами економічного розвитку є: територіальні-географічне розташування країни, інституційні, що є зумовленими специфікою державного устрою, соціально-демографічні [8].

Трудова міграція є особливим явищем, що потребує пильної уваги з боку держави й уряду, оскільки має чимало як позитивних, так і негативних рис, серед яких: значна втрата нашою державою висококваліфікованої робочої сили, більшість наших мігрантів перебувають за кордоном нелегально і не мають правового захисту; дискримінація у доступі до певних професій або посад, що відбувається, коли певній групі населення забороняють або обмежують доступ до визначених видів діяльності, професій, посад, попри те, що вони здатні виконувати ці роботи, такий вид дискримінації називають також професійною сегрегацією; здебільшого українці влаштовуються на допоміжні роботи, маючи навіть вищу освіту та професійний досвід; міграція охоплює передусім осіб економічно продуктивного віку (20–40 років) [2].

Звичайно, це далеко не повний перелік негативних рис трудової міграції населення, однак у цих процесах можна виділити і позитивні сторони, які стосуються інтересів заробітчан: заробити кошти для покращення життєвих умов та економічного становища своєї родини (придбання нерухомості, автомобіля), заробити кошти з метою відкриття власного бізнесу в Україні, що сприяє розвитку підприємництва у нашій країні, за час перебування за кордоном підвищується культурний рівень українських заробітчан, позитивно змінюється психологія наших співвітчизників, виникає бажання втілити в Україні кращі запозичені риси спілкування [2; 7].

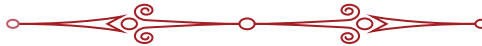
Одним із головних наслідків безробіття є те, що збільшується збідніння населення через втрату трудового заробітку, що тягне за собою падіння купівельної спроможності населення, отже, падіння сукупного попиту на товари, що розглядають як головний фактор падіння виробництва й економіки загалом. Говорити про негативний вплив безробіття можна довго, але найголовнішим є не його аналіз, а пошук шляхів зменшення негативних наслідків.

Основними напрямками боротьби з безробіттям є: приведення законодавства України у відповідність до міжнародних норм і принципів, упровадження механізмів захисту внутрішнього ринку праці, реалізація державної та регіональних програм зайнятості, сприяння стабільній діяльності стратегічно важливих підприємств [1; 4].

Отже, основними напрямками розв'язання проблеми безробіття в Україні є збільшення попиту на робочу силу як з боку приватного, так і державного секторів економіки через створення нових конкурентоспроможних підприємств, створення сприятливих умов для розвитку підприємницької діяльності та малого бізнесу, передусім потрібно суттєво активізувати інвестиційні процеси, формування нового механізму мотивації, який би стимулював творчу активність та ініціативу молоді й сучасні форми самоактуалізації у праці, посилення уваги до оновлення та підвищення технічного рівня робочих місць, зокрема для того, щоб кожне з них забезпечувало необхідний рівень життя і подальше зростання заробітної плати, моніторинг ринку праці задля оптимізації навчання та підвищення якості освітніх послуг, тобто глибоке вивчення потреб регіональних ринків праці для визначення напрямків підготовки спеціалістів.



Література: 1. Борищук А. О., Семенова К. Д. Аналіз рівня безробіття в Україні. *Статистика – інструмент соціально-економічних досліджень*. 2017. Вип. 3. Ч. I. С. 29–34. 2. Васильєв В. Т. Міжнародна трудова міграція. *Соціальна і гуманітарна політика*. 2015. № 4. С. 93–101. 3. Волкова Н. В., Сосенкова К. Р., Карпа О. А. Проблеми тіньової зайнятості в Україні. *Молодий вчений*. 2017. № 5 (45). С. 525–528. 4. Гальків Л. І. Втрати людського капіталу України: чинник безробіття. *Економіка і регіони*. 2009. № 2. С. 110–113. 5. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>. 6. Кочума І. Ю. Стан зайнятості та безробіття в Україні на сучасному етапі. *Фінансовий простір*. 2013. № 3. С. 119–126. 7. Малиновська О. А. Трудова міграція: соціальні наслідки та шляхи реагування. Київ : НІСД, 2011. 40 с. 8. Міграція в Україні: факти і цифри. URL: https://iom.org.ua/sites/default/files/ff_ukr_21_10_press.pdf. 9. Ярова Л. Г. Аналіз рівня безробіття в Україні та напрямки його подолання. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. Вип. 4. С. 752–755: URL: <http://www.global-national.in.ua>.



АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ ІНФЛЯЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ ТА ПОШУК ШЛЯХІВ ЇХ ПОДОЛАННЯ

УДК 336.748.12

Стасенко С. Д.

Студент 1 курсу
факультету міжнародної економіки і підприємництва ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Проаналізовано динаміку індексу споживчих цін в Україні. Визначено основні причини виникнення інфляційних процесів. З'ясовано комплекс заходів для подолання інфляційних процесів.

Ключові слова: індекс споживчих цін, інфляція, інфляційні процеси.



Annotation. The dynamics of the consumer price index in Ukraine is analyzed. The main causes of inflation are identified. A set of measures to overcome inflation has been identified.

Keywords: consumer price index, inflation, inflationary processes.



Постановка проблеми. Інфляція – це одна з найбільш гострих проблем розвитку економіки у світі. Вона є причиною зниження життєвого рівня, зростання цін, руйнації грошової системи, послаблення національної валюти тощо. Сьогодні немає країни, яка б не зазнавала втрат через інфляційні процеси. Тому для забезпечення добробуту, економічного зростання та якісного життя населення в основі державної політики має лежати чіткий контроль за рівнем інфляції. Особливо попередня теза стосується України, де економіка не є стабільною та потребує регулювання з боку уряду.

Аналіз останніх досліджень. Питання рівня інфляції в Україні було висвітлено протягом останніх років у значній кількості наукових праць. У дослідженні Сменковського А. Ю. був установлений взаємозв'язок між інфляцією та економічним зростанням за допомогою статистики [1]. У праці Аверкиної М. Ф. та Катка Д. К. було побудовано економіко-математичну модель для оцінки інфляційних процесів [2].



Сусіденко Ю. В. у своїй роботі проаналізувала особливості інфляції в Україні та її соціально-економічні наслідки [3].

Також суттєвими в розрізі поданого питання є праці Пріснякова В. про взаємозв'язок інфляції і монетарної маси та Петрика О. про застосування режиму інфляційного таргетування в перехідній економіці [4; 5].

Однак, попри вагомий внесок усіх названих вище вчених, розгляд питання інфляції, аналіз її тенденцій та причин є завжди необхідним під час постійних змін у динаміці індексу споживчих цін.

Метою статті є аналіз інфляційних процесів в Україні, визначення їх причин й особливостей та пошук методів їх подолання.

Основні результати дослідження. Інфляція – це соціально-економічне явище, за якого спостерігається зростання загального рівня цін у країні внаслідок порушення закону грошового обігу. Поданий показник є одним із найтяжчих проявів макроекономічної нестабільності.

Розглянемо дані, наведені в таблиці 1, які характеризують динаміку інфляційних процесів в Україні за останні роки.

Таблиця 1

Динаміка індексу споживчих цін в Україні за 2012–2019 роки [6]

Роки	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Темп зростання ланцюговий, %	99,8	100,5	124,9	143,3	112,4	113,7	109,8	104,1
Темп зростання базисний, %		100,7	125,2	143,6	112,6	113,9	110,0	104,3
Темп приросту ланцюговий, %		0,5	24,9	43,3	12,4	13,7	9,8	4,1
Темп приросту базисний, %		0,7	25,2	43,6	12,6	13,9	10,0	4,3

Проаналізувавши подану таблицю, можна зробити висновок, що в заданий період індекс інфляції мав нестійку тенденцію.

У 2012–2013 роках інфляція в Україні знизилась до свого історичного мінімуму (99,8 % та 100,5 % відповідно), що було наслідком рецесії в економіці. Після двох років збереження споживчої інфляції на низькому рівні у 2014 році відбувся стрімкий розвиток інфляційних процесів і становив 124,9 %. Подане зростання інфляції на 24,4 %, а не на 4,3 %, як було закладено в держбюджеті, був спричинений бойовими подіями на сході країни. Підсумковий індекс інфляції у 2015 році був найвищий за всю історію незалежності України – 143,3 %. За даними табл. 1 можна помітити певне покращення індексу інфляції у 2016 році, який скоротився на 30,9 % і становив 112,4 %, однак уже у 2017 році він зріс на 1,3 %. З 2018 по 2019 роки рівень інфляції становив 109,8 % та 104,1 % відповідно, що свідчить про початок позитивних тенденцій.

Для наочності побудуємо графік відповідно до табл. 1 (рис. 1).

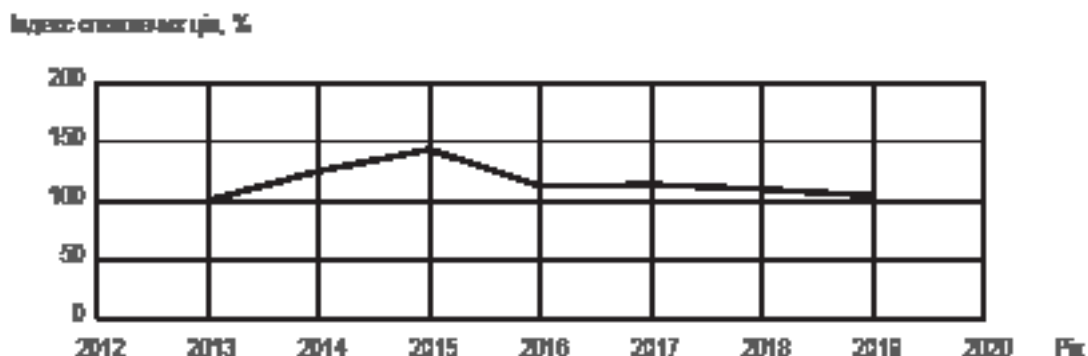


Рис. 1. Динаміка зміни індексу споживчих цін у 2012–2019 рр., %

Аналізуючи далі подані тенденції інфляційних процесів в Україні, можна виділити їх основні причини відповідно до різних процесів в економіці України в різні роки.



У 2012 році спостерігалася низхідна динаміка індексу споживчих цін. Можна виділити декілька причин поданого явища:

- 1) зменшення цін на харчові продукти на 2,9 %, на сири продукти – на 4,6 % через високу врожайність та поліпшення інфраструктури зберігання та реалізації продовольчих товарів;
- 2) стримування адміністративно регульованих тарифів на послуги;
- 3) зниження цін на імпортовані товари завдяки стабільному обмінному курсу та низькій інфляції в країнах – торговельних партнерах України;
- 4) стабілізація цін на нафту на світових ринках.

У 2013 році рівень інфляції незначно виріс – на 0,7 % – через зростання цін на товари та послуги, які регулюються адміністративно

У 2014 році споживчі ціни різко зросли на 24,9%. Такий стрімкий розвиток інфляційних процесів відбувся через низку причин, зокрема, через бойові події на сході країни, девальвацію гривні, підвищення цін, які регулюються адміністративно, та інші.

У 2015 році рівень інфляції був найбільшим за всю історію України – 143,3 %. Такий високий показник був наслідком помилкової валютно-курсової політики 2009–2013 років, девальвації гривні та зростання цін на товари та послуги.

У 2016 році завдяки помірній монетарній та фіскальній політиці та тимчасовому зупиненню активних бойових дій на сході країни рівень інфляції суттєво скоротився на 36,9 %.

У 2017 році відбулося зростання індексу споживчих цін на 1,3 %, в основному через нестабільну ситуацію в сільському господарстві і тваринництві та підвищення світових цін на нафту.

У 2018 та 2019 роках спостерігається зниження рівня інфляції завдяки послідовній монетарній політиці Національного банку України [7].

У 2020 році почалася світова криза, яка була спричинена пандемією. Офіційно рівень інфляції збільшився лише на 0,9 %, однак поданий показник не є перевіреним, оскільки в нових реаліях змінилося споживання різних продуктів і послуг. Тому для об'єктивності розрахунку необхідно переоцінити споживчий кошик.

Проаналізувавши всі названі вище причини зміни рівня інфляції в Україні, можна зробити висновок, що найбільше на поданий показник впливає монетарна політика НБУ, зміна цін на товари та послуги у світі та нестабільність національної валюти.

Для подолання нестійкості індексу споживчих цін необхідно впровадити широкий комплекс заходів:

- 1) проведення антимонопольної політики;
- 2) обмеження емісії грошей;
- 3) проведення послідовної монетарної та фіскальної політики Національним банком України;
- 4) стимулювання реальних інвестицій в економіку;
- 5) розробка державних програм розвитку економіки;
- 6) стимулювання інвестиційної діяльності банків;
- 7) вдосконалення податкової системи;
- 8) концентрація уваги на розбудову внутрішнього ринку товарів і послуг;
- 9) розробка способів обмеження небажаного імпорту;
- 10) запровадження інструментів підтримки експорту.

Запропоновані вище заходи при комплексному застосуванні є найбільш перспективними для ефективного зниження інфляції в довгостроковій перспективі. Тому доцільним буде початок їх втілення в найближчому майбутньому.

Висновки. У сучасному світі інфляція є складним багатопрофільним явищем, яке негативно впливає на грошово-кредитну систему та на розвиток економіки в цілому. Вона підриває купівельну здатність грошей, життєвий рівень населення та систему господарського регулювання.

В Україні інфляційні процеси, як було проаналізовано в поданій праці, спричинені цілою низкою різноманітних факторів, що в сукупності формують нестійкість і складну прогнозованість рівня інфляції в країні.

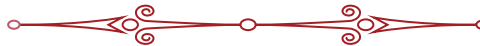


Тому вкрай необхідним є продовження проведення державою послідовної антиінфляційної політики, спрямованої на досягнення цінової стабільності, особливо під час пандемії.

У сучасних умовах розв'язання заданої проблеми можливе після скасування карантинних обмежень і впровадження заходів для зменшення негативного впливу пандемії на економічний розвиток, що може стати темою для подальших досліджень.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Шифріна Н. І.

Література: 1. Мазараки А. А., Лагутін В. Д. Внутрішній ринок України в умовах дисбалансів між виробництвом і споживанням. *Економіка України*. 2018. № 4. С. 4–18. 2. Мостіпака О. В. Сучасні тенденції розвитку національної економіки України. URL: [http://ird.gov.ua/sep/sep20186\(134\)/sep20186\(134\)_035_MostipakaO.pdf](http://ird.gov.ua/sep/sep20186(134)/sep20186(134)_035_MostipakaO.pdf). 3. Дзюблюк О. Монетарна політика як ключовий важіль реалізації антикризових заходів в економіці. *Банківська справа*. 2018. № 2. С. 3–26. 4. Єфремова А. С. Проблеми розвитку економіки сучасної України. URL: <http://dspace.opua.edu.ua/bitstream/handle/11300/4787/Efremova%20AS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. 5. Економічні перспективи України у 2021 році. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/what-is-ukraines-economic-outlook-for-2021/31044611.html>. 6. Економіка України за 2020–2021 роки. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3165832-akim-buv-minulij-i-akim-stane-2021-rik-dla-ukrainskoi-ekonomiki.html>. 7. Сучасні проблеми економічного розвитку України. URL: <https://buklib.net/books/22538/>. 8. Економічний розвиток // Урядовий портал. URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/reformi/ekonomichne-zrostannya>. 9. Максименко А. Я. Розвиток національної економіки під впливом загальносвітових тенденцій. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2019-3_0-pages-26_31.pdf.



СУЧАСНА ПРОБЛЕМАТИКА РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ

УДК 330.34

Стреляна Н. В.

Студент 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У цій статті проаналізовано сучасні проблеми розвитку економіки в Україні за 2020–2021 роки. Це дослідження ґрунтувалося на сучасних тенденціях розвитку національної економіки країни. Дослідження надало можливість визначити основні проблеми в економіці як: низькі темпи капітального інвестування; значна заборгованість держави; надмірний контроль з боку українського уряду; вплив пандемії на рівень економіки країни.

Ключові слова: розвиток економіки; національна економіка; сучасні проблеми в економіці.



Annotation. This article analyzes the current problems of economic development in Ukraine for 2020–2021. This study was based on current trends in the national economy. The study provided an opportunity to identify the main problems in the economy as: low rates of capital investment; significant debt of the state; excessive control by the Ukrainian government; the impact of the pandemic on the level of the country's economy.

Keywords: economic development; national economy; modern problems in the economy.





У сучасних умовах національна економіка зіткнулася з тим, що раніше надані обіцянки уряду щодо дерегуляції економіки, зменшення ролі держави в економіці, скасування перешкод у ринкових перетвореннях не були реалізовані. Економічна ситуація наприкінці 2020 року і на початку 2021 року в Україні свідчить про поступове відновлення економічної активності в результаті адаптації самих економічних суб'єктів до карантинних обмежень, що існують дотепер. Тому аналіз сучасної проблематики розвитку економіки в Україні є актуальним питанням на сьогодні, адже через пандемію розвиток економіки значно сповільнюється.

Сучасні проблеми розвитку економіки України всесторонньо досліджувалися вітчизняними авторами, такими як: Мазарака А. та Лагутін В. – про дисбаланс між виробництвом і споживанням внутрішнього ринку [1, с. 4–18]; Мостіпакою А. В. – про сучасні тенденції розвитку національної економіки України [2]; В. Сіденко, В. Юрчишин та О. Дзюблюк пропонують для подолання кризи в національній економіці використовувати інструменти монетарної політики [3, с. 3–26].

Метою статті є аналіз сучасної проблематики розвитку економіки України та розроблення пропозицій щодо покращення цього розвитку, навіть під час пандемії. До поставленої мети сформульовано та вирішено такі завдання: провести аналіз сучасного стану економіки України; сформулювати пропозиції покращення економічного розвитку України.

Сучасна економіка України характеризується такими основними рисами: значною заборгованістю держави; відставання сектора економіки, що виготовляє товари, від сектора економіки, який саме цей товар і споживає; паливно-енергетична залежність від Росії; тимчасова окупація певних територій країни; надмірний контроль економіки з боку українського уряду, що має ефект придушення сектора, що виробляє товар; «відірваність» України від світової економіки; вплив і наслідки пандемії (запровадження карантинних обмежень) тощо [1, с. 4–18].

На сьогодні економічний розвиток України ускладнюється такими факторами: впливом світової фінансово-економічної кризи через внутрішні причини, які виходять за межі фінансових проблем, що переросли в економічний спад виробництва, зростання безробіття, зниження рівня життя більшої частини населення. За 2020 рік українська економіка мала на меті стимулювання інвестиційного попиту, але її реалізація не досягла поставленої мети.

При цьому 2020 рік слід охарактеризувати як рік, де рівень безробіття зріс до 9,5 %; заборгованість по заробітній платі досягає максимуму; збиток великих і середніх підприємств та ін. Пандемія з березня 2020 року визначила тенденцію в економіці України, а саме послаблення внутрішнього попиту в умовах кризи і розвиток національної економіки у стимулюванні з боку держави до підтримання рентабельності підприємств та збереження робочих місць [4].

Тобто на фоні зростаючого рівня кінцевих споживчих витрат спостерігається низький рівень споживання населення. Купівельна спроможність домогосподарств залишається низькою. Дисбаланс населення провокуватиме ще більшу кризу у національній економіці, яка знаходиться у пастці неефективного споживання, де сфера споживання відокремлюється від сфери внутрішнього виробництва. При цьому задоволення платоспроможних потреб не відповідає раціональним засадам. Цей стан не дозволяє на теперішній час реалізувати виробничу модель відтворення національної економіки [3, с. 3–26].

У 2021 році розвиток економіки України прогнозується на 5 %, ніж у 2020 році [5], однак таке зростання стане лише відновленням. Цей розвиток економіки відображає тільки те, на скільки скоротилася економіка за минулий рік, причиною цього не є лише локдаун чи економічна політика Уряду, тобто додатковими причинами є: реалізація плану виходу з карантинних обмежень, несподівана зміна Уряду (з уряду Олексія Гончарука на уряд Дениса Шмигала, якому депутати ВРУ так і не затвердили програму дій).

Стійкість економічних показників України у 2020 році та по теперішній час відбувається за рахунок макроекономічного розвитку країни, що був кращим, ніж очікувався. Наступною причиною макроекономічної стабільності була часткова зупинка туризму протягом 2020–2021 рр. А з початком 2021 року макроекономічна стабільність здається міцнішою, однак проблемою залишається мале інвестування в Україну. Без збільшення інвестицій мало підстав очікувати будь-яке економічне зростання чи розвиток, оскільки ці інвестиції нададуть росту понад доходи очікуваного відновлення після пандемії коронавірусу [2; 5].

У 2021 році уряд планує вести фіскальну політику, яка буде стимулюючою для державного бюджету країни. Тобто державний бюджет буде надавати в економіку більше коштів, ніж вилучатиме з неї: первинний дефіцит 2021 році заплановано у 1,9 % ВВП.



Значну увагу в Державному бюджеті України у 2021 році приділено фінансуванню саме видатків з високим мультиплікаційним ефектом, це буде реалізовано для того, щоб надати підтримку реальному сектору економіки та розвитку інфраструктури в Україні. Ці видатки дозволяють підтримати економічне зростання в період після кризи (на теперішній час під час пандемії та карантину, а в деяких містах – червоних зонах – локдаун) та можуть бути згорнуті при виникненні труднощів із фінансуванням бюджету без гострих соціальних наслідків [6; 7].

Наразі економічний розвиток в Україні прагне бути кращим. Для досягнення кращого й активного економічного розвитку Уряд країни цього року визначив у відповідних нормативно-правових актах основні завдання, які необхідно втілити у державі. Серед них такі як:

- сприяти створенню вигідного середовища для розвитку і ведення бізнесу в нашій державі – реалізація даного завдання Уряд планує зробити ринок максимально чесним та прозорим, а його регуляцію за рахунок зменшення до можливого та необхідного мінімуму;
- створити сприятливі умови для розвитку сильного та конкурентоспроможного сектора малого та середнього підприємства – Уряд планує забезпечити доступ до фінансів, ринків, створюючи інфраструктуру розвитку саме малого і середнього бізнесу в країні;
- забезпечити глибоке реформування енергетичного сектора – Уряд планує досягти даного завдання за рахунок створення умов для України, на яких вона буде енергетично незалежною;
- усунути обтяжливі витрати із бюджету країни – Уряд буде прагнути забезпечити ефективне управління стратегічно важливими активами;
- забезпечити прозоре і ефективне управління земельними ресурсами – це можливо у разі формування спроможних територіальних громад шляхом передачі в їх розпорядження сільськогосподарських земель тільки державної власності як основного засобу виробництва та економічного розвитку території;
- транспортні послуги в Україні зробити якісними і доступними, а саму інфраструктуру – інтегрованою і сучасною відповідно до міжнародних транспортних мереж і стандартів тощо [8].

При цьому виникає необхідність у інклюзивному розвитку, який буде максимально розвивати економіку України, адже цей розвиток передбачає залучення всіх суб'єктів до загальної системи відносин з повною реалізацією своїх можливостей, а також залучення до світогосподарських взаємозв'язків.

Ця необхідність у інклюзивному розвитку економіки зумовлена тим, що даний розвиток буде саме «системний» і є прогресивною моделлю економічного розвитку. Сприяння інклюзивному розвитку визначається як одна з пріоритетних цілей проекту «Стратегії сталого розвитку України до 2030 року». Тобто цей розвиток спонукає до повної, всебічної, ефективної участі нашої держави в міжнародних економічних відносинах [9].

Отже, з вищевказаного дослідження можна зробити такі висновки, а саме: основним рушієм зростання та розвитку сучасної економіки України слід розглядати внутрішній ринок на товари як споживчого, так і інвестиційного призначення, й саме стимулювання цього попиту мало б складати головний зміст державної політики зростання.

В подальшому стимулювати і активно залучати іноземні інвестиції, при цьому необхідно консолідувати фінансові ресурси та їх переспрямовувати на здійснення прямих бюджетних інвестицій; заохочувати великий та середній бізнес до інвестиційної діяльності; малий бізнес слід підтримувати консолідацією фінансового потенціалу.

При пандемії в країні для стабілізації та подальшого розвитку економіки України слід створювати стратегії щодо соціально-орієнтованої ринкової економіки на базі розвитку перспективи секторів власного вітчизняного виробництва, модернізації та створення умов для швидкої активізації малого бізнесу (фермерства тощо).

Також потрібно створювати Урядом нашої держави сприятливі умови для розвитку підприємства, адже таке сприяння надасть збалансовану структуру виробництва за допомогою виваженої:

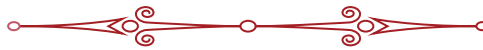
- фіскальної політики;
- монетарної політики;
- валютної політики;
- здійснення державної підтримки певних галузей.



Однак слід враховувати, що це повинен бути тільки комплексний підхід до вирішення цієї проблеми, яка і дозволить забезпечити економічний розвиток в Україні.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Свидло Г. І.

Література: 1. Кузина О. Ю., Сас А.-М. Я. Роль посередників на міжнародному ринку в сфері зовнішньоторгової діяльності. *Російський внешнеэкономический вестник*. 2019. № 10. С. 82–87. URL: [http://www.rfej.ru/rvv/id/80030f5e7/\\$file/82-87.pdf](http://www.rfej.ru/rvv/id/80030f5e7/$file/82-87.pdf). 2. Послуги посередників у міжнародній торгівлі // Реферати українською. URL: https://ua-referat.com/Послуги_посередників_у_міжнародній_торгівлі. 3. Резнікова В. Економічна сутність посередництва. *Вісник Хмельницького національного університету*. URL : http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2009_4_3/pdf/228-234.pdf. 4. Трушкіна Н. І. Сутність посередницької діяльності торговельного підприємства та її місце в соціально-економічному розвитку України. *Економіка та управління підприємствами. Причорноморські економічні студії*. 2016. № 10. С. 145–149. 5. Трушкіна Н. І. Сутність торговельного посередництва у системі маркетингу. *Вісник ОНУ імені І. І. Мечникова*. 2013. № 3/3. С. 116–119. 6. Блажкун О. Ю., Тимошенко Н. Ю. Шляхи вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності підприємства. *Актуальні проблеми економіки та управління : зб. наук. пр. молодих вчених*. 2016. Вип. 10. С. 1–6.



СТРАТЕГІЯ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АГРОПРОМИСЛОВОГО СЕКТОРА

УДК 338.332

Супрун А. О.

Магістрант 1 року навчання
факультету фінансів і обліку ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті розкрито сутність фінансових ресурсів підприємства, наведено класифікацію джерел їх формування, запропоновано основні напрямки ефективного використання фінансових ресурсів як основи фінансового забезпечення господарської діяльності підприємств.

Ключові слова: фінансові ресурси, фінансове забезпечення, господарська діяльність.



Annotation. The article deals with the nature of financial resources, are classified sources of their formation, The main directions of the effective use of financial resources as the basis for the financial support of economic activity.

Keywords: financial resources, financial provision, economic activity.



У процесі розвитку ринкових відносин в Україні у багатьох підприємств можна було спостерігати нестачу фінансових ресурсів. Це обумовлено втратою власних коштів через їх неприбуткову діяльність, недосконалістю податкової системи, зростанням рівня інфляції, високою вартістю залучених ресурсів. Недостатня кількість фінансових ресурсів підприємства впливає на його виробничу діяльність і призводить до появи заборгованостей перед працівниками, державою та іншими суб'єктами господарювання. Фінансові ресурси, їх джерела фінансу-



вання та структура мають великий вплив на забезпечення виробничої діяльності підприємства. Достатні обсяги фінансових ресурсів забезпечують безперервність виробничої діяльності підприємства, оптимальна структура розподілу призводить до зростання конкурентоспроможності продукції та ефективної діяльності, а стабільні джерела функціонування зміцнюють його платоспроможність. На сьогодні джерела формування фінансових ресурсів нестабільні.

Для забезпечення виробничої діяльності підприємствам недостатньо власного капіталу. Розподіл власного капіталу не відповідає оптимальним розмірам, що спонукає до збільшення матеріальних запасів або ж їх дефіциту. Фінансове забезпечення виробничої діяльності підприємства проводиться за допомогою фінансового планування, в результаті можливо визначити обсяги та джерела фінансових ресурсів, обсяги збуту продукції та економічне становище підприємства [1].

Формування оптимальної структури фінансових ресурсів підприємства є складним та важливим елементом формування капіталу підприємства [2].

Підприємство має побудувати структуру джерел фінансування, спираючись на цілі та критерії оптимізації. Цих цілей може бути декілька. Комплекс цих цілей буде визначатися комплексом використовуваних фінансових ресурсів підприємства.

Такими цілями можуть бути: зростання доходу власників підприємства від їх участі у капіталі, забезпечення контролю підприємства та інші цілі. Виходячи із цих цілей керівництво підприємства зацікавлене у залученні якнайбільших обсягів фінансових ресурсів. Залучення цих ресурсів забезпечить максимальний розвиток підприємства та збереже певний рівень прибутковості. Для розширення діяльності підприємству потрібно збільшити суму власного капіталу. Зростання його суми призведе до скорочення суми залучених коштів, підвищить його кредитоспроможність і фінансову незалежність [3].

Для того щоб підприємство за недостатнього рівня фінансування не стикнулося із певними негативними явищами, фінансові менеджери змушені розробити політику джерел формування фінансових ресурсів підприємства. Наявність необхідних розмірів фінансових ресурсів збільшать фінансову стійкість і платоспроможність підприємства [4].

Оптимізація фінансових ресурсів підприємства є однією з важливих задач фінансового менеджменту. На ефективність формування фінансових ресурсів впливає ефективність менеджменту підприємства. На українських підприємствах рівень менеджменту невисокий. Це проявляється відсутністю цілісного підходу до питань фінансового управління підприємством, неналагодженою системою відносин між працівниками і керівниками, недостатнім досвідом фінансового управління.

Фінансові менеджери не володіють навиками практичного застосування фінансового аналізу, на основі якого приймаються управлінські рішення. Вирішити проблему із недостатньою кваліфікацією менеджерів можна за допомогою проведення бізнес-тренінгів, введення системи фінансового контролінгу та впровадження ефективної інформаційної системи [5].

Підприємство, що у своїй діяльності використовує тільки власний капітал, який має найвищу фінансову стійкість, але немає приросту прибутку на вкладений власний капітал, а підприємство, що використовує залучені кошти, має вищий фінансовий потенціал та можливості приросту рентабельності власних фінансових ресурсів, але немає такої ж високої фінансової стійкості [6].

Вагому частку у формуванні фінансових ресурсів підприємства відіграє вибір джерел фінансових ресурсів підприємства, однак на практиці підприємства не можуть бути використані всі джерела формування. Важливим джерелом формування і підтримки на необхідному рівні власних фінансових коштів є амортизаційні відрахування і повне відновлення основних фондів підприємства.

Під час оцінювання вартості джерел фінансування присутні недоліки, які не дозволяють прийняти найкраще рішення навіть при виборі оптимального методу. Найбільш поширеними з них є такі:

- переважно звертається увага тільки на плату за користування позичковими коштами без урахування додаткових витрат, не враховуючи те, що їх сума може бути значною;
- не звертається увага на час, який при довгостроковому фінансуванні може вплинути на вартість залучених коштів, сум платежів за користування ними та повернення боргу;
- критерій оптимізації не завжди є аргументованим;
- економіко-математична модель, не враховує значних обмежень, які пов'язані із забезпеченням фінансової стійкості та платоспроможності підприємства.



Усі ці недоліки можуть впливати не тільки на довгострокове фінансування, а і на короткострокове. При виборі варіанта для фінансового забезпечення на довготривалу перспективу ступінь їх значущості та вплив на економічну доцільність варіанта фінансування є суттєвим.

Практично встановлено, що використання окремих методів структури ресурсів підприємства можна отримати різні результати. Тому для конкретнішої оцінки витрат для фінансування та уникнення недоліків потрібно розглянути вартість фінансових ресурсів, тобто ту суму коштів, яка виплачується за використання певного обсягу залучених фінансових ресурсів протягом терміну їх використання. Існує комплексна модель оптимізації джерел фінансування підприємства. Застосування цієї моделі не тільки забезпечує при проведенні оптимізації структури фінансових ресурсів врахування всіх розглянутих вище критеріїв, а і дає змогу оптимізувати структуру позичкового капіталу. Але у критерію мінімізації рівня фінансових ризиків автор пропонує розглядати коефіцієнт автономії, тому ця методика пропонується для підприємств на початковому етапі свого розвитку, при створенні нового підприємства, при зміні розмірів існуючого підприємства, при вирішенні питань про реінвестування прибутку.

Для забезпечення фінансової стійкості підприємства фінансування необоротних та оборотних активів буде проведене за рахунок власного капіталу та кредиту на тривалий термін. Інша половина змінної частини оборотних активів буде фінансуватися за рахунок кредиту на короткий термін, товарного кредиту та кредиторської заборгованості підприємства.

Підприємства мають потребу у достатньому обсязі фінансування своєї діяльності, яке залежить від обігу його активів та пасивів. Оптимальним варіантом передбачено, що підприємство фінансується переважно за допомогою довгострокових пасивів, а прирівняні до них засоби за рахунок довгострокових джерел. Високий рівень цього фінансування позитивно впливає на стан підприємства [7].

Найважливішою проблемою формування фінансових ресурсів є низька інвестиційна привабливість українських підприємств, використання застарілих технологій, висока зношеність основних засобів, низький рівень попиту на продукцію, низька конкурентоспроможність підприємств. Проблема низької конкурентоспроможності пов'язана з недостатнім обсягом джерел фінансування для оновлення виробничого обладнання. Це спонукає до того, що довгострокові ресурси використовуються підприємством для вирішення поточних завдань. Результатом цього є покращення платоспроможності у короткостроковому періоді, але у довгостроковому періоді фінансова стійкість знижується.

Підприємствам в сучасних умовах не доцільно надати перевагу якомусь одному джерелу формування фінансових ресурсів. Це призводить до негативних наслідків. Доцільно було б віднести до методів формування фінансових ресурсів також податкове і фінансове планування. Ці методи допоможуть реалізувати функції фінансових ресурсів та проявити їх суть. Відповідно до цього методу інтереси держави і підприємств збігатимуться, тому що першочерговим завданням держави і підприємства в Україні, як і раніше, залишається зміцнення їх фінансової незалежності. Економічне зростання підприємства та суспільне виробництво в цілому залежить від того ефективного вирішення податкових проблем, при формуванні його стратегії розвитку.

Основними проблемами, які впливають на процес формування джерел фінансових ресурсів, є:

1. низький рівень інвестиційної привабливості підприємства;
2. низький рівень фінансової прозорості для інвесторів і кредиторів;
3. низький рівень підготовки менеджерів;
4. відсутність цілісної системи фінансового управління підприємством.

Для удосконалення оптимізації джерел формування фінансових ресурсів підприємства можна запропонувати такі шляхи:

1. підвищення кваліфікації працівників, які відповідають за управління фінансами підприємств;
2. розроблення якісно нових підходів до організації роботи у сфері фінансування підприємства;
3. формування інформаційного забезпечення, необхідного підприємству;
4. вибір ефективних джерел залучення фінансових ресурсів за допомогою проведення розрахунків вартості залучення ресурсів з кожного з джерел;
5. забезпечення підприємства необхідним обсягом фінансових ресурсів для його потреб;
6. покращити структури фінансових ресурсів;

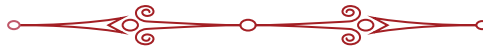


7. забезпечення контролю за станом фінансових ресурсів, за допомогою якого можна буд оцінити вплив якості управління фінансовими ресурсами на рівень рентабельності та динаміку розвитку підприємства.

При дотриманні цих рекомендацій за невеликий проміжок часу підприємство зможе оптимізувати джерела формування фінансових ресурсів та підвищити його фінансову стійкість, і зберегти позиції на ринку.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Журавльова І. В.

Література: 1. Чупіс А. В. Оцінка, аналіз, планування фінансового середовища підприємства. Суми : Довкілля, 2005. 368 с. 2. Бланк І. О. Фінансовий менеджмент. Київ : Ельга, 2008. 722 с. 3. Качмарик Я. Д., Хуткий Р. І. Ефективність формування фінансових ресурсів підприємств. *Фінанси України*. 2008. № 10. С. 138–144. 4. Юринець В. Є. Теоретико-ігрова оцінка тенденцій соціально-економічного розвитку держави. *Вісник Львівського університету. Серія : Економіка*. 2005. Вип. 34. С. 41–47. 5. Бойко Є. М. Сучасний стан та проблеми процесу формування фінансових ресурсів підприємства в Україні. *Молодий вчений*. 2016. № 5. С. 15–16. 6. Мельник О. В. Особливості функціонування фінансових ресурсів в системі управління підприємством. *Галицький економічний вісник*. 2012. № 3 (36). С. 108–116. 7. Петренко Ю. В. Оптимізація джерел фінансових ресурсів підприємств. *Фінанси України*. 2009. № 6. С. 91–95.



ФАКТОРНИЙ АНАЛІЗ ПРИБУТКОВОСТІ ДНВП «ОБ'ЄДНАННЯ КОМУНАР»

УДК 519.115

Татьянченко К. С.

Студент 4 курсу
факультету фінансів і обліку ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Обґрунтовано доцільність застосування факторного аналізу прибутковості щодо забезпечення та збільшення прибутковості, прискорення оборотності активів і складових їх частин.

Ключові слова: прибутковість, факторний аналіз, фактор ділової активності, фактор платоспроможності, фактор забезпеченості власними оборотними коштами.



Annotation. The expediency of applying factor analysis of profitability to ensure and increase profitability, accelerate the turnover of assets and their components is substantiated.

Keywords: profitability, factor analysis, business activity factor, solvency factor, own working capital provision factor.



Всі явища і процеси господарської діяльності підприємств знаходяться у взаємозв'язку, взаємозалежності і обумовленості. Одні з них безпосередньо пов'язані між собою, інші – непрямо. Наприклад, розмір прибутку від основної діяльності залежить від обсягу і структури продажів, ціни і собівартості одиниці продукції. Всі інші фактори впливають на цей показник побічно [2].



Одним із методів, які дають змогу визначити залежності між величиною чистого прибутку і факторами, які впливають на його розмір, виступає факторний аналіз [3]. В ході проведення факторного аналізу керівництво підприємства отримує необхідну інформацію для того, щоб розробляти ефективну стратегію і тактику розвитку виробництва, визначити і оцінити резерви збільшення прибутку і рентабельності, знайти способи їх мобілізації.

Перевагами факторного аналізу є те, що він дає змогу побачити рівень фінансового стану на підприємстві протягом кожного звітного періоду і простежити тенденцію його зміни шляхом визначення ключових факторів впливу на основні показники [3].

До недоліків факторного аналізу можна віднести: трудомісткість, значна кількість показників і факторів для аналізу, можливість отримання різних значень виходячи із обраної моделі розрахунку й ін. [3].

Факторний аналіз проводиться в програмі STATISTICA – це універсальна інтегрована система, призначена для статистичного аналізу і обробки даних [6].

Проведення факторного аналізу прибутковості передбачає проведення аналізу за етапами. На першому етапі потрібно обрати фактори, які впливають на прибутковість підприємства. На прибутковість підприємства можуть впливати такі чинники: ліквідність, платоспроможність, фактори оборотності та маневреність власних оборотних коштів [5].

На другому етапі факторного аналізу проводиться розрахунок необхідних показників для проведення аналізу.

Для проведення факторного аналізу обрано кількість спостережень, яка для факторного аналізу повинна бути в $(2n + 1)$ разів більше за кількість змінних. Змінні можуть бути абсолютними і відносними, стандартизувати їх не потрібно.

Для проведення факторного аналізу прибутковості ДНВП «Об'єднання Комунар» були обрані квартальні показники за період з 2017 року по 2020 рік.

Таким чином, загальна кількість періодів, за якими проводиться дослідження, складає 16 кварталів.

На третьому етапі факторного аналізу прибутковості проводиться розрахунок впливу факторів, оцінка ролі кожного з них у зміні величини прибутковості підприємства. Цей етап проводиться за допомогою програми STATISTICA, в яку імпортуються вхідні показники [4] (рис. 1).

Для того щоб провести факторний аналіз прибутковості та визначити кількість факторів, було запропоновано два критерії – критерій Кайзера та критерій відсіювання Р. Кеттелла [3].

Критерій Кайзера передбачає, що кількість факторів дорівнює кількості компонент, власні значення яких перевищують 1 [3].

За критерієм Кайзера було виділено три фактори, які впливають на прибутковість ДНВП «Об'єднання Комунар» за досліджуваній період, тобто за 2017–2020 рр. (рис. 2).

Отже, основними характеристиками значущості головних компонент є: відсоток загальної пояснювальної дисперсії, кумулятивні власні числа, кумулятивна дисперсія.

Власне значення за першим фактором дорівнює 2,778955, загальна дисперсія (Total Variance) на рівні 34,73 %. Тобто обраний перелік показників описує модель всього лише на 34,73 %. За другим фактором власне значення дорівнює 2,433348, загальна дисперсія (Total Variance) на рівні 30,41 %. Тобто обраний перелік показників описує модель всього лише на 65,15 %. Третій фактор має власне значення, яке дорівнює 2,053604, загальна дисперсія (Total Variance) на рівні 25,67%.

Таким чином, разом виділені компоненти пояснюють 90,82 % загальної дисперсії.

Далі розглянемо факторні навантаження (рис. 3) – кореляція між змінними та виділеними факторами [3; 6].

Отримані факторні навантаження та їх інтерпретація допоможуть виявити певні закономірності. Факторні навантаження повинні об'єднати змінні у групи, для яких коефіцієнти кореляції з фактором приймають найбільші значення по одній групі, а по іншій – найменші [3; 6].

Перший фактор проявляє свій вплив на прибутковість підприємства через коефіцієнт оборотності запасів, коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості та коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості.

	1	2	3	4	5	6	7	8
	коэф. абсолютної лінійності	коэф. (автономії)	коэф. маневреності власного капіталу	коэф. поточної ліквідності	коэф. оборотності запасів	коэф. оборотності дебіторської заборгованості	коэф. оборотності кредиторської заборгованості	В
1	0,0777	0,7045	0,4863	2,2540	1,2854	1,1738	1,0270	107425
2	0,3336	0,6168	0,4904	1,8367	2,8018	2,3482	1,6576	108712
3	0,2685	0,6760	0,4758	2,0464	3,9571	3,4247	2,7107	112309
4	0,0800	0,6928	0,4744	2,1305	5,7861	4,8818	5,3296	110471
5	0,4670	0,5774	0,4823	1,6879	0,9005	0,9229	0,5996	112883
6	0,3068	0,6019	0,4790	1,7503	2,5300	2,3962	1,9544	112316
7	0,2235	0,6324	0,4979	1,8944	4,1153	3,7865	3,8652	119728
8	0,2084	0,5978	0,4851	1,6871	5,5690	5,4370	4,7941	113218
9	0,1006	0,6374	0,4971	1,8391	1,3881	1,4309	1,2273	116622
10	0,0469	0,6252	0,5082	1,8088	2,7157	2,4698	3,2138	119485
11	0,0954	0,6189	0,5222	1,8097	4,2557	4,1855	3,4345	122999
12	0,1387	0,5599	0,5247	1,6345	5,2406	5,7070	3,6762	122621
13	0,1869	0,6292	0,5351	1,9081	0,4677	1,6084	0,8331	123779
14	0,1520	0,6418	0,5400	1,9677	0,9768	2,7486	1,6884	127348
15	0,1145	0,6761	0,5464	2,1406	1,5368	4,4078	3,9198	139287
16	0,1986	0,6506	0,5428	2,0110	2,0420	6,5006	3,8551	127074

Рис. 1. Вхідні данні для проведення факторного аналізу прибутковості підприємства (2017–2020 рр.)



Eigenvalues (Spreadsheet34)				
Extraction: Principal components				
Value	Eigenvalue	% Total variance	Cumulative Eigenvalue	Cumulative %
1	2,778955	34,73694	2,778955	34,73694
2	2,433348	30,41685	5,212303	65,15379
3	2,053604	25,67006	7,265908	90,82385

Рис. 2. Вибір факторів впливу на прибутковість за критерієм Кайзера

Variable	Factor Loadings (Biquartimax normalized)		
	Factor 1	Factor 2	Factor 3
Коеф. абсолютної ліквідності	-0,309024	-0,797809	-0,377390
Коеф. (автономії)	-0,039762	0,981482	-0,095340
Коеф. маневреності власного капіталу	-0,044031	0,059119	0,985260
Коеф. поточної ліквідності	-0,094069	0,963171	0,005689
Коеф. оборотності запасів	0,916768	-0,118283	-0,313732
Коеф. оборотності дебіторської заборгованості	0,892258	0,005002	0,328344
Коеф. оборотності кредиторської заборгованості	0,978164	0,100678	0,017455
ВОК	0,049990	-0,017386	0,978261
Expl.Var	2,703757	2,276331	2,285820
Prp.Totl	0,337970	0,284541	0,285728

Рис. 3. Факторні навантаження за критерієм Кайзера

Другий фактор об'єднує у собі вплив коефіцієнта абсолютної ліквідності, коефіцієнта автономії та коефіцієнта поточної ліквідності.

Третій фактор впливає на прибутковість підприємства через коефіцієнт маневреності власного капіталу та величину оборотних коштів.

Можна зробити висновок, що перший фактор характеризує оборотність ДНВП «Об'єднання Комунар», другий фактор характеризує платоспроможність підприємства, третій фактор характеризує маневреність власних оборотних коштів підприємства.

За критерієм Р. Кеттелла виділено також, як і за критерієм Кайзера, три фактори, тому що показники п'ятого фактору не мають потрібної кореляції. Четвертий фактор відображає вплив лише одного показника, тому його розглядати недоцільно (рис. 4).

Variable	Factor Loadings (Quartimax raw) (Raschety (Автокохр				
	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	-0,213953	0,351935	-0,268475	0,869958	0,000003
Коефіцієнт платоспро-ті (автономії)	-0,007767	0,982635	-0,066589	0,147130	-0,047973
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	-0,031739	0,024290	0,978233	0,108487	0,128378
Коефіцієнт поточної ліквідності	-0,045866	0,990496	0,045698	0,059476	0,046602
Коефіцієнт оборотності запасів	0,885218	-0,181141	-0,348552	0,155326	-0,102670
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	0,920723	0,006784	0,330404	-0,046201	0,187155
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	0,984509	0,072851	0,012028	0,067204	-0,073737
ВОК	0,063273	-0,044438	0,983955	0,070023	-0,135543
Expl.Var	2,653549	2,111241	2,234509	0,829460	0,090332
Prp.Totl	0,331694	0,263905	0,279314	0,103683	0,011291

Рис. 4. Факторні навантаження за критерієм Р. Кеттелла

Отже, факторний аналіз прибутковості ДНВП «Об'єднання Комунар» показав, що на прибутковість підприємства впливають три групи факторів – фактор ділової активності, фактор платоспроможності та фактор забезпеченості власними оборотними коштами.

Для забезпечення та підвищення прибутковості підприємства необхідно надалі аналізувати вплив зазначених факторів, адже ці фактори описують побудовану модель на 90,82 %.



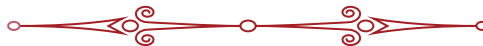
Використання факторного аналізу прибутковості та перевірки кількості факторів за критерієм Кайзера можна виявити структуру економічних факторів, що мають вплив на функціонування підприємства та сформулювати узагальнені фактори економічного розвитку – які описують 90,82 % загальної дисперсії.

Проведений факторний аналіз прибутковості забезпечує можливість прийняти рішення щодо забезпечення та збільшення прибутковості, прискорення оборотності активів і складових їх частин.

Також завдяки отриманим результатам аналізу можна вирішити завдання визначення ефективності використання прибутку підприємства, оцінити умови кредитування та ступінь ризику, своєчасного погашення зобов'язань підприємства перед бюджетами, банками й іншими контрагентами.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Голофаєва І. П.

Література: 1. Васьківська К. В., Сич О. А. Фінансовий менеджмент : навч. посіб. Львів : ГАЛИЧ-ПРЕС, 2017. 236 с. 2. Грачова М. Є. Фінансовий аналіз. URL: http://www.auditfin.com/fin/2004/1/fin_2004_11_rus_03_01_Gracheva. 3. Полещук І. Ф., Волощук Ю. В., Галкіна І. В. Особливості факторного аналізу прибутковості підприємства. URL: <http://intkonf.org/kpedn-poleschuk-if-voloschuk-yuv-galkina-ivosoblivosti-faktornogo-analizu-pributkovosti-pidpriemstva>. 4. Офіційний сайт ДНВП «Об'єднання Комунар». URL: <http://www.tvset.com.ua/ukraine>. 5. Романова Т. В., Доровський Є. О. Чинники, що впливають на збільшення прибутку сучасних підприємств в Україні. *Ефективна економіка*. 2015. № 4. С. 56–62. 6. Фетісов В. С. Пакет статистичного аналізу даних STATISTICA : навч. посіб. Ніжин : НДУ ім. М. Гоголя, 2018. 114 с.



ПРОБЛЕМИ ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ МОЛОДІ В УКРАЇНІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

УДК 331.57

Тімаков К. В.

Студент 1 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Проаналізовано проблему працевлаштування молоді в Україні. Розкрито сутність і особливості поняття «безробіття молоді». Розглянуто актуальні проблеми безробіття. Надано пропозиції, спрямовані на вирішення проблем працевлаштування молоді.

Ключові слова: безробіття молоді, рівень безробіття, молоді фахівці, зайнятість, методи боротьби з безробіттям, населення, причини безробіття, робоча сила, ринок праці, економіка, попит та пропозиція на працю.



Annotation. This article analyzes the problem of youth employment in Ukraine. The essence and features of the concept of youth unemployment are revealed. Actual problems of unemployment are considered. Proposals aimed at addressing youth employment problems have been provided.

Keywords: youth unemployment, unemployment rate, young professionals, employment, methods of combating unemployment, population, causes of unemployment, labor force, labor market, economy, demand and supply of labor.





У сучасних умовах розвитку соціально-економічних відносин все більшої актуальності набуває проблема забезпечення зайнятості молоді на ринку праці. Особи молодого віку, які складають майбутній трудовий потенціал будь-якої країни, наразі є найменш захищеною категорією робочої сили, яка характеризується невисокою конкурентоспроможністю на ринку праці.

Вивченню різних аспектів формування і розвитку молодіжного ринку праці, а також проблемам забезпечення ефективної зайнятості молоді присвятили свої роботи такі вчені, як, зокрема, Лібанова А. С., Лісогор І. Є., Боришук А. О., Семенова К. Д., Мельник С. П., Пасічніченко С. В., Раєвнева О. В., Штанська О. В.

Метою написання статті є аналіз проблем працевлаштування молоді в Україні та надання пропозицій щодо вирішення цих проблем.

На сьогодні склалась така ситуація, за якої, з одного боку, гарантії трудових прав, передбачених законодавством, можуть бути реалізовані лише за умови нормально функціонуючої економіки, з іншого – економіка не може бути відновлена без належного сучасного правового забезпечення трудових відносин.

Невирішеність проблем у сфері зайнятості молодих осіб, чисельність яких складає в Україні чверть від загальної кількості населення працездатного віку, призводить до втрати та погіршення якості трудового потенціалу держави, унеможливує забезпечення динамічного економічного зростання, посилює соціальну напруженість у суспільстві, призводить до зміни ціннісних орієнтацій у бік поширення тіньової зайнятості [4].

Безробіття серед молодого населення має цілий ряд негативних наслідків, серед яких:

- 1) погіршення демографічної ситуації через фінансову неспроможність осіб репродуктивного віку народжувати та виховувати дітей;
- 2) скорочення тривалості життя, зростання смертності через фінансову неспроможність молодих осіб користуватися послугами медичних і спортивно-оздоровчих закладів;
- 3) зниження якісних характеристик трудового потенціалу, рівня набутих знань та їх старіння внаслідок тривалого періоду пошуку роботи;
- 4) погіршення криміногенної ситуації, зростання кількості злочинів та правопорушень;
- 5) зростання рівня трудової еміграції, що спричинене пошуком гідної роботи та оплати праці у інших країнах;
- 6) втрата мотивації до праці та віри в свої сили, зростання соціальної напруженості.

З метою детального аналізу провідних тенденцій на ринку праці в контексті населення молодого віку цільно визначити показники економічної активності, зайнятості та безробіття [1].

За даними Державної служби статистики України, кількість економічно активного населення віком від 15 до 34 років протягом 2017–2019 рр. зменшилася на 10 % (табл. 1). При цьому саме молодь складає значну частку усього економічно активного населення.

Таблиця 1

Динаміка кількості економічно активного населення (ЕАН) в Україні [5]

Показники	2017 р.	2018 р.	2019 р.
Кількість ЕАН тис. осіб	16156,4	16361,1	16578,3
у т.ч. 15-34 р., тис. осіб	5622,3	4154,2	5566,5
у % до ЕАН	34,8	25,39	33,6

Кількість економічно активного населення молодого віку зменшується, що відповідає загальній тенденції скорочення кількості економічно активного населення.

Питома вага економічно активної молоді у загальній кількості економічно активного населення має нестійку динаміку, однак за останні чотири роки також зменшилася. Щодо рівня зайнятості та його динаміки за віковими групами населення молодого віку ситуація також не характеризується позитивними тенденціями. Слід зазначити, що протягом 2017–2019 рр. відбувається зменшення відповідних показників рівня зайнятості.



Однак простежується певна нерівномірність цих змін, що пояснюється особливостями демографічної ситуації, зокрема, загальним старінням населення. За думкою вчених, сьогодні та протягом найближчого десятиліття в Україні чисельність тих, хто вступає до працездатного віку, буде меншою за чисельність осіб, які виходять із нього, що у цілому формує ситуацію, сприятливу для підвищення рівня зайнятості молоді.

Певними особливостями характеризуються показники зайнятості молоді згідно з розподілом за видами економічної діяльності. Було проаналізовано відповідні показники за 2019 рік порівняно з 2017 роком (табл. 2).

Таблиця 2

Зайнятість молоді за видами економічної діяльності [5]

	2017 р.	2019 р.	Відхилення у відсотках
Усього зайнято, тис. осіб	16156,4	16578,3	2,61
Сільське, лісове та рибне господарство	2860,7	3010,4	5,23
Промисловість	2440,6	2461,5	0,86
Будівництво	644,3	699	8,49
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	3525,8	3801,3	7,81
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	991,6	999	0,75
Тимчасове розміщування й організація харчування	276,3	304,0	10,03
Інформація та телекомунікації	274,1	289,2	5,51
Фінансова та страхова діяльність	215,9	211,6	-1,99
Операції з нерухомим майном	252,3	259,7	2,93
Професійна, наукова та технічна діяльність	415,8	421,6	1,39
Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	297,9	317,9	6,71
Державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування	979,7	870,5	-11,15
Освіта	1423,4	1388,7	-2,44
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	1013,6	974,2	-3,89
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	199,8	197,6	-1,10
Інші види економічної діяльності	344,6	372,1	7,98

Згідно з аналізом статистичної інформації можна зробити такі висновки. Серед галузей економічної діяльності найбільшою часткою зайнятої молоді характеризується оптова і роздрібна торгівля, промисловість та сільське та рибне господарство, що пояснюється престижністю аграрної праці та високим рівнем її оплати. Однак кількість осіб молодого віку, працюючих у сферах освіти, охорони здоров'я, державного управління та мистецтві, дещо зменшилася порівняно з 2019 роком. Зниження показників молодіжної зайнятості пов'язано із низьким рівнем оплати праці у цих сферах станом на 2019 рік.

Таким чином, серед основних причин незадовільної ситуації у сфері молодіжної зайнятості можна виділити такі. По-перше, це невідповідність попиту на кваліфікованих спеціалістів з їх пропозицією.

Однією з передумов цього явища є невідповідність потреб ринку праці та ринку освітніх послуг. Певні протиріччя між ринком праці та освітою виникли ще у 90-х роках. Так, попит збільшувався в основному на працівників сфери послуг, що мають практичні навички роботи і відповідний досвід [7]. Тому в сучасних умовах існує необхідність приведення у відповідність потреб ринку праці та освітніх вимог. Другою причиною є те, що молоді фахівці обирають професію не за бажанням та здібностями, а за рівнем майбутніх доходів, тобто заробітної плати.

Проведений аналіз стану молодіжної зайнятості засвідчив, що ефективному працевлаштуванню молоді на українському ринку праці заважають не тільки суб'єктивні умови, які залежать від шукачів роботи, а ще й відсутність дієвого державного механізму регулювання процесів працевлаштування випускників навчальних закладів [2].



З метою пошуку шляхів вирішення цієї проблеми доцільно звернутися до зарубіжного досвіду. У розвинутих країнах світу молодь розглядається як цінний капітал, ефективне використання якого здатне забезпечити державі гідне майбутнє.

Показовим є досвід Швеції, яка виступає прикладом побудови ефективної моделі соціального добробуту. Головним напрямком державної політики зайнятості при цьому є превентивні заходи щодо запобігання безробіттю, а не сприяння тим, хто вже втратив роботу [8].

На відміну від шведської моделі державної політики, політика США у сфері зайнятості передбачає досить обмежені заходи та регулювання окремих аспектів лише в контексті підтримки соціально незахищених категорій молоді. Особливого значення в сучасних умовах набуває стимулювання само зайнятості та розвиток малого і середнього бізнесу. Саме цим напрямом приділяється увага у Великій Британії. Держава надає підтримку безробітним у процесі заснування власного бізнесу.

Однак фінансування молодіжних програм у розвинутих країнах Європи та США відбувається не лише за рахунок держави, а й за участю бізнес-структур у контексті їх соціальної відповідальності за майбутнє країни [8].

Отже, система працевлаштування у зарубіжних країнах забезпечується діяльністю державних служб зайнятості та приватних агентств з працевлаштування. У нашій країні, на жаль, механізм забезпечення продуктивної зайнятості фактично не є дієвим.

Згідно з законодавством України держава зобов'язана забезпечувати підтримку підприємницької ініціативи безробітних, зокрема молоді, через здійснення виплати одноразової допомоги по безробіттю для організації підприємницької діяльності, сприяння створенню роботодавцями додаткових робочих місць для працевлаштування безробітних [6].

Однак недостатнє фінансування заходів державної політики зайнятості не забезпечує повної їх реалізації.

Враховуючи досвід зарубіжних країн, в Україні доцільним є формування системи заходів молодіжної політики зайнятості не лише за допомогою державних механізмів, зокрема державної служби зайнятості, а й приватних рекрутингових агентств.

Важливим є і встановлення партнерських відносин між підприємствами та представниками бізнес-структур, органів державної влади та закладів вищої освіти; направлених на забезпечення механізму регулювання зайнятості та вирішення проблеми безробіття.

Діалог освіти, влади і бізнесу має стати основою для реалізації заходів, спрямованих на підвищення рівня молодіжної зайнятості. Серед основних напрямів цього співробітництва слід виділити такі:

- 1) удосконалення законодавчої бази в контексті пільгового оподаткування підприємств, які приймають на роботу молодих працівників за програмами професійного навчання державних служб зайнятості; а також часткової компенсації витрат на їх заробітну плату;
- 2) оновлення стандартів освіти на формування системи компетенцій з урахуванням вимог роботодавців; участь роботодавців у формуванні науково-методичного забезпечення навчальних дисциплін;
- 3) розширення можливостей практичної підготовки студентів ЗВО; стажування студентської молоді;
- 4) залучення потенційних роботодавців до навчального процесу у закладах вищої освіти; проведення спільних лекцій, семінарів і тренінгів;
- 5) виконання науково-технічних розробок, дипломних робіт, участь студентської молоді у розробці проєктів на замовлення роботодавців [3].

Важливе значення в процесі побудови ефективної взаємодії освіти і бізнесу мають технології навчання, які повинні не лише враховувати останні зміни та нововведення в конкретній сфері вивчення, а й базуватися на інтерактивних складових навчання.

З боку роботодавців важливим є надання відповідної інформації та активна участь у процесі навчання майбутніх фахівців. Як результат – отримання підприємствами висококваліфікованих працівників, повністю адаптованих до конкретної сфери роботи.

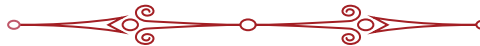
Отже, з метою вирішення проблеми молодіжної зайнятості необхідним є формування ефективної державної політики, направленої на стимулювання самозайнятості та підприємницької активності молоді; удосконалення законодавчої бази в контексті пільгового оподаткування підприємств, що приймають на роботу мо-



лодих працівників; активний контроль та моніторинг показників ринку праці та ринку освітніх послуг з метою вчасного коригування та вжиття необхідних заходів, а також проведення превентивної політики молодіжної зайнятості.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пивавар І. В.

Література: 1. Борищук А. О., Семенова К. Д. Аналіз безробіття в Україні. *Статистика – інструмент соціально-економічних досліджень*. 2017. № 3 (I). С. 29–34. 2. Лібанова Е. М. Молодь та молодіжна політика в Україні: соціально-демографічні аспекти. Київ : ІДСД ім. М. В. Птухи НАН України, 2018. 248 с. 3. Лісогор С. Інноваційні технології працевлаштування незайнятого населення. URL: http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Rpzn/2008-2/08llsprnn.pdf. 4. Мельник С. П. Демографічна ситуація в Україні: стан, головні проблеми та способи їх вирішення. *Україна: аспекти праці*. 2015. № 1. С. 22–25. 5. Державна служба статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua/>. 6. Пасічниченко С. В. Соціальний захист молоді у сфері працевлаштування як знаряддя реалізації державної політики зайнятості. *Соціальна робота в Україні: теорія і практика*. 2016. № 12. С. 151–161. 7. Раєвнева О. В., Нос І. Є. Молодь на ринку праці в Україні: оцінка сучасного стану зайнятості. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Вип. 2. С. 322–327. 8. Штанська О. В. Зарубіжний досвід взаємодії державної молодіжної політики та політики зайнятості. URL: <http://82-117-235-189.gpon.sta.kh.velton.ua/e-book/db/2008-1/doc/5/08.pdf>.



ІМПОРТОВАНА ІНФЛЯЦІЯ

УДК 336.748.12

Тимошенко О. В.

Лаптев О. О.

Студент 1 курсу
факультету міжнародної економіки і підприємництва ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У цій роботі проаналізовано явище інфляції, що пов'язане з політикою імпорту товарів і послуг. Було виявлено та розглянуто можливі ендогенні та екзогенні причини стрімкого підвищення інфляційних процесів в країнах, які активно імпортують товари.

Ключові слова: імпорт, інфляція, зовнішньоекономічні чинники, міжнародні відносини, глобалізація й інфляція.



Annotation. In this paper the phenomenon of inflation associated with the policy of imports of goods and services was analyzed. Possible endogenous and exogenous reasons for the rapid increase in inflation in countries that actively import goods were identified and considered.

Keywords: imports, inflation, foreign economic factors, international relations, globalization and inflation.



Постановка проблеми. На сьогодні копівке спостереження за інфляційними процесами в державі є однією з найважливіших задач економічного аналізу спеціалістів для підтримки стану рівноваги в економіці з метою проведення політики щодо зменшення волатильності стосовно ринків товарів, послуг, фінансів й уникнення кризових ситуацій.



Метою статті є розгляд й аналіз щодо інфляційних процесів, що, насамперед, спричинені імпортуванням товарів і послуг.

Виклад основного матеріалу. В часи глобалізації економіки й активного розвитку інтернаціоналізації господарської діяльності, що являє собою не що інше як постійно зростаючий взаємозв'язок підприємств та ринків держав всього світу, як результат збільшення об'єму й різноманітності міжнародних угод, пов'язаних з товарами, послугами, світових потоків капіталу, а також через більш широку дифузії технологій посилюється роль зовнішньоекономічних причин або факторів інфляції [1].

Спеціалісти надають таке визначення інфляції пов'язаної з імпортом: імпортована інфляція – «перенесення» інфляції із країни – торговельного партнера внаслідок різкої зміни паритету купівельної спроможності національних валют обох країн і накопичення несплачених зобов'язань [2].

Такий вид інфляції пов'язаний з зовнішньоекономічними факторами, такими як:

підвищення цін на товари в державі «А», що спричиняє збільшення цін на товари імпорту й національну продукцію, в процесі вироблення якої задіяне імпортне паливо, сировина й інші ресурси для держави «Б», яка буде купувати ці товари, що, своєю чергою, спричиняє зростання інфляційних процесів, дестабілізацію ринку й виробництва, оскільки учасники ринку не мають достовірної інформації про рівень інфляції, орудуючи тільки очікуваним рівнем інфляції, руйнування й розшатування грошової системи в державі «Б»;

великим припливом іноземного капіталу (портфельних і прямих інвестицій) – чим більше держава відкрита для прямих іноземних інвестицій, тим більше буде вплив від інфляції «що передана зовні»;

зростання світових цін на експортні товари й послуги в короткостроковому періоді при незмінному курсі національної валюти – попит переміщується на товари-замінники вітчизняного вироблення, в результаті чого ціни стрімко підвищуються;

скорочення валютних резервів, збільшення виплат по внутрішньому або зовнішньому боргу, зниження сальдо торговельного балансу в результаті збільшення імпорту призводить до спаду курсу національної валюти, що є рівноцінним до внутрішнього подорожчання імпортованих товарів;

участь країни в регіональній інтеграції високого рівня, може стимулювати «передачу» інфляції з одної країни в іншу всередині групи (наприклад ЄС) за допомогою ефекту заміщення або перенаправлення торговельних потоків [3].

Виходячи з макроекономічної теорії первісний стан маленької країни характеризується значеннями $y_0, P_0, i_0 = i_0^z$ (рис. 1). Підвищення рівня цін за кордоном збільшує чистий експорт країни, що відображається зсувом лінії IS вправо ($IS_0 \rightarrow IS_1$). Утворився надлишок платіжного балансу, який знижує обмінний курс. Подальший розвиток залежить від режиму валютного курсу. При фіксованому валютному курсі Центральний банк купує девізи, збільшуючи кількість грошей в країні, і лінія LM зміщується вправо ($LM_0 \rightarrow LM_1$). Слідом за зрушеннями ліній IS і LM вправо переміщується крива сукупного попиту ($y_0^D \rightarrow y_1^D$).

Через підвищення рівня цін за кордоном в країні дорожчають імпортні і імпортозаміщаючі блага, що підвищує витрати виробництва і відбувається зміщення кривої сукупної пропозиції вправо ($y_0^S \rightarrow y_1^S$). В результаті підвищується вітчизняний рівень цін, і лінії IS і LM зсуваються вліво.

При плаваючому валютному курсі Центральний банк не змінює кількість грошей, що знаходяться в обігу, і лінія LM залишається в первісному положенні. Надлишок платіжного балансу трансформується в зниження обмінного курсу, тому скорочується чистий експорт благ, і лінія IS зсувається в зворотному напрямку ($IS_0 \rightarrow IS_1$).

В результаті крива сукупного попиту залишається на місці, зберігаючи незмінним рівень цін в країні. Так, плаваючий валютний курс перешкоджає імпорту інфляції в країну. Цей висновок правильний при прийнятих передумовах: досконала мобільність капіталу і очікування незмінності валютного курсу. Коли крива ZB_0 має позитивний нахил, тоді нульове сальдо платіжного балансу поєднується з нерівністю $i = \bar{i}$. У цьому випадку зростання рівня цін за кордоном супроводжується одночасним зниженням обмінного курсу і підвищенням рівня цін у країні.

Експорт палива Сполучених Штатів Америки за даними Щомісячної статистики міжнародної Торгівлі (ООН) за кінець четвертого кварталу 2016-го року до України склав 19,5 % у відсотковому відношенні від загального експорту товарів з США в Україну, й 210 мільйонів доларів в кількісному відношенні, скоротившись на 26 % порівняно з 2015 роком.

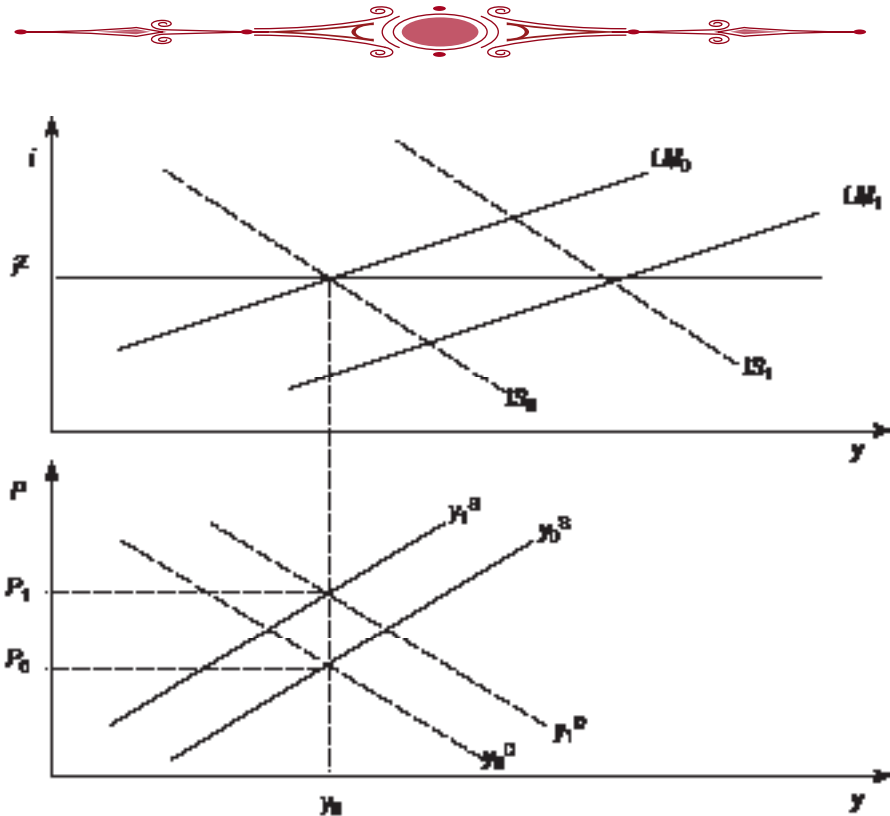


Рис. 1. Модель IS/LM

За офіційними даними Organization for Economic Co-operation and Development й Державної служби статистики України, можна прослідити динаміку індексу споживчих цін США та України на всі види палива за 2016 рік (рис. 2) [4].

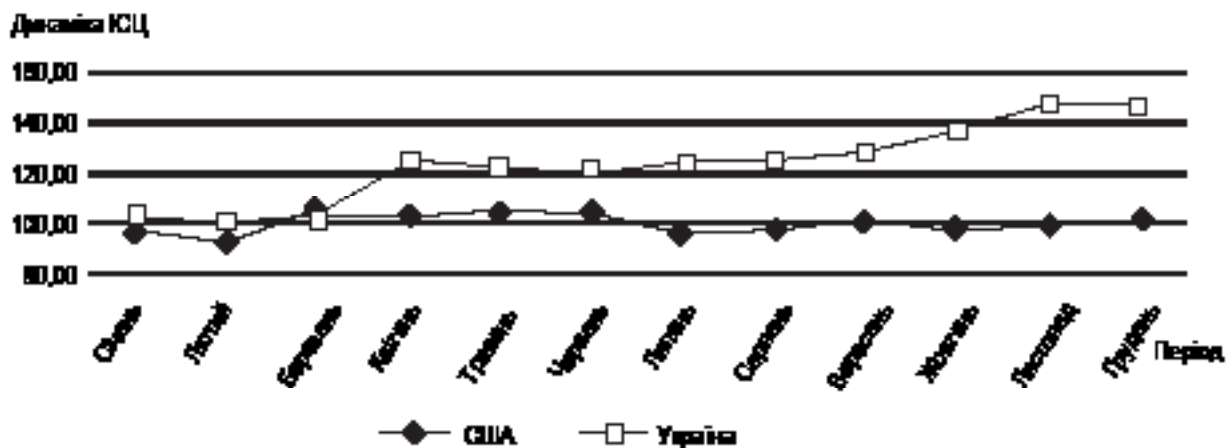


Рис. 2. Динаміка ІСЦ США та України за 2016 рік

За інфляційним звітом НБУ за 2016 рік: ціни на нафту зазнали значних коливань – від 47 до 52 доларів за барель через тиск очікувань виконання домовленостей членів ОПЕК щодо скорочення виробництва нафти. Значно прискорилося зростання цін на електроенергію та всі види палива на тлі подорожчання сировини.

В офіційному дослідженні НБУ «Нелінійний ефект перенесення обмінного курсу на внутрішні ціни в Україні» емпірично підтверджено, що зміна цін на імпортовану сировину в гривневому еквіваленті через зміну обмінного курсу також з певним лагом відображається на споживчих цінах.

Дослідження перенесення зміни обмінного курсу на зміну рівня цін свідчить, що залежно від швидкості зміни обмінного курсу інфляція реагує по-різному. Так, за незначної зміни номінального ефективного обмінного курсу (до 3 % на квартал) є значний вплив на інфляцію (зміна курсу на 1 % веде до змін інфляції на 0.71 %),



за помірної зміни обмінного курсу (від 3 % до 16 %) – практично не має впливу, а за суттєвої (понад 16 %) – здійснює значно менший вплив на інфляцію [5].

Використовуючи відкриті дані НБУ щодо зміни курсу гривні до світових валют, можна зазначити, що в теорії в першому та третьому кварталі 2016 року швидкість зміни валютного курсу (рис. 3) практично не має впливу, натомість як у другому та четвертому кварталах 2016 року – вплив присутній і призводить до змін в зовнішньоторговельному балансі, а саме його погіршення, корегування кінцевої ціни на імпортовані товари, виходячи з емпіричних даних графіку 3 – українська гривня слабшає в купівельній спроможності імпортованих товарів, що призводить до підвищення цін країни-експортером з метою отримання стабільного прибутку, в інфляції в радіусі 0,71 % – більш точні значення потребують більш глибокого аналізу, що є темою подальших досліджень.

Таблиця 1

Динаміка зміни курсу української гривні до долара США за 2016 рік на початку місяця

Місяць	Січ.	Лют.	Бер.	Квіт.	Трав.	Черв.	Лип.	Серп.	Вер.	Жовт.	Лист.	Груд.
Зміна курсу валюти в кількісному вираженні (поч. міс.)	24,06	25,55	27,09	26,22	25,19	25,14	24,83	24,81	26,08	25,91	25,56	25,56
Зміна курсу валюти в відсотковому вираженні (поч. міс.)	0,45	6,20	6,02	-3,20	3,90	-0,20	-1,30	-0,10	5,10	-0,70	1,40	1,00

Долар США (за 1 гривню)

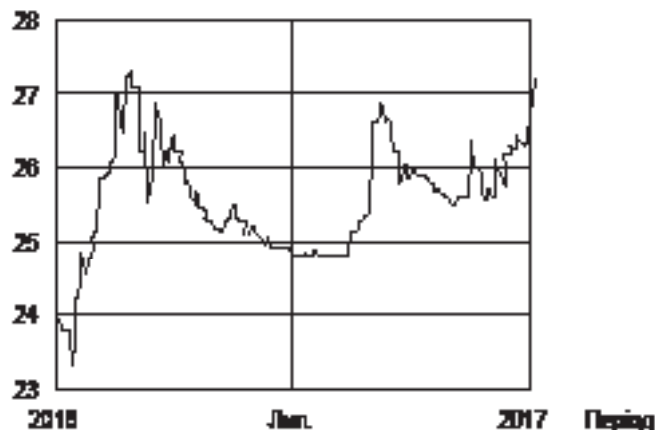


Рис. 3. Динаміка зміни курсу української гривні до долара США за 2016 р.

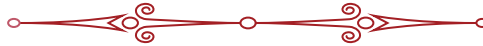
Висновок. Було розглянуто та проаналізовано інфляційні процеси, що, насамперед, спричинені імпортуванням товарів і послуг у взаємозв'язку зі змінами курсу валюти країни-імпортера та світовими тенденціями. У подальшому особливого значення набуває дослідження питань вирішення проблеми зростання інфляції, пов'язаної з процесами глобалізації економіки та пошуку шляхів повернення економічної ситуації до стабільного рівня.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Шифріна Н. І.

Література: 1. World Economic Outlook. May. 1997. 45 p. 2. Индекс споживчих цін: сприйняття та реальність : псіб. для користувачів / за ред. Ю. М. Остапчука. Київ : Держкомстат України, 2006. 56 с. 3. Худякова Л. С., Поливач А. П. Экспортируемая и импортируемая инфляция в открытых экономиках. *Деньги и кредит*. 2016. № 10. С. 34–42. 4. Organization for Economic Co-operation and Development, Consumer Price Index: OECD Groups: Fuel, Electricity, and Gasoline for the United States [CPGREN01USM657N], retrieved from FRED, Federal Reserve Bank of St. Louis.



5. Фарина О. Нелінійний ефект перенесення обмінного курсу на внутрішні ціни в Україні. *Вісник Національного банку України*. 2016. № 236. С. 32–45. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnbu_2016_236_5.



НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ ІНСТРУМЕНТІВ МИТНОГО РЕГУЛЮВАННЯ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

УДК 339.543

Тихомирова Д. В.

Магістрант 1 року навчання
факультету фінансів і обліку ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У цій роботі проаналізовано умови євроінтеграційних процесів в економіці України. В рамках питання євроінтеграції розглянуто сферу митного законодавства, а саме виокремлення напрямів удосконалення інструментів митного регулювання відповідно до умов угод і відповідних стратегій.

Ключові слова: економічна стратегія, напрями удосконалення митного регулювання, євроінтеграція, гармонізація митного законодавства, митна сфера.



Annotation. This paper analyzes the conditions of European integration processes in the economy of Ukraine. Within the framework of European integration, the sphere of customs legislation is considered, namely the identification of areas for improvement of customs regulation instruments in accordance with the terms of agreements and relevant strategies.

Keywords: economic strategy, directions of improvement of customs regulation, European integration, harmonization of customs legislation, customs sphere.



В умовах сучасного прагнення українського суспільства до інтеграції з ЄС все більше зростають роль і значення євроінтеграційних процесів. Тим самим постає питання щодо реформування економічних аспектів у бік європейських держав. Такий потяг має у подальшому сприяти покращенню життя українського народу та стабілізації зовнішньоекономічних зв'язків України. І, насамперед, ці зміни стосуються інструментів митного регулювання.

Це питання розбирали вже не раз вчені-економісти України Сторожук О. [3], Білич Н. [4], Левко М. [5] та ін. Вони розкрили багато актуальних питань щодо формування та реалізації шляхів удосконалення митних інструментів, але ще залишаються не розкриті питання. Крім того із розвитком технологій такі питання ще додаються.

Формування та реалізація державної політики у сфері митно-тарифного регулювання є однією із головних складових функціонування та розвитку держави. Саме тому проблема ефективності інструментів цієї політики є важливою, як на зовнішньому, так і на внутрішньому рівнях. Але для забезпечення правильної роботи цих інструментів необхідно запроваджувати першочергово глибоко пропрацьовані законодавчі правила. Зокрема, в умовах інтеграційних процесів вони повинні формуватися відповідно до європейських правил.



Щодо реформування в умовах євроінтеграції, то Україною ще у 2014 році було укладено Угоду про асоціацію, включаючи глибоку та всеосяжну зону вільної торгівлі (ГВЗВТ). Вона є головним інструментом наближення України та ЄС одне до одного, сприяння глибшим політичним і міцнішим економічним зв'язкам і шани спільних цінностей. Україна продовжує впроваджувати амбітну програму реформ задля пришвидшення економічного зростання та поліпшення рівня життя своїх громадян [1].

Ці реформи також стосуються митної політики загалом, а отже, її інструментів регулювання. Для виконання завдань, прописаних Угодою про асоціацію, було затверджено «Національну економічну стратегію на період до 2030 року» постановою КМУ № 179 (далі – Стратегія). Ця стратегія також орієнтована на європейську та євроатлантичну інтеграцію (реалізація стратегічного курсу держави на набуття повноправного членства України в ЄС та в Організації Північноатлантичного договору) [2].

За цією Стратегією прописані цілі, шляхи та завдання для їх досягнення. Саме третя стратегічна ціль «Модернізація прикордонної інфраструктури та забезпечення ефективного митного регулювання» включає вісім основних шляхів досягнення цілі. Також прописані завдання щодо виконання кожного із шляхів. Щодо інструментів митного регулювання можна виокремити загалом 3 напрямки.

Таблиця 1

Основні напрямки модернізації та забезпечення ефективного митного регулювання

Напрямки	Завдання
Розвиток системи митного контролю та реєстру	<ul style="list-style-type: none"> – встановлення процедур надання обов'язкової тарифної інформації; – спрощення митних формальностей для підприємств з високим ступенем довіри; – розробка веб-порталу з метою доступу до реєстру попередніх рішень щодо класифікації товарів; – розроблення і впровадження системи ефективно оцінки та стягнення митних платежів; – гармонізація митного законодавства із законодавством ЄС і впровадження Єдиного уніфікованого документа (SAD); – впровадження обов'язкового 100-відсоткового електронного митного оформлення; – модернізація системи розрахунку митної вартості; – удосконалення процедур та методів роботи митних лабораторій; – запровадження Спільної транзитної системи (NCTS); – забезпечення захисту прав інтелектуальної власності під час митного оформлення
Оптимізація організаційної та функціональної структури митниці	<ul style="list-style-type: none"> – впровадження принципу відповідності нетарифним регуляторним заходам і покладення відповідальності за проходження певних видів контролю на декларанта
Приведення законодавства України у відповідність із законодавством ЄС у митній сфері	<ul style="list-style-type: none"> – приведення стандартів функціонування митної служби України у відповідність із стандартами ЄС (у тому числі щодо визначення уповноваженого економічного оператора); – прийняття конвенції щодо загального режиму транзиту та конвенції щодо спрощення формалізації торгівлі товарами; – запровадження інституту авторизованого економічного оператора, що передбачає надання суб'єктам господарювання спеціального статусу авторизованого економічного оператора для спрощеного проходження митних процедур та забезпечення дотримання законодавства у митній сфері; – розроблення та впровадження нормативно-правової бази для пост-митного контролю та митного аудиту відповідно до стандартів ЄС та Світової організації торгівлі розроблення проекту закону щодо криміналізації контрабанди товарів в Україні

Джерело: сформовано на основі Національної економічної стратегії розвитку на 2030 р.

Як видно із табл. 1, основні напрямки реформування можна розділити на тарифні, нетарифні, інформаційні та технологічні. Тобто можна сказати, що у сучасних умовах розвитку більшу увагу приділяють зміцненню законодавчої інформативної та технологічної бази для будівництва найбільш ефективної системи митного регулювання. А саме спрощення та вдосконалення процедур митного проходження і контролю із застосуванням інформаційних технологій.

За часи існування Угоди було реформовано митну службу введено режим спільного транзиту, встановлено старт використання щодо нової комп'ютеризованої системи для такого режиму (NCTS).



Україна реформує митну систему відповідно до норм ЄС. Митний транзит є одним із наріжних каменів економічної інтеграції між ЄС та Україною. Тому серед ключових зобов'язань України за Економічною частиною Угоди про асоціацію з ЄС є приєднання до Конвенції про процедуру спільного транзиту [6].

Отже, для реформування інструментів митного регулювання необхідно підходити комплексно та ґрунтовно змінювати або удосконалювати кожен елемент митної політики. Зокрема, реформування митного законодавства та митної системи саме в контексті євроінтеграції є важливим критерієм для майбутнього членства України в ЄС. Впровадження запропонованих ініціатив стане відображенням найкращого Європейського та світового досвіду в галузі митної справи.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Москаленко Н. О.

Література: 1. Відносини між ЄС та Україною: інформаційна довідка // European Union External Action Service 2011–2021 (EEFS10). URL: https://eeas.europa.eu/headquarters/-/headquarters-Homepage/29685/node/29685_uk. 2. Про затвердження Національної економічної стратегії на період до 2030 року : Постанова Кабінету Міністрів України від 03.03.2021 № 179. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npras/pro-zatverdzhennya-nacionalnoyi-eko-a179>. 3. Сторожук О. В. Митно-тарифне регулювання як фактор забезпечення зовнішньоекономічної безпеки держави в умовах євроінтеграції. *Електронний журнал Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського*. 2017. Вип. 17. С. 94–98. URL: <http://global-national.in.ua/archive/17-2017/22.pdf>. 4. Білич Н. Фіскальна політика України в умовах євроінтеграційних процесів // Співробітництво України та ЄС у митній сфері : зб. тез доп. VIII Всеукр. наук.-практ. студент. конф. 2016. С. 20–22. URL: http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/10622/1/%D0%BD__2016.pdf. 5. Левко М. М. Митно-тарифне регулювання в системі забезпечення економічної безпеки держави : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 21.04.01. Львів, 2016. 20 с. 6. Режим спільного транзиту (NCTS). URL: <https://customs.gov.ua/rezhim-spilnogo-tranzitu-ncts>.



ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КОНФЛІКТУ ТА ШЛЯХИ ЗАПОБІГАННЯ ЙОМУ

УДК 327.5

Тишлек О. Ю.

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто й узагальнено матеріал з поняття терміна «конфлікт», його теоретичні основи та шляхи запобігання йому.

Ключові слова: конфлікт, запобігання конфлікту, управління конфліктами, конфліктна ситуація.



Annotation. The material on the concept of the term «conflict», its theoretical foundations and ways to prevent it are considered and generalized.

Keywords: conflict, conflict prevention, conflict management, conflict situation.





Актуальність обраної теми обумовлена тим, що на сьогодні у всіх сферах життя кожній людині доводиться зіштовхуватися із поняттям «конфлікт». Бо неможливо уявити людське існування в суспільстві без можливості виникнення конфлікту.

Термін «конфлікт» (від латинського слова «conflictus» – зіткнення) – у буквальному перекладі означає зіткнення (сторін, сил, думок, ідей тощо). Своїми словами – це засіб вирішення значущих протиріч, що виникають у процесі взаємодії людей, і полягає в протидії один одному, супроводжується негативними емоціями.

На цей часу мировому науковому світі ще не вироблено єдиного підходу до визначення поняття конфлікту, і розбіжності в його розумінні є реальністю сучасних наукових праць. Загалом на рівні побутової свідомості конфлікт розуміється як спір, сварка, на семантичному рівні – як зіткнення, розбіжність, колізія. Найбільш повне визначення поняття – це зіткнення двох або більшої кількості різноспрямованих сил з метою реалізації їх інтересів в умовах протидії.

Теоретико-методологічна база дослідження спирається на положення та висновки щодо поняття конфлікту, сформульовані у працях таких зарубіжних мислителів: Р. Дарендорфа, Р. Макка, Р. Снайдера, Т. Парсонса, Е. Дюркгейма, Г. Зіммеля, К. Боулдінга та багатьох інших. Серед українських дослідників необхідно назвати Л. Герасіну, Н. Пилат, М. Панову, І. Бекешкіну, М. Примуша, В. Котигоренка, М. Гордієнко та ін.

Мета статті – дослідження та розробка теоретичних основ конфлікту, шляхи його запобігання.

Конфлікти існують на різних рівнях, але ми сьогодні розглядаємо їх виключно як побутове явище – з'ясування відносин між двома людьми. Схильність вступати в емоційну суперечку, поступово переходячи на грубість. Ви можете переконатися в цьому, спостерігаючи за дітьми, які конфліктують часто і дуже емоційно, незважаючи на те, що ніхто їх цьому не вчив. Життя без конфліктних ситуацій просто неможливо. Але кожному під силу навчитися уникати конфліктів, а якщо вони все ж виникають – швидко завершувати їх, зберігаючи гідність.

Основними ознаками конфлікту є:

- 1) наявність протиріччя (реального чи вигаданого). Такого виду протиріччя може виникнути як функція ситуації, так і бути результатом «зусиль» учасників, їхніх вчинків, поведінки, ставлення один до одного;
- 2) зміна характеру спілкування. Відчуваючи взаємну неприязнь і небажання спілкуватись, учасники конфлікту вимушені це робити (через наявність відносин службової залежності чи підпорядкованості, для «збереження» сім'ї тощо), що стимулює ескалацію конфлікту;
- 3) активність сторін, прагнення до перемоги будь-що, поступово переходячи межі починаючи осуд, залякування, погрози, можливо, шантаж та ін.;
- 4) підвищений емоційний фон, який може переходити у безконтрольну стадію.

Незважаючи на нескінченну різноманітність конфліктних ситуацій, все ж таки основною причиною виникнення конфліктів найчастіше виступає одне (або кілька) з таких обставин:

1. Неадекватна самооцінка. Виникнення конфлікту може спровокувати як завищена, так і занижена самооцінка. У першому випадку людина завжди впевнена у власній правоті, у другому – схильна злитися і накопичувати образи.
2. Неправильне розуміння ситуації. Помилка – одна з головних причин суперечок, що переростають в конфлікти. Володіючи неперевіреною інформацією, людина впевнена, що співрозмовник помиляється, тому щосили намагається переконати його.
3. Несумісність розуміння про соціальну роль. Це основна причина «конфлікту поколінь». Наприклад, підліток у 14 років знаходить впевненість в тому, що він уже дорослий, тоді як батьки будуть вважати його дитиною ще років 10. Також цей фактор часто стає причиною робочих конфліктів між начальством і підлеглими.
4. Дискримінація. Людям властиво дискримінувати тих, кого вони сприймають чужими. При цьому вони сильно обурюються, якщо дискримінована людина посміє відстоювати свої права.
5. Конкуренція. У нашій природі закладена боротьба за ресурси, соціальний стан і можливість зробити потомство. І ця конкуренція може провокувати конфлікти не тільки між чужими людьми, але навіть між близькими друзями.

Будь-який з перерахованих факторів може стати причиною конфлікту, якщо хтось вважатиме, що його інтереси серйозно зачеплені. Досить часто здається, що конфлікт виник несподівано і на рівному місці, проте він завжди наростає поступово.



І якщо вміти вчасно помічати небажані передумови, конфлікту практично завжди можна уникнути.

Щоб однозначно розуміти, що таке конфлікт і як його ідентифікувати, необхідно запам'ятати три основні ознаки, які обов'язково мають бути у ньому присутні:

1. Наявність суб'єктів. Конфлікт – це не просто ситуація, а форма взаємодії двох суб'єктів між собою. За звичай ймовірність переростання спору в конфлікт залежить від конфліктності (тобто наявності конфліктного мислення) суб'єктів.

2. Активність. Напевно, ви чули вислів «конфлікт можливий лише за активної участі двох сторін». Це дійсно так. Щоб конфлікт тривав, обидві сторони повинні проявляти активність.

3. Біполярність (опозиція). Це явище виникає, коли дві людини відстоюють протилежні точки зору в суперечці, яка цікава обом.

Існує велика кількість різновидів конфліктів на різних рівнях. Їх класифікацією займається конфліктологія – наукова дисципліна, що вивчає закономірності виникнення, протікання і загасання конфліктних ситуацій. Конфлікту найчастіше класифікують за такими ознаками, як:

- кількість сторін (внутрішній, міжособистісний);
- тривалість (короткостроковий, затяжний, разовий, повторюваний);
- сфери життя (сімейний, побутовий, робочий);
- джерело (об'єктивний, суб'єктивний, помилковий);
- наявність насильства (насильницький, ненасильницький);
- характер виникнення (спонтанний, навмисний).

Важливою особливістю конфліктів є те, що вони рідко утримуються в рамках одного виду. Оскільки в конфліктних ситуаціях люди вчиняють ірраціонально, конфлікт швидко перетікає в усі сфери, в яких люди взаємодіють. І це одна з найважливіших причин популярної рекомендації про те, що небажано працювати з близькими родичами.

У деяких з перерахованих типів конфліктних ситуацій присутній також внутрішній поділ на види. Наприклад, робочий конфлікт може бути вертикальними (між начальником і підлеглим) і горизонтальним (між колегами одного рангу). Сімейний конфлікт може бути подружнім, дитячо-батьківським, сиблінговим (між рідними братами і сестрами). Розглянемо найбільш поширені види конфліктів докладніше.

Існує велика кількість технік, що дозволяють запобігти конфліктам. Серед найбільш простих і водночас ефективних є:

1. Спільна справа. Найкраще цей спосіб працює з дитячими конфліктами. Якщо діти в сім'ї або групі починають конфліктувати, їх можна об'єднати, зайнявши цікавою і захоплюючою справою.

2. Розвиток емпатії. Важливо вміти співчувати іншим людям. Це дозволить краще розуміти мотивацію опонента. Здійснюючи вчинок, який вам не сподобався, інша людина напевно теж про щось думала, чогось хотіла. І не можна вважати цю дію негожою тільки тому, що вона увійшла в конфлікт із вашими інтересами.

3. Розвиток поваги до інших особистостей. Цей пункт перегукується з попереднім. Потрібно рахуватися з оточуючими і розуміти, що вони наділені такими ж правами.

4. Увага на гідності опонента. Якщо більше думати про позитивні риси людини, з якою виникли протиріччя, знайти примирення буде набагато простіше.

5. Соціальні «погладжування». Можна разом взяти участь у якомусь приємному розслаблюючому заході, наприклад, сходити на пікнік в одній компанії. Саме тому начальство багатьох компаній заохочує і організовує «корпоративи» – спілкування в приємній неформальній обстановці допомагає співробітникам зближуватися і краще розуміти один одного.

Із вищезазначеного можливо зробити такий висновок, що конфлікт – це неминуча складова нашого повсякденного життя. Кожна конфліктна ситуація унікальна, але практично будь-який конфлікт можна вирішити так, щоб обидві сторони залишилися задоволені. Є стара приказка: «під час суперечки з дорогою людиною завжди думай, чи хочеш ти бути правим або щасливим».

Тому не потрібно «наступати» на опонента занадто активно, але і себе в жертву приносити не слід. Щоб уникнути конфліктних ситуацій? треба дотримуватись таких рекомендацій: по-перше, потрібно бути доброзичливими; по-друге, треба бути психологічно компетентним; по-третє, володіти собою – якщо не стримувати



емоцій – це може стати серйозною перешкодою. І саме головне, про що ні в якому разі не треба забувати – це поважати себе та інших, і тоді завжди можна буде знайти конструктивне рішення, що дозволяє повністю згладити конфлікт і зробити відносини навіть більш міцними і приємними.

Подальшого аналізу потребують: вивчення конфліктних процесів в Україні, вміння діагностувати й аналізувати конфліктні ситуації, запобігати їх переростанню в конфлікт, своєчасно нейтралізувати конфліктні ситуації, використовувати відповідні структурні й особистісні методи управління конфліктами;

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Писаревська Г. І.

Література: 1. Богданов Е. Н., Зазыкин В. Г. Психология личности в конфликте : учеб. пособие. Санкт-Петербург : Питер, 2004. 224 с. 2. Веренко И. С. Конфликтология. Москва : Swiss, 1990. 108 с. 3. Егидес А. П. Лабиринты общения, или Как ладить с людьми. Москва : АСТ-Пресс Книга, 2002. 368 с. 4. Здравомислов А. Г. Социология конфликта. Москва : Аспект Пресс 1994. 282 с. 5. Словник-довідник з політології. Харків, 2000. 351 с. 6. Соціологія. Курс лекцій / за ред. Є. Безбородько. Київ : 1994. 363 с.



ФІНАНСОВИЙ КРЕДИТ ЯК ФОРМА ЗАЛУЧЕНОГО КАПІТАЛУ: ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ, ПРОЦЕС ОТРИМАННЯ, ПОГАШЕННЯ, ОПОДАТКУВАННЯ ТА ВІДОБРАЖЕННЯ В ОБЛІКУ

УДК 336.77.01

Тищенко С. О.

Студент 2 курсу
факультету фінансів і обліку ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Вивчено теоретичні основи поняття фінансового кредиту та практичні аспекти кредитування підприємства, відображення операцій за правилами фінансового обліку. Проаналізовано класифікацію кредитів на підприємстві, процес їх отримання та погашення, особливості оподаткування та відображення в бухгалтерському обліку.

Ключові слова: кредитування підприємства, фінансовий кредит, облік операцій за кредитами, погашення кредиту, відображення операцій в бухгалтерській звітності.



Annotation. Studied the theoretical bases and concepts of financial credit and practical aspects of enterprise crediting, reflection of operations according to the rules of financial accounting. We analyzed classification of loans at the enterprise, the process of their receipt and repayment, features of taxation and reflection in accounting.

Keywords: enterprise crediting, financial credit, accounting of credit operations, loan repayment, reflection of operations in financial statements.





Постановка проблеми. Діяльність підприємства на будь-якій стадії його розвитку потребує залучення позикових коштів. Сьогодні в результаті кризового стану світової економіки в процесі отримання кредиту на заваді підприємству часто виникає низка перешкод. З метою їх уникнення майбутній позичальник повинен чітко знати критерії, що застосовуються фінансовими установами при прийнятті рішення щодо видачі кредитних коштів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням теоретичних і практичних аспектів кредитування займалися такі відомі науковці, як В. Д. Лагутін, М. М. Агарков, Т. В. Бессараб, та практики М. Стрельников, Н. Белова та ін.

Проте на сьогодні важливі питання практики надання кредитів в умовах економічної кризи залишаються нерозкритими і потребують їх подальшого висвітлення. Недостатній рівень вирішення проблем надання кредитів зумовив необхідність проведення цього дослідження.

Метою статті є обґрунтування теоретичних основ поняття фінансового кредиту та висвітлення практичних аспектів отримання та погашення фінансового кредиту підприємствами.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання:

- виявити рівень дослідження поняття кредиту в науково-практичній літературі;
- виділити основні критерії надання банківського кредиту;
- розглянути порядок оподаткування кредитних операцій та їх відображення в бухгалтерському обліку.

У сучасних економічних умовах майже жодне підприємство України не може повноцінно існувати без залучення додаткових коштів. Сучасна фінансова криза та жорстокі вимоги банківських установ створюють безліч перешкод для отримання кредиту підприємствами навіть зі стабільним фінансовим результатом. Для того щоб оформити кредит на підприємство, потрібно, щоб позичальник відповідав широкому ряду критеріїв і мав позитивну динаміку фінансового результату або значні оборотні та необоротні активи.

Фінансова основа кожного підприємства – власний і додатковий капітал, проте функціонувати без залученого капіталу та розширювати власне виробництво надзвичайно важко. Залучений капітал дає можливість спрямувати кошти на розширення виробництва, забезпечення ефективного використання ресурсів; утворити цільові фінансові фонди та збільшити привабливість підприємства серед конкурентів.

Під залученим капіталом маються на увазі кошти, що залучаються від фінансових установ чи банків на довгостроковий період шляхом підписання договору про строки повернення та відсотки за користування. Залучений капітал складається з короткострокових і довгострокових зобов'язань і кредиторської заборгованості. Найчастіше зобов'язання виступають у формі банківського кредиту, який має такі ознаки:

- специфічний тип економічних відносин між підприємством та банком, що формується на довірі та прибутку;
- являє собою юридичний акт передачі тимчасово вільних грошових активів від власника до позичальника;
- кошти залучаються за умови їх обов'язкового повернення в зазначені строки з урахування тіла кредиту та відсотків за користування.

Видача банківського кредиту регулюється Положеннями НБУ, рядом ЗУ та постанов Мінфіну. Відповідно до ЗУ «Про фінансові послуги і державне регулювання ринків фінансових послуг» кредитом є грошові засоби, що видані юридичній чи фізичній особі на зазначений термін і за фіксованою відсотковою ставкою. За Положенням НБУ № 2664 надавати кредит підприємства можуть лише банківські та фінансові установи, що мають ліцензію НБУ на відповідну послугу – послугу кредитування юридичних осіб. До переліку фінансових установ, окрім банків, відносяться кредитні союзи, МФО, ломбарди, компанії лізингу, страхові компанії, юридичні особи, що мають вид діяльності фінансові послуги та відповідну ліцензію.

Нормативна українська база та роботи провідних економістів дали можливість сформулювати основні ознаки банківського кредиту, що відображені на рис. 1.

При бажанні отримати банківський кредит позичальник звертається до фінансової установи з заявою і переліком документів, а також обов'язковим зазначенням тіла кредиту, його цільового призначення, максимальних строків погашення, наявності рухомого / нерухомого майна та відсотків, які зобов'язується сплатити відповідно договору.

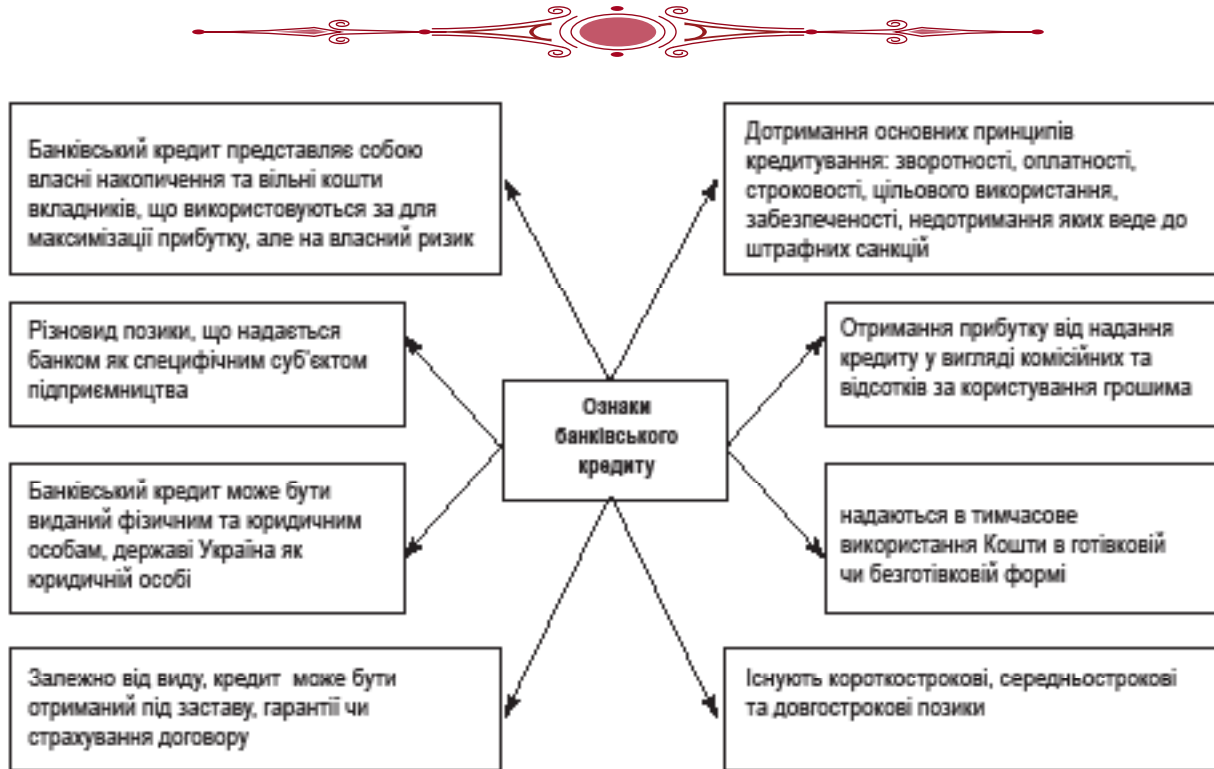


Рис. 1. Ознаки банківського кредиту

Відсоткова ставка – найбільш болючий аспект кредитування, який залежить від специфіки банку, а також ступеня кредитного ризику позичальника, наявності гарантій, загального попиту та пропозиції на ринку банківських послуг, стабільності валютного курсу, строку використання кредиту, розміру облікової ставки НБУ.

Після попереднього погодження кредиту підприємство в особі головного бухгалтера або директора збирає та надає пакет документів, що засвідчує платоспроможність, фінансову стабільність, рентабельність товарів / послуг і діяльності, систему грошових потоків. Якщо фінансові показники нестабільні або низькі, підприємство має негативну кредитну історію, то у видачі кредиту буде відмовлено або надано по підвищеній відсотковій ставці.

Кредитні операції обов'язково відображаються у бухгалтерському та фінансовому обліку, оскільки впливають на показник залученого капіталу та загальну систему доходів і витрат. Операції за кредитами врегулюються П(С)БО 11 «Зобов'язання», затвердженим Мінфіном України від 31.01.2000 р. (зі змінами).

Довгостроковий кредит банку є зобов'язанням підприємства, що передбачає нарахування відсотків за користування та підлягає погашенню в зазначений термін (частіше за все – 12–36 місяців з дати балансу). Якщо використання кредиту перевищує строк його договору, то приймається до уваги додаткова угода про пролонгацію або часткове закриття.

Кредит відображається в балансі за теперішньою вартістю, що відповідно до П(С)БО 11 є дисконтованою сумою майбутніх платежів, які очікуються та будуть проведені при нормальному функціонуванні підприємства.

Поточні зобов'язання наведені в П(С)БО 2, відповідно до якого поточний кредит – зобов'язання, що будуть погашені протягом виробничого циклу або в період до 12 місяців з дня балансу.

Банківські кредити в бухгалтерському обліку відображають за рахунками 6 групи:

- 60 «Короткострокові позики»;
- 61 «Поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями»;
- 684 «Розрахунки за нарахованими відсотками»;
- 951 «Відсотки за кредити».

Для наглядного відображення операцій розглянемо приклад отримання та погашення банківського кредиту: юридична особа отримала 22.07.2020 року позику на купівлю запасів для виробництва продукції на суму



30 тис. грн до кінця поточного періоду (31.12.2020 року) під 30 % річних. За умовою договору відсотки за користування позикою сплачуються в останній день місяця – тіло кредиту та відсотки закрито 31.12.2020 р.

Відсотки, нараховані та сплачені щомісяця, розраховуються за формулою 1:

$$П = \frac{\sum kр \cdot c}{100} \% : 365 \times Д, \quad (1)$$

де П – сума відсотків за кредит;

кр – тіло позики;

С – відсоткова ставка за кредит, річна;

Д – кількість днів користування кредиту.

Після проведення незначних розрахунків маємо дані, відображені в табл. 1.

Таблиця 1

Графік погашення відсотків і тіла кредиту

Дата сплати	Сума відсотків	Сума боргу
31.07.20	246,57	-
31.08.20	764,38	-
30.09.20	739,72	-
31.10.20	764,38	-
30.11.20	739,72	-
31.12.20	764,38	30000

Доцільно привести приклад відображення операцій за кредитним договором у бухгалтерському обліку у розрізі проводок, що відображені в табл. 2.

Таблиця 2

Відображення операцій за кредитним договором у бухгалтерському обліку

№	Дата	Зміст операції	Рахунки		Сума
			Дт	Кт	
1	22.07.2020	На поточний рахунок отримано поточне зобов'язання	311	601	30 000
2	31.07.2020	Нараховано відсотки за користування кредитом за 07.20	951	684	246,57
3	31.07.2020	Списано з фінансового результату відсотки за кредитом за 07.20	792	951	246,57
4	31.07.2020	Сплачено відсотки за 07.20	684	311	246,57
Алгоритм нарахування та сплати відсотків за кредитом є аналогічним для періоду липень-грудень 2020 року					
5	31.12.2020	Договір кредитування закрито, кредит погашено	601	311	30 000

Основним законодавчим актом, що врегульовує фінансове кредитування в Україні, є ЗУ «про оподаткування прибутку підприємств» та Податковий кодекс України (зі змінами та доповненнями).

Відповідно до норм ПКУ грошові кошти або нематеріальні активи, що залучені від особи-кредитора, не включаються до суми валового доходу, а отже, не підлягають оподаткуванню. Крім того, витрати за кредитом (погашення відсотків) можуть бути включені до групи валових витрат. Проте згідно з ПКУ існує ряд обмежень: відсотки за кредитами, віднесені на валові витрати, не можуть дорівнювати (або бути більше) 50 % оподаткованого прибутку.

При поданні декларації податку на прибуток та отриманні банківського кредиту в поточному періоді необхідно заповнювати 27 рядок Декларації на прибуток, а також показники рядків 29.6-29.8 Додатку 3 до Декларації податку на прибуток.

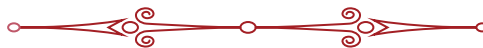


Висновок. Урегулювання кредитних відносин здійснюється за наглядом НБУ, ВР України, Кабміном. Найбільш популярною формою кредиту є банківський, проте існує також споживчий, іпотечний, лізинговий, консорціумний.

Для отримання позики підприємству необхідно провести детальний аналіз платоспроможності та власної привабливості, а також проаналізувати ліквідність, рентабельність, зробити аналіз грошових активів. Після надання повної аналітичної довідки шанси підприємства збільшуються на отримання позики на 20–40 %, за наявності негативних і низьких показників збільшується відсоткова ставка за користування кредитами або це є приводом для відмови у видачі.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Марачевська А. В.

Література: 1. Про фінансові послуги і державне регулювання ринків фінансових послуг : Закон України від 12.07.2001 № 2664-III. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2664-14>. 2. П(С)БО 11 «Зобов'язання» : Наказ Міністерства фінансів України від 31.01.2000 № 20. URL: <http://buhgalter911.com/Res/PSBO/PSBO11.aspx>. 3. Бессараб Т. В. Проблемні питання визначення поняття «банківський кредит». *Наукові записки*. 2013. № 22. С. 217–220. 4. Коноплицький В. А., Філіна А. І. Економічний словник. Тлумачно-термінологічний. Київ : КНТ, 2007. 580 с. 5. Канарева Н., Щербина Особливості отримання кредитів в банках та інших фінансових закладах. *Дебет-Кредит. – спецпропозиція*. 2006. С. 42–43. 6. Ольжич Ю. Банковський кредит от «А» до «Я». *Все для бухгалтера в торгівлі*. 2014. № 10 (52). С. 11–13.



МЕТОДИ РЕГУЛЮВАННЯ АНТИМОНОПОЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ

УДК 338.2

Тульнєва Є. О.

Студент 1 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті розглянуто питання антимонопольної політики, наведено огляд статистичних даних, приклади по Україні й аналіз; визначено основні недоліки та на цій основі сформульовано напрямки удосконалення.

Ключові слова: антимонопольна політика, антимонопольне законодавство, стан монополізму, антимонопольне регулювання, приклади, статистика, дієвість.



Annotation. The article considers the issues of antitrust policy, provides an overview of statistics, examples in Ukraine, and analysis, identifies the main shortcomings and on this basis formulates areas for improvement.

Keywords: antitrust policy, antitrust law, state of monopoly, antitrust regulation, examples, statistics, effectiveness.



У процесі інституційного розвитку ринкових структур різних галузей реального сектора економіки України особливу увагу необхідно звернути на ті види економічної діяльності, що підлягають антимонопольно-



му регулюванню, адже монополізація ринків не відповідає інтересам суспільства з економічних і соціальних питань.

Наявність монопольної влади підприємств на ринку обумовлює завищення ціни на продукцію у зіставленні з ефективною, скорочення обсягів виробництва, відсутність стимулу до виробничого і технологічного результату; втрату чистих вигод суспільства порівняно з конкурентними ринками, зниження суспільного добробуту та зростання нерівності доходів. Тому аргументи на користь монополії не знімають проблеми обмеження конкуренції з боку монопольних утворень.

Серед досліджень, які висвітлюють загальні економічно-організаційні основи забезпечення розвитку конкуренції, формування ефективної антимонопольної політики, досвід її реалізації в Україні та світі, слід назвати праці таких науковців, як З. М. Борисенко, С. М. Будаговська, В. В. Венгер, В. Д. Лагутін, Л. С. Головка, Ю. І. Кретула, В. Студенцов та ін. Незважаючи на велику кількість розробок за цією проблематикою, на вітчизняних монополізованих ринках не здійснено їхнього належного практичного застосування [1].

Сьогодні в Україні створено цілісну систему правових та організаційних механізмів антимонопольної діяльності, яка відповідає сучасним нормам ЄС і загальносвітовим тенденціям. Для України дуже важливим нині є вдосконалення непрямих податків у податковій системі, оскільки вони є не тільки суттєвим джерелом доходів бюджету, але й важливим інструментом державного регулювання та допомогою у боротьбі на монопольному ринку.

Складність покращення таких процесів обумовлена впливом різних чинників об'єктивно-суб'єктивного характеру, а особливо загостренням основного фіскального протиріччя між необхідністю і можливістю забезпечення достатніх надходжень обов'язкових платежів. Податки обіймають чільне місце у бюджетних надходженнях, посідаючи якнайбільшу питому вагу в їх складовій, що, відбивається на соціальному та економічному устрою країни та є одним із методів регулювання економіки державою.

Надходження обов'язкових платежів, їх творення, розподіл, застосування – важлива частина системи бюджетно-податкового налагодження, тим більше, що його важливість збільшується в умовах перетворення економічної системи. На цьому етапі вплив країни на зростання економіки набуває прихованого характеру та здійснюється способом проведення бюджетно-податкової політики, порядок і виваженість якої визначають темп зростання економіки [2].

За даними аналітичних підрахунків табл. 1, можна зробити висновок, що доходи, які здобуваються шляхом непрямих податків, за цей період більше, ніж удвічі, домінують належні доходи Держбюджету України від прямих податків. Це обумовлюється тим, що непрямі податки доволі ефективні у фіскальному аспекті, оскільки оподатковують саме використання, що є доволі стійкою та нееластичною величиною, ніж прибутки.

Таблиця 1

Структура податкових надходжень до Державного бюджету України, % [3]

Види податків	Назви податків	Роки							
		2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Непрямі	ПДВ	49,73	50,54	48,81	49,62	43,59	46,74	49,68	50,06
	АП	12,62	13,54	13,44	16,04	15,40	17,89	15,77	17,25
	Мито	4,00	4,74	5,05	4,50	9,84	4,04	3,59	3,91
Прямі	ПДФО	2,35	2,56	2,88	4,51	11,01	11,87	12,17	11,96
	ППП	20,92	20,15	20,67	4,26	8,49	10,78	12,85	10,67
	Інші податки	10,38	8,49	9,15	11,07	11,67	8,68	5,94	6,14

Запобігати їм є одним із нелегких процесів, але достатньо хоча б контролювати їх сплату. Непрямі податки не відбиваються на процесах накопичування, але вони є регресивними в соціальному аспекті і мають суттєвий вплив на суцільні процеси ціноутворення. До того ж за допомогою використання специфічних акцизів можна впливати на структуру споживання. Надходження від непрямих податків у Державний бюджет України перевищують 45 % його доходів [4].



У табл. 2 зображено оцінку тенденції непрямих податків до бюджету України у 2011–2018 роках. Розглядаючи табл. 2, потрібно звернути увагу, що всі різновиди податків мають напрям до зростання. Нерідко це трапляється під впливом такого депресивного чинника, як інфляція. Часто чималий вплив мають економічні (економічне зростання держави, середній заробіток, становище грошового ринку, коливання курсу валют), політико-правові (ступінь незалежності місцевих бюджетів, фінансового схвалення, податкові пільги), демографічні (щільність населення, рівень міграції) та соціально-культурні (податкова культура, ступінь рівня стандартів життя країни) фактори. Таким чином, максимальну кількість доходів було отримано за допомогою податку на додану вартість, який є непрямим.

Таблиця 2

Оцінка тенденції податкових надходжень до Державного бюджету України, млрд грн [3]

Назви податків	Роки							
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
ПДВ	130,09	138,83	128,27	139,02	178,45	235,50	313,98	374,51
Абсолютний приріст	-	8,74	-10,56	10,75	39,43	57,05	78,48	60,53
Темпи приросту, %	-	6,72	-7,61	8,38	28,36	31,97	33,32	19,28
Акцизний податок	33,01	37,19	35,31	44,95	63,06	90,12	108,20	118,85
Абсолютний приріст	-	4,18	-1,88	9,64	18,11	27,06	18,08	10,65
Темпи приросту, %	-	12,66	-5,06	27,30	40,29	42,91	20,06	9,84
Мито (ввізне та вивізне)	10,46	12,99	13,27	12,61	40,30	20,37	24,54	27,08
Абсолютний приріст	-	2,53	0,28	-0,66	27,69	-19,63	4,17	2,54
Темпи приросту, %	-	24,19	2,16	-4,97	219,59	-49,45	20,47	10,35

Ця ситуація виникає внаслідок того, що він формується на всіх етапах виробництва й обороту, долучається як надбавка на ціну товару і в усій повноті погашається фінальним споживачем, але його обрахунок та перерахування до Державного бюджету України проводить податковий представник.

Іншими факторами значного доходу від ПДВ є висока податкова ставка, тіньові схеми, надмірна централізація бюджетних ресурсів, своєчасне виявлення ризиків недонадходження цього податку до бюджету, а механізм його відрахування практично не дає можливості ухилитися від його сплати, що сприяє податковій дисципліні платників ПДВ. Друге місце посідає акцизний податок, хоча його обсяги надходжень значно менші. Отже, можна зробити висновок, що країна через регулювання податками може впливати на ефективність і стабільність економічного розвитку [5].

У 2020 році головним чинником, що впливав на змінювання економіки в Україні та в світі, була пандемія COVID-19. Постановою КМУ від 11.03.2020 № 211 встановлено суворий карантин в цілому по країні, який включає санітарно-епідеміологічні заходи (перевірка температури, скасування масових заходів, закриття навчальних і культурно-розважальних закладів); обмеження виїзду за кордон, в'їзду до України та пересування всередині країни; посилено роль державного управління в надзвичайних умовах; встановлено обмеження трудової діяльності; введено нові дистанційні форми праці та освіти.

Постановою КМУ від 20.05.2020 № 392 було встановлено адаптивний карантин, що передбачав пом'якшення певних карантинних заходів в окремих регіонах чи сферах. Результатом цих подій стали сповільнення економічного розвитку України та поява нових проблем у веденні бізнесу при здійсненні операційної діяльності. З цього можна зробити висновок, що антимонопольна політика стає більш прозорою і доступною для всіх. Перш за все, постає питання невирішених економічних проблем.

Громадяни отримують багато інформації про владу монополістів, яка спричиняє завищену вартість товарів, дякуючи роз'яснювальній роботі ЗМІ та незалежним експертам у сфері антирасту. У 2020 році владу критикували та звинувачували у сприянні в отриманні надприбутків монополіями не менш ніж у корупції.

Згідно з чим потреба в демонополізації створила конкуренцію для боротьби з корупцією. Наприклад, за даними Фонду Держмайна, в Україні зареєстровано 3185 державних підприємств (ДП), що на 10 % менше, ніж у 2018 році. За даними ОЕСР та Світового банку, в Україні щонайменше 19 ринків функціонують із хоча б од-



ним ДП (станом на 2018 рік). За даними Мінекономіки, питома вага виручки від реалізації продукції суб'єктів господарювання державного сектора за 9 місяців 2020 року становила 10 %, зокрема, в галузі постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря – 43,6 %, транспорт та інфраструктура – понад 30 %.

Водночас кількість комунальних підприємств (КП) зростає. Так, станом на 01.01.2021 р. зареєстровано 14174 КП, що на 22 % більше, ніж у 2018 році. Отже, можна зробити висновок, що у 2021 році конкурентне середовище на ринках, де присутня значна кількість ДП та КП, потребуватиме уваги для сприяння рівним умовам здійснення господарської діяльності незалежно від форми власності. Вирішення всіх проблем мною вбачається у забезпеченні правильної антимонопольної політики, у реальному виконанні правових норм усіма учасниками ринкових відносин, шляхом:

- посилення контролю держави у сфері дотримання якості продукції та створення єдиних стандартів, технічних регламентів і процедур оцінки, відповідності вітчизняної продукції з метою поліпшення якісних і кількісних показників розвитку підприємництва за рахунок добросовісно функціонуючого конкурентного середовища, збільшення конкурентних ринків у загальній кількості загальнодержавних і регіональних ринків;

- підвищення ефективності контролю держави за концентрацією суб'єктів господарювання за рахунок посилення зобов'язань суб'єктів концентрації, з одного боку, та посилення відповідальності представників органів державної влади, з іншого боку;

- зменшення негативного впливу і тиску суб'єктів природних монополій;

- подолання зрощення бізнесу із владою з метою підвищення дієвості рішень Антимонопольного комітету України;

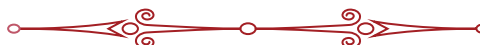
- формування інституційного середовища, в якому зловживання монополієм середовищем та обмеження ефективного розвитку конкурентного середовища було б економічно недоцільним [6, с. 10].

Проте при впровадженні будь-яких заходів потрібно пам'ятати про головне завдання, яке стоїть перед антимонопольною політикою сьогодні: не просто формально усувати монополізм, а створювати ефективне конкурентне середовище, яке здатне забезпечувати стає економічне зростання і підвищення життєвого рівня населення в теперішніх економічних умовах розвитку України [7].

Висновок. Підвищення положення країни у світі у різноманітних галузях вимагає глибинного розвитку економіки держави. Укріплення малого та середнього бізнесу, його вільне процвітання – необхідні вимоги саме такого гармонійного розвитку і рівноваги. Мають право на життя й монополієві структури за умови їх відкритості для регулюючих органів. Антимонопольна політика має діяти за чітким механізмом, який буде регулювати монополізм у господарських відносинах і виробничій базі. Вирішення цих важливих питань можливе тільки через дотримання усіма членами ринкових відносин правових норм, гарантування відповідного напряму антимонопольної діяльності, який досягається за допомогою узгодженості процесів та інструментів економічного і правового регулювання з використанням правил прозорості, справедливості, економічної доречності та рівності всіх учасників перед законом.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пивавар І. В.

Література: 1. Юрій С. І. Бюджетна система : підручник. Тернопіль : ТНЕУ, 2013. 624 с. 2. Глухова В. І., Іванова А. П. Аналіз податкових надходжень до державного бюджету. *України в сучасних умовах. Інтернаука.* 2017. № 5. С. 111–114. 3. Захожай К. В., Жам О. Ю. Роль прямих та непрямих податків у формуванні доходів Державного бюджету України. *Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку. Серія : Економіка та менеджмент.* 2019. № 18. С. 103–114. 4. Калмиков О. В. Оцінка місця податкових надходжень в доходах місцевих бюджетів. *Економічний вісник університету.* 2017. Вип. 35 (1). С. 214–220. 5. Подольнчук О. А. Податок на додану вартість: сутність та стан первинного обліку. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики.* 2017. № 1. С. 82–102. 6. Біла І. С., Насікан Н. І. Конкуренція в Україні: необхідність якісно нового управління. *Часопис економічних реформ.* 2018. № 1 (5). С. 6–11. 7. Марков Б. М. Антимонопольне регулювання: зарубіжний досвід та межі його адаптації до реалій України. *Ефективна економіка.* 2014. № 3. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2014_3_24.





КОНКУРЕНЦІЯ ТА ЕКОЛОГІЧНИЙ ПІДХІД ДО НЕЇ НА МАКРОРІВНІ

УДК 339.137.2

Турецька Е. М.

Студент 1 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. *Опрацьовано теоретичні підходи до трактування сутності екологічної моделі конкуренції у мікроекономіці, описано стадії, які присутні у складній діловій екосистемі: зростання; зміна; еволюція; смерть; оновлення. Демонструються засоби застосування методу екологічної конкуренції.*

Ключові слова: *конкурентні відносини, бізнес-екосистема, екологізація, екологічні інновації, конкурентоспроможність.*



Annotation. *Theoretical approaches to the interpretation of the essence of the ecological model of competition in microeconomics are reviewed, the stages that are present in a complex business ecosystem are described: growth; change; evolution; death; renewal. The means of application of the method of ecological competition are demonstrated.*

Keywords: *competitive relations, business ecosystem, greening, ecological innovations, competitiveness.*



Актуальність теми дослідження. На сучасному етапі розвитку економіки України підприємствам доводиться вирішувати питання, пов'язані з проблемами виживання, збереження своїх позицій на ринку, створення нових технологій. Більшість менеджерів і досі підходять до вирішення проблем розвитку бізнесу, орієнтуючись на традиційну економічну науку: компанії інтенсивно змагаються в галузі, борючись за частку ринку. Але події, що відбуваються в галузі високих технологій, наочно демонструють обмеженість такого сприйняття конкуренції.

Для більшості компаній стійка конкурентна перевага формується завдяки створенню інноваційних стосунків у конкурентній боротьбі. Одним із найбільш перспективних підходів, на думку фахівців, є запровадження економіко-екологічних оцінок товаровиробника, а отже, й оцінки екологічної конкурентоспроможності товару.

Метою статті є дослідження та аналіз екологічного підходу до конкуренції у мікроекономіці, вивчення інструментальних засобів для застосування методу у сучасній діловій екосистемі.

Дослідженню означеної проблеми присвячено наукові праці вітчизняних науковців Сумського, Київського та інших наукових центрів досліджень проблем економіки природокористування: Піддубний І. А. [4], Аверіхіна Т. В. [3], Тараненко І. В. [1] та ін., а також іноземних науковців- Дж. Мура, Джозеф та Джиммі Бойет.

Викладення основного матеріалу. На сьогодні конкурентні відносини визначаються як особливий рід економічних відносин між конкретними господарюючими суб'єктами, що виникають у зв'язку з виробництвом і обміном товарів, послуг у межах конкретного ринкового конкурентного середовища або в умовах зацікавленості суб'єктів певними економічними ресурсами. Конкуренція за традиційним уявленням існує як фізичне явище з відповідними поняттями ринкової рівноваги, рушійної сили, потоку доходу тощо.

Згідно з екологічною моделлю найбільш доцільним є використання екологічної термінології (зростання, еволюція, смерть, виживання), адже компанії діють у складній діловій екосистемі, оточені клієнтами, конкурентами, державою та іншими інститутами, майже як ми у природній біологічній екосистемі, де всі учасники мають брати участь та всі піддаються впливу з боку інших учасників. Отже, компанія як частина цієї екосистеми має відповідати зовнішньому середовищу або вона швидко розорується (гине). Як, наприклад, гарний ресторан, що знаходиться в занепадаючому районі, вірогідно, скоро розориться.

У бізнес-екосистемі компанії розвивають свої можливості навколо інновацій; вони кооперативно та конкурентно працюють, аби задовольняти разом потреби клієнтів і зрештою робити наступні інновації. Розглянемо цю модель на прикладі:



Компанія Apple є лідером екосистеми, яка охоплює 4 великих галузі: персональні комп'ютери, інформаційні послуги, послуги зв'язку, споживча електроніка. Їхня екосистема будувалася на розгалуженій системі постачальників, до якої входили Motorola, Sony, Samsung, які теж посідають високі позиції у ніші інформаційних технологій. З іншого боку, екосистема Apple також отримала завдяки цьому велику кількість клієнтів у різних сегментах. Отже, компанія Apple, визнавши себе лідером, почала створювати цілісну нову екосистему, адже через структурні зміни в економіці все рідше окремі фірми можуть пропонувати клієнту все, що йому потрібно [1, с. 4].

Бізнес-екосистеми формуються з поєднання початкового капіталу, зацікавленості клієнтів та інновацій, які ці екосистеми можуть запропонувати. Тепер потрібно розглянути стадії, які присутні у складній діловій екосистемі.

Таблиця 1

Етапи розвитку бізнес-екосистеми [5]

	Задачі кооперації	Задачі конкуренції
Народження	Співпраця з замовниками та постачальниками, аби визначити нову пропозицію	Захистити свої ідеї від тих, хто може намагатися визначити схожу пропозицію. Залучити до створення найцінніших клієнтів, постачальників
Розширення	Представити свою пропозицію ринку, намагатися масштабувати її та охопити ринок	Намагатися домінувати в ключових сегментах ринку
Лідерство	Запропонувати впевнену стратегію, яка допоможе покращити цінність пропозиції завдяки співпраці	Забезпечити переговорну силу в стосунках з іншими учасниками екосистеми
Оновлення	Працювати з новаторами, аби знайти нові ідеї	Підтримувати високі бар'єри входу, аби перешкоджати інноваторам у створенні альтернативних екосистем

1. Перший етап (Народження) має містити:

- показ вашого продукту партнерам і клієнтам та створення їх впевненості в тому, що ідея краща за ті, що вже існують;
- залучення усіх можливих інститутів до народження вашого продукту.

Приклад: у 1970-х роках компанія Apple представила споживацькому ринку перші версії персонального комп'ютера, та вже тоді вона почала створювати багату екосистему. Хоч компанія чітко контролювала всі промислові процеси, вона заохочувала інших незалежних розробників пропонувати свої програмні забезпечення для їх комп'ютерів.

2. Другий етап (Розширення) складається з:

- конкуренції з іншими екосистемами за контролювання стратегічних ринків;
- стимулювання попиту .

3. Третьому етапу (Лідерство) характерне майже чітке розподілення на переможців та програючих. Умовами успіху є збіг факторів:

- інновації (як компанія Apple, яка щорічно випускає нову версію смартфонів);
- інтеграція (як процесори компанії Intel, які вбудовані в усі персональні комп'ютери).

4. Четвертий етап (Самооновлення або «смерть»). Цей етап може мати два види наслідків. Щоб ваша компанія не «загинула», необхідно:

- відстежування нових трендів;
- створення команди керування, яка може чітко спланувати будову у новій екосистемі;
- встановлення балансу між стабільністю та змінами.

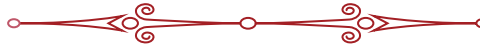
Висновки. Бізнес знаходиться у стані зміни природи конкуренції. Конкуренція все частіше зводиться до пошуку нових способів співробітництва та взаємодії.



Ми повинні перейти від жорстких стратегій до динамічних експериментів, які засновані на дослідженнях. Адже передумовами забезпечення еволюційно-прогресивного вектора розвитку світогосподарського простору є рівень задоволення суспільних цінностей і раціональної діяльності учасників, а також створення умов для розвитку конкуренції, каталізаторами яких на сучасному етапі виступають кооперація, координація, узгодження ділових тактик і стратегій, конкурентне співробітництво.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пивавар І. В.

Література: 1. Тараненко І. В. Формування інноваційної парадигми теорії конкуренції у сучасних глобалізаційних умовах. *Науковий вісник ЧДІЕУ*. 2011. № 1 (9). С. 194–203. 2. Матвиенко Д. Ю. Стратегические альянсы в конкурентном взаимодействии компании. *Современная конкуренция*. 2010. Вып. 6. С. 18–26. 3. Аверіхіна Т. В. Организационно-экономические основы обеспечения экологической конкурентоспособности товаров и товаропроизводителей // *Економічні інновації*. Одеса : Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, 2013. С. 304–312. URL: https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2013_3_272_279.pdf. 4. Поддубный И. А., Поддубная Л. И. Теория конкурентоспособности: современное состояние и предметно-методологические аспекты развития. *Економіка України*. 2017. № 8. С. 52–60. 5. Вартаев Е. Р. Экологический подход к стратегической конкуренции. *Современная конкуренция*. 2019. № 13. С. 1–29.



THE ESSENCE AND IMPORTANCE OF BUSINESS PROCESSES AT THE COMPANY

UDC 65.075.4

D. Fedorushchenko

Undergraduate 2 years of study
of the Faculty of Management and Marketing KhNEU S. Kuznets

Annotation. The article deals with the theoretical aspects of business processes, their essence, the business process management systems are overviewed. This paper presents key points of necessity of implementation of business processes at the company.

Keywords: business process, business-environment, system, process, management, company.



Анотація. У статті досліджено теоретичні аспекти бізнес-процесів, їх сутність, розглянуто системи управління бізнес-процесами підприємства. У цій роботі обґрунтовано головні причини необхідності бізнес-процесів у компанії.

Ключові слова: бізнес-процес, бізнес-середовище, система, процес, управління, компанія.



In today's industrial and commercial environment, all businesses are having to operate in a global economy where the competition is getting tougher and the customers' expectations are continuously increasing. As a result, companies have to squeeze their businesses for effectiveness and efficiency to deliver the expected business results, whilst increasing quality and flexibility to satisfy their customers' expectations.



Business environment is ever changing and the management's biggest challenge is to constantly change the business processes in order to adapt to the environment. Business processes are a fundamental building block of organizational success.

The term business process was influenced by concepts and technologies from business administration and computer science. BPM had its root in process-oriented trends and was treated as a management philosophy since mid-1990s (James F. Chang, 2006; Mathias Weske, 2007). Studies investigating BPM had been carried out several management principles and practices were associated. Most of these concepts were identical to Business Process Reengineering (BPR) and Total Quality Management (TQM) concepts.

In the book *Business Process Management: Concepts, Languages, Architectures*, Mathias Weske had quoted from Davenport, who defined business process as: "a set of logically related tasks performed to achieve a defined business outcome for a particular customer or market".

Therefore, the goal of this article is to figure out that effective management of business processes is a key activity for business prosperity there remain considerable gaps in understanding how to drive efficiency through a process approach. Building a clear and deep understanding of range process, how they function, and how to manage them is the major challenge facing modern business.

Processes are something that businesses go through every day in order to accomplish their mission. The better their processes, the more effective the business.

Some businesses see their processes as a strategy for achieving competitive advantage. A process that achieves its goal in a unique way can set a company apart. A process that eliminates costs can allow a company to lower its prices (or retain more profit) [2].

A business process is a series of steps performed by a group of stakeholders to achieve a concrete goal. These steps are often repeated many times, sometimes by multiple users and ideally in a standardized and optimized way. A business process can be manual or automated.

If manual, the process is achieved without the aid of an automation or assisting technology. If automated, a technology aid has been put into place which assists users in implementing the process in a more accurate, standardized or optimized manner.

Business process is described by most scientists as a sequence (set, series, collection) of activities (operations of steps). This sequence of activities is aimed at the transformation of inputs into the outputs (product). A business process begins with a mission objective (an external event) and ends with achievement of the business objective of providing a result that provides customer value [4].

Business process is a steady purposeful sequence of functions performance, aimed at creating a result that has value to the consumer. It provides a definite volume of services, through a defined and measurable input and output that is valuable for external or internal customer. It can be repeated, has a responsible process owner and has all the necessary resources and information.

A complex business process may be decomposed into several sub-processes, which have their own attributes but also contribute to achieving the overall goal of the business. The analysis of business processes typically includes the mapping or modeling of processes and sub-processes down to activity/task level. Processes can be modeled through a large number of methods and techniques.

A business process is a collection of activities designed to produce a specific output for a particular customer or market. It implies a strong emphasis on how the work is done within and organization, in contrast to a product's focus on what. A process is thus a specific ordering of work activities across time and place, with a beginning, an end, and clearly defined inputs and outputs: a structure for action.

A business process has some well-defined goal. This is the reason the organization does this work, and should be defined in terms of the benefits this process has for the organization as a whole and in satisfying the business needs.

Business process inputs are incoming objects (raw materials, products, parts, information or services) which are converted into a process outputs during its execution. Business process input a is an output of other one.

Primary input is a flow of objects that are the subject of labor for a business process, i.e. converted for output: raw materials, information that requires processing, etc. Secondary input is a flow of objects that provide normal business process execution – standards, rules, tools, etc.



A business process will typically produce one or more outputs of value to the business, either for internal use or to satisfy external requirements. An output may be a physical object (such as a report or invoice), a transformation of raw resources into a new arrangement (a daily schedule or roster) or an overall business result such as completing a customer order. An output of one business process may feed into another process, either as a requested item or a trigger to initiate new activities.

Business processes use information to tailor or complete their activities. Information, unlike resources, is not consumed in the process – rather it is used as part of the transformation process. Information may come from external sources, from customers, from internal organizational units and may even be the product of other processes [5].

Today, organizations are using BPM together with Six Sigma and Lean to improve efficiency and effectiveness of business processes. It is easy to see that these ideas are used in today's BPM systems [7].

Business Process Management (BPM) is a management discipline describing the systematic approach to “identify, execute, document, measure, monitor and control both automated and non-automated business processes to achieve consistent, targeted results aligned with an organization's strategic goals”.

To put it simply, it is the systematic approach to improving the business processes of an organization, making the workflow more efficient and effective, and improve its overall ability to adapt to an ever-changing business environment.

Management of business processes through BPM involves modelling, analysis, design and measurement of these processes. It sounds like a lot of work, which is why BPM is designed to be technology-enabled [1].

One more definition of Business Process Management (BPM) according to bpm.com sounds as following [7]:

“BPM is a discipline involving any combination of modeling, automation, execution, control, measurement and optimization of business activity flows, in support of enterprise goals, spanning systems, employees, customers and partners within and beyond the enterprise boundaries”.

The goal of this effort is to find the definition that closely represents the concept that most people (including both experts and otherwise) have for the term BPM. The goal was not offer judgment on different BPM methods, technologies or products. This definition is by design short and concise, yet definitive and complete.

Business Process Management is the systematic approach to improving the business processes of an organization, making the workflow more efficient and effective, and improve its overall ability to adapt to an ever-changing business environment. Management of business processes through BPM involves modeling, analysis, design and measurement of these processes [3].

Researchers suggested six elements that every effective BPM should have, which are described below [6]:

Strategic alignment or synchronization: The alignment referred to is that of the BPM and the overall strategy of the organization, meaning the business processes must be designed, implemented and managed (through the BPM) in accordance with the strategic priorities, objectives and goals of the organization.

Governance: From the outset, the roles and responsibilities for the different levels of BPM must be clearly established and communicated to all members of the organization and other stakeholders. This is to ensure transparency and accountability. This also involves setting out clear guidelines on the decision-making process, as well as rewards and sanction programs.

Methodologies: The conduct of BPM initiatives entail the utilization of methods, or tools and techniques that facilitate management of business processes. The most common example often used is the Six Sigma, a set of techniques developed by Motorola engineer Bill Smith in an effort to improve the capability of business processes.

Information Technology: BPM has become increasingly associated with technology, mostly because of how heavily it depends on IT-based solutions. Thus, information technology plays a very important role in the execution of BPM initiatives.

People: Technology and information systems are pretty much useless by themselves, without any human factor. Therefore, organizations assign specific manpower solely dedicated to carry out its BPM initiatives.

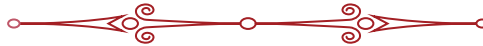
Culture: This mostly pertains to the organizational culture, or the collective values within the organization. First and foremost, the organization must have a culture or environment that facilitates, complements and supports its BPM initiatives. After all, BPM is not a standalone unit of the organization, since it cuts across the entire organizational structure.



Thus, BPM includes concepts, methods, and techniques to support the design, administration, configuration, enactment, and analysis of business processes. The basis of business process management is the explicit representation of business processes with their activities and the execution constraints between them. Once business processes are defined, they can be subject to analysis, improvement, and enactment.

Supervisor – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor Mironova O. M.

Literature: **1.** A Complete Breakdown for Business Process Analysis. URL: <https://kissflow.com/bpm/business-process-analysis/>. **2.** Blokdijk G. Business Process Management BPM 100 Success Secrets: 100 Most Asked Questions on BPM Implementation, Process, Software, Tools and Solutions. Emereo Publishing, 2008. 208 p. **3.** Business Process Management Life Cycle. URL: <https://www.cleverism.com/business-process-management-life-cycle/>. **4.** ISO 9001:2015. URL: <https://www.iso.org/standard/62085.html>. **5.** Patanakul P., Shenhar A. What project strategy really is: the fundamental building block in strategic project management. *Project Management Journal*. 2012. Vol. 43 (1). P. 4–20. **6.** Rosemann M. The Six Core Elements of Business Process Management. In Brocke, Jan vom & Rosemann, Michael (Eds.) *Handbook on Business Process Management 1: Introduction, Methods, and Information Systems*. Springer Berlin Heidelberg, 2010. P. 107–122. **7.** Von Rosing M., Kemp N., Hove M., Ross J. W. Process Tagging - A Process Classification and Categorization Concept // In von Rosing, M.; Scheer, A.-W.; von Scheel, H. *The Complete Business Process Handbook: Body of Knowledge from Process Modeling to BPM*. 1. Morgan Kaufmann. 2014. P. 123–172.



МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНЮВАННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ КОМУНАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ ОСВІТИ

УДК 336:332.8

Фісай Р. В.

Студент 4 курсу
факультету фінансів і обліку ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто методичний підхід оцінювання фінансового стану комунального закладу освіти, враховуючи специфіку його діяльності. Визначено основні етапи його оцінювання: коефіцієнтний аналіз, розрахунок інтегрального показника фінансового стану, прогнозування його рівня та аналіз факторів.

Ключові слова: фінансовий стан, комунальний заклад, заклад освіти, коефіцієнтний аналіз, інтегральний показник, регресійний аналіз.



Annotation. A methodical approach to assessing the financial condition of a municipal educational institution has been developed, taking into account the specifics of its activities. The main stages of its evaluation are considered: coefficient analysis, calculation of the integrated indicator and regression analysis.

Keywords: financial condition, communal institution, educational institution, coefficient analysis, integrated indicator, regression analysis.





Питання забезпечення належного рівня фінансового стану тісно пов'язане із умовами фінансування закладів освіти, підвищення ефективності використання ними наявних ресурсів, забезпечення фінансової стабільності. Ці проблеми завжди перебували у центрі уваги науковців, слугували предметом численних досліджень. Безперервність навчальної та наукової діяльності визначається відповідним рівнем фінансового забезпечення, підтримувати його – важливе і відповідальне завдання [1].

Дослідженням фінансового стану комунальних закладів (КЗ) освіти займалися: Андрущенко В., Бекер Г., Боголіб Т., Буковський В., Волкова Н., Дронова І., Каламбет С. та ін. Але, незважаючи на це, подібне питання залишається актуальним, адже досі не визначено єдиного підходу до оцінки фінансового стану комунального закладу освіти.

Метою статті є розробка методичного підходу до комплексного оцінювання фінансового стану комунального закладу освіти.

В основі діяльності будь-якого суб'єкта господарювання покладено завдання отримання найбільшого прибутку. Щоправда, є галузі, метою функціонування яких є надання якісних життєво-важливих послуг населенню за встановленими державою нормативами. Заклад освіти є одним з них. Це організація, що на постійній і безперервній основі здійснює освітній процес з метою навчання виховання, розвитку і самовдосконалення особистості [2].

Освітня діяльність є найбільш специфічною галуззю національної економіки, для якої характерні свої відмінні риси. Тому для аналізу фінансового стану навчального закладу необхідне застосування певної методики, що буде враховувати їх механізм функціонування і управління, різні за своєю природою ресурси, види діяльності та дає змогу оцінити ефективність діяльності. Серед інструментів дослідження рівня фінансового стану, за результатами опрацювання наукових джерел [1; 3], визначено коефіцієнтний аналіз, таксономічний та факторний.

Коефіцієнтний аналіз фінансового стану комунального закладу було проведено для Комунального закладу «Початковий спеціалізований мистецький навчальний заклад «Мистецька школа № 2» Павлоградської міської ради (табл. 1).

Таблиця 1

Результати коефіцієнтного аналізу КЗ «Початковий спеціалізований мистецький навчальний заклад «Мистецька школа № 2» Павлоградської міської ради

Показник	Нормативне значення	2018	2019	2020	Відхилення 2018-2020	Відхилення 2019-2020
Коефіцієнт забезпеченості оборотних активів власним оборотним капіталом	від 0,1	0,95	0,91	0,89	-0,04	-0,03
Коефіцієнт автономії	від 0,4	0,97	0,97	0,98	0	0
Коефіцієнт фінансової залежності	до 2	1,03	1,03	1,02	0	-0,01
Коефіцієнт фінансової стійкості	від 0,7 до 0,9	0,97	0,97	0,98	0	-0,01
Коефіцієнт зносу основних засобів	зменшення у динаміці	0,88	0,76	0,77	-0,12	0,01
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	більше 1	18,94	11,32	8,7	-7,62	-2,62
Коефіцієнт поточної ліквідності	від 1 до 3	19,48	11,53	8,81	-7,95	-2,72
Коефіцієнт заборгованості	менше 0,5	0,03	0,03	0,02	0	-0,01
Коефіцієнт маневреності грошових коштів	більше 0,1	1,03	1,08	1,11	0,05	0,04
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	більше 0,1	0,52	0,28	0,19	-0,24	-0,09
Коефіцієнт рентабельності активів	зростання в динаміці	14,82	10,26	12,49	-4,56	2,23
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	зростання в динаміці	15,24	10,53	12,79	-4,7	2,26
Коефіцієнт рентабельності основного виду діяльності	зростання в динаміці	1,01	1	0,99	-0,01	-0,01



За результатами коефіцієнтного аналізу було виявлено, що комунальний заклад освіти має нормальний фінансовий стан. Проаналізувавши значення фінансового результату за досліджуваний період (рис. 1), було виявлено, що протягом 2018 та 2019 років спостерігався позитивний фінансовий результат, але станом на 2020 рік показник знизився. Це означає, що у 2020 році у комунального закладу з'явився дефіцит коштів. Від'ємний фінансовий результат було отримано через одночасне зменшення асигнувань і збільшення витрат на виконання бюджетних програм.

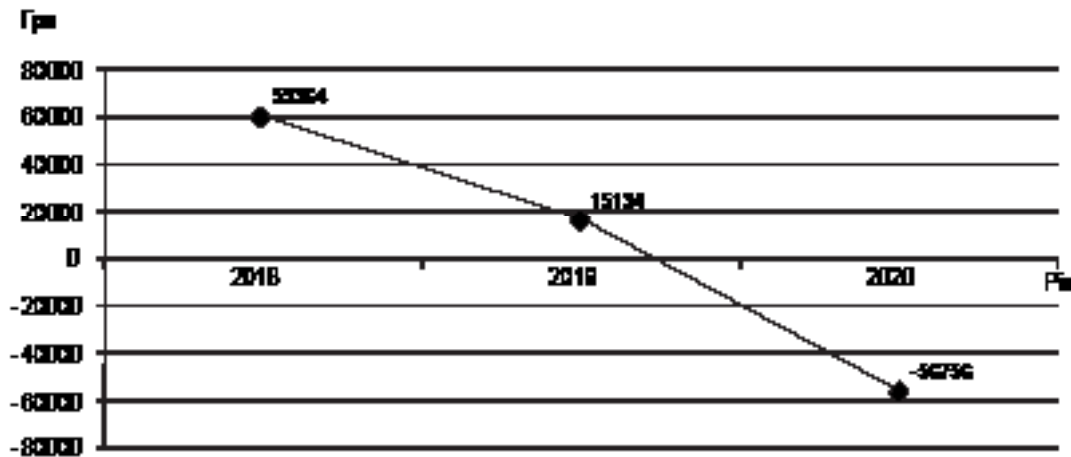


Рис. 1. Аналіз динаміки фінансового результату комунального закладу

За категорією «фінансова стійкість» комунальний заклад можна віднести до підприємств із нормальною фінансовою стійкістю. Спостерігається негативна динаміка у показниках ліквідності та рентабельності, але всі показники знаходяться у нормі. Отримані результати є основою для подальшої стабільної фінансово-господарської діяльності та для розвитку комунального закладу.

Інтегральний фінансовий аналіз дає змогу отримати багатофакторну оцінку умов формування окремих фінансових показників діяльності закладу освіти [4]. Одним із інструментів проведення інтегрального оцінювання явища є таксономічний аналіз. Таксономія – вчення про принципи і практику класифікації і систематизації складноорганізованих сутностей, що ієрархічно співвідносяться [5].

Інтегральний показник рівня фінансового стану розраховується за класичним алгоритмом таксономічного аналізу [6]. Значення таксономічного показника для КЗ «Початковий спеціалізований мистецький навчальний заклад «Мистецька школа № 2» Павлоградської міської ради змінюється в межах від 0 до 1 та має негативну тенденцію до зменшення протягом 2018–2020 років. У 2018 році було зростання інтегрального показника фінансового стану комунального закладу, а надалі – його різке зменшення. Зростання індикатора та його наближення до 1 свідчить про покращення фінансового стану КЗ, і навпаки.

Інтегральний показник протягом 2018–2020 років зменшується. У 2018 році комунальний заклад мав найбільше забезпечення, про що свідчить збільшення значення досліджуваного показника. Значення показника у 2018 році було наближене до ідеального значення – 1 і становило 0,82. Досліджуючи період 2018–2020 років, можна помітити, що рівень інтегрального показника фінансового стану зменшується щорічно (2019 р. – 0,40, 2020 р. – 0,23). Цю тенденцію зумовлює погіршення індикаторів зносу основних засобів, маневреності власного капіталу та рентабельності основного виду діяльності. Комунальний заклад не може покрити усі витрати наданими асигнуваннями. Зважаючи на це, можна зробити висновок, що фінансовий стан досліджуваного комунального закладу щороку погіршується. Саме тому на наступному кроці доцільно провести аналіз чинників, що вплинули на динаміку рівня фінансового стану комунального закладу, і розробити заходи щодо мінімізації їх дії.

Насамперед, необхідно оцінити майбутню динаміку змін інтегрального показника фінансового стану комунального закладу, який відображає коливання рівня показників рентабельності, фінансової стійкості та лік-



відності (рис. 2).

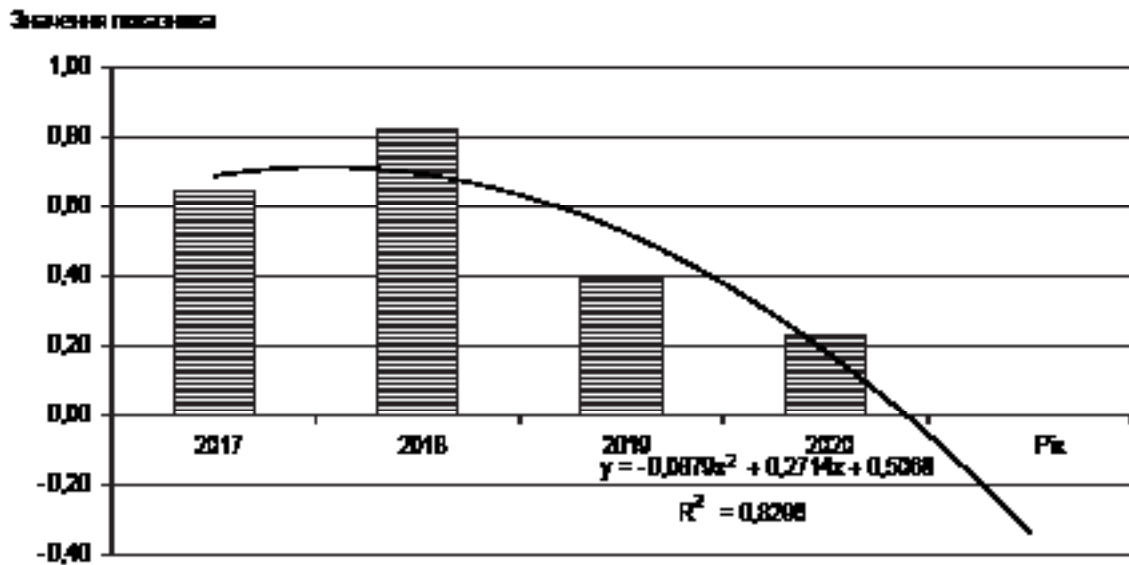


Рис. 2. Динаміка інтегрального показника фінансового стану комунального закладу

З використанням трендової моделі було виявлено, що у наступному періоді значення показника рівня фінансового стану КЗ освіти зменшується. Коефіцієнт детермінації має наближене значення до 1, що підтверджує адекватність побудованого прогнозу.

Це створює передумову для визначення факторів, що впливають на нього. Факторний аналіз доцільно провести методами регресій. Базисом регресійного аналізу є оцінювання парних коефіцієнтів кореляції між залежною та незалежними змінними. Ці коефіцієнти показуватимуть щільність взаємозв'язку між економічними показниками, що досліджуються.

Таким чином, обчислення коефіцієнтів кореляції дозволить визначити ступінь впливу ключових макро-економічних і галузевих факторів на значення інтегрального показника фінансового стану комунального закладу [7]. Вихідні дані для проведення регресійного аналізу зображено у табл. 2.

Таблиця 2

Вихідні дані для проведення регресійного аналізу

Показник	Змінна	Період			
		2017 рік	2018 рік	2019 рік	2020 рік
Кількість учнів	X1	365	365	375	375
Кількість вчителів	X2	13	13	13	13
Предмети, матеріали, обладнання, інвестиції	X3	17483	107119	101918	48000
Оплата комунальних послуг	X4	162933	182900	183860	177250
Оплата послуг, крім комунальних	X5	49917	40700	36474	40372
Доходи від платників	X6	693000	693000	706050	680400
Дослідження і розробка, проведення регіональних програм	X7	2520	780	720	1128
Витрати на капітальний ремонт	X8	199000	151619	164456	175854
Видатки на відрядження	X9	3118	4158	7535	6792
Витрати на заробітну плату	X10	4153229	3913350	4068834	3376786
Інтегральний показник фінансового стану комунального закладу	Y	0,65	0,82	0,4	0,23



Регресійна модель, отримана за результатами аналізу, є значущою відповідно до величини показника R^2 . Рівняння моделі має вигляд:

$$Y = 0,104 + 3,27 \times 10^{-6}X_3 + 2,65 \times 10^{-6}X_8 - 9,25 \times 10^{-10}X_{10}.$$

За результатами проведення регресійного аналізу було виявлено, що на досліджуваній фактор – фінансовий стан комунального закладу (Y) – впливають лише 3 показники: X_3 – предмети, матеріали, обладнання, інвестиції, X_8 – капітальний ремонт, X_{10} – витрати на заробітну плату.

Для оцінювання ступеня впливу визначених факторів на рівень фінансового стану комунального закладу проведемо моделювання з використанням отриманої регресійної моделі [8].

За результатами розрахунку було виявлено, що у разі збільшення рівня витрат на предмети, матеріали, обладнання та інвестиції на 20 %, значення інтегрального показника фінансового стану значно зменшується і становить 0,17. Якщо ж рівень показника зменшується на 20 %, тоді значення інтегрального показника фінансового стану комунального закладу збільшується до 0,26.

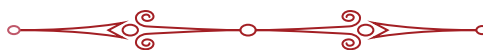
Зменшуючи витрати на капітальний ремонт, можна досягти вищого значення інтегрального показника фінансового стану. При зменшенні витрат на 20 % рівень інтегрального показника досягає 0,27. І, навпаки, при збільшенні витрат на капітальний ремонт значення інтегрального показника фінансового стану зменшується до 0,15.

За умови збільшення витрат на заробітну плату на 20 % рівень інтегрального показника фінансового стану комунального закладу зменшується на 1 %. Якщо ж витрати на заробітну плату зменшити на 20 %, тоді рівень інтегрального показника збільшується на 1 % і становить 0,24. Такі зміни пояснюються тим, що у разі зменшення цих витрат у комунального закладу залишиться більше вільних коштів, за рахунок яких можуть покриватися витрати.

Отже, у цій роботі було представлено методичний підхід, що надає змогу провести комплексне оцінювання фінансового стану комунального закладу освіти. За результатами його реалізації можна розробити подальші заходи щодо його підтримання або покращення фінансового стану КЗ Початковий спеціалізований мистецький навчальний заклад «Мистецька школа № 2» Павлоградської міської ради.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Лелюк С. В.

Література: 1. Клименко С. О. Застосування досвіду діагностики фінансового стану ВНЗ для середніх навчальних закладів освіти. *Миколаївський національний університет ім. В. О. Сухомлинського*. 2016. № 14. С. 712–715. 2. Яцух О. О., Захарова Н. Ю. Фінансовий стан підприємства та методика його оцінювання. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2018. № 3. С.173–180. 3. Клебанова Т. С., Димченко О. В., Рудаченко О. О. Оцінка, аналіз і попередження кризового стану підприємств житлово-комунального господарства : монографія. Харків : ХНУМГ, 2016. 193 с. 4. Боголіб Т. Система і методи фінансового аналізу фінансово-господарської діяльності ВНЗ. *Фінанси України*. 2006. № 5. С. 50–62. 5. Прохоров А. М. Таксономія (теорія класифікації). Струнино, Тихорецьк : Советская энциклопедия, 1976. (Большая советская энциклопедия [в 30 т.] : 1969-1978, т. 25). 6. Айвазян С., Бажаєва З., Староверова О. Класифікація багатовимірних спостережень. Москва : Статистика, 2010. 769 с. 7. Долінський Л. Б., Рибачок О. С. Кореляційно-регресійний аналіз інвестиційної привабливості АПК. *Економічний аналіз*. 2016. № 24 (1). С. 30–37. 8. Логарифмічне фінансування і оплата позашкільля. Національний еколого-натуралістичний центр учнівської молоді. URL: <https://nenc.gov.ua/wp-content/uploads/2020/05/finansyvannya.pdf>.





PLANNING OF MARKETING ACTIVITY

UDC 658.8.012.2

R. Hingston

The 4-th year student
of the Faculty of Management and Marketing KhNEU S. Kuznets

Annotation. The article examines the methods, content, and tools used in the formulation of a marketing plan by the goals of the company. The widespread approaches to the planning of marketing activity is discussed.

Keywords: planning, marketing activity, planning tools, marketing planning.



Анотація. У статті досліджено методи, зміст та інструменти, які використовуються для розробки маркетингового плану підприємства, відповідно до його цілей. Розглянуто поширені підходи до планування маркетингової діяльності.

Ключові слова: планування, маркетингова діяльність, інструменти планування, планування маркетингу.



Planning is an essential function of management that is used in all aspects of business operations. Therefore, it's an important step in marketing. For marketing activities to be successful, proper planning must be made. The main problem faced by managers when planning marketing activities is the problem of inaccuracies of data collected. The goal of this article is to identify tools and approaches in planning to curb inaccuracies.

The term marketing planning is used to describe the methods of applying marketing resources to achieve marketing objectives. It is a very complex process [1]. A marketing plan outlines the marketing strategy that the organization will implement to reach its target market and achieve its marketing objectives within a specific time frame. It details the advertising strategies, public relations campaigns and other marketing activities to be undertaken by the organization.

The marketing plan of an organization is part of the overall business plan. Most marketing plans involve the study of historical data of the organization to devise methods in meeting future predictions and goals. In developing a marketing plan, the organization must consider the following: Marketing research, Market development, Marketing Strategy, Marketing tactics, Marketing operations.

The content of the marketing plan must fit the needs and affairs of the firm. The goals of the company must be clearly stated as the requirements and criteria of a marketing plan will vary from company to company. Marketing plans are prepared based on the size of the company, resources available, and the goals of the company. A marketing plan must contain the following: Product or service description, Marketing goals, Marketing strategy, Pricing strategy, Budget, Marketing Communications, Market research, Situation analysis, etc.

The planning of marketing activities involves the analysis of both the internal and external environment of the organization by considering important effects such as finding out the needs of customers, competition analysis, the organization's competitive advantage, and determining potential factors that might affect its operations. There are several tools and techniques used in planning marketing activities such as the SWOT analysis, Porter's five forces analysis, BCG matrix, Ansoff matrix, Balance scorecard, to name but a few. These tools are used in the development of appropriate marketing strategies based on the needs of the enterprise and highlight ways to implement these strategies.

The SWOT analysis is a strategic technique that helps a company in the identification and assessment of its strengths, weaknesses, opportunities, and threats. There are both internal and external considerations build into the tool. Strengths and weaknesses are internally related factors that the company has control over. Concerning externally related, opportunities are realities in the greater environment that can be exploited to benefit the entity. While on the other hand, threats are realities in the greater environment, which might lead to problems for the entity [2].

The company uses its strengths to gain a competitive advantage over competitors, but the weaknesses are the limitations of the company and place it at a disadvantage. The SWOT analysis is an effective tool that can be used in



the decision-making process, planning process, and strategy formulation process. The SWOT analysis is beneficial to firms in the way that it reveals competitive advantages and helps companies to capitalize on them, assesses potential profitability, reminds firms to keep their focus on the future, prepares businesses to adapt to change, Sets the stage for the development of response and contingency plans, and brings clarity and focus to the marketing initiatives [3].

Porter's five forces analysis developed by Michael E. Porter in 1979 is a strategic planning tool used to analyze the competitive forces within a certain industry. It is used by businesses to identify and analyze the level of competition in the industry in which they operate. Five Forces Analysis is designed to give a universal overview, instead of an in-depth commercial enterprise evaluation technique. It assesses the opportunities, risks, level of profitability, and strengths of the market position primarily based on five key forces. The complete analysis examines five forces: supplier bargaining power, the threat of new entrants, customer bargaining power, the threat of substitute products, and intra-industry competition (competitive rivalry). The first four elements operate independently from one another whilst intensifying the rivalry within the industry [4].

The Boston Consulting group's matrix is used to evaluate the firm's product portfolio to determine what to keep, discontinue, or invest more in. It is used to identify growth opportunities and for long-term strategic planning or marketing plan. Developed by the Boston Consulting Group, portfolio analysis involves classifying an organization's strategic business units along two dimensions: market growth rate and relative market [5].

The products or divisions of the company are categorized into four categories known as Stars, Cash Cows, Question marks, and Dogs. Stars as the name implies are products or divisions that are in a high growth market with a high market share. Cash cows are products or divisions that are in a low growth market with a high market share. Question marks are products or divisions in a high growth market with a low market share, whilst Dogs are products or divisions in a low growth market with a low market share. The BCG matrix will help strategists by defining the products with the most potential and products that require further marketing efforts.

Ansoff matrix developed by Igor Ansoff is a strategic marketing planning tool used to plan, develop, and analyze growth strategies. It mainly focuses on identifying growth opportunities for the firm's product and market to increase sales revenue. The matrix provides four probable alternatives for a firm's growth with new or existing products, in a new or existing market. The Ansoff matrix is made up of four growth strategies. It is sometimes referred to as the Product/Market Expansion Grid. It also helps firms analyze the risks associated with each strategy. The idea is that each time you move into a new quadrant (horizontally or vertically), risk increases [6]. The Ansoff matrix is shown below in figure 1.

	Existing products	New products
Existing markets	Market Penetration	Product Development
New markets	Market development	Diversification

Fig. 1. **The Ansoff Matrix**

A balanced scorecard is another strategic tool that can be used to control and monitor the implemented strategies of the firm. In a nutshell, the balanced scorecard is a performance management tool. It considers the goals and objectives of the firm and tracks the progress towards achieving these goals.

Furthermore, it aids in deciding the tasks, products, or services that are of high importance and need attention swiftly. Data collection is crucial to providing quantitative results as managers and executives gather and interpret the information and use it to make better decisions for the organization [7]. The Balanced scorecard uses four different

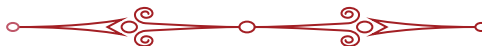


perspectives to examine an organization: Financial perspective, Internal business processes perspective, Learning and growth perspective, Customer perspective.

Marketing is the first step in creating awareness about a company's products and services to the masses, hence, it must contain detailed information that might be beneficial in helping customers in their decision-making process. This can be done through the use of planning tools, techniques, methods, and the coordination of employees of the marketing department. By this, the marketing goals can be achieved.

Supervisor – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor Kanova O. A.

Literature: **1.** Westwood J. How to Write a Marketing Plan. London, UK : Kogan Page Publishers, 2013. 184 p. **2.** Dac Teoli T. S. SWOT Analysis. Treasure Island, Florida : StatPearls Publishing, 2020. 54 p. **3.** Wroblewski M. Definition of a SWOT Analysis. URL: <https://smallbusiness.chron.com/swot-mean-marketing-25081.html>. **4.** Porter's Five Forces: Understand competitive forces and stay ahead of the competition. London, UK : 50 Minutes, 2015. 32 p. **5.** Bede-ian A. G. Management. Michigan, USA : Dryden Press, 1993. 745 p. **6.** The Ansoff Matrix / Mind Tools Content Team. URL: https://www.mindtools.com/pages/article/newTMC_90.htm. **7.** Tarver E. Balanced Scorecard // Investopedia. URL: <https://www.investopedia.com/terms/b/balancedscorecard.asp#:~:text=What%20Is%20a%20Balanced%20Scorecard,and%20provide%20feedback%20to%20organizations>.



INTERNATIONAL EXPERIENCE OF SALES ACTIVITY ORGANISATION

UDC 658.81

K. Kholodna

The 4-th year student
of the faculty of Management and Marketing of KhNEU S. Kuznets

Annotation. The article examines international experience in organizing sales activities, analyzes modern approaches to increasing the efficiency of the sales system. The most effective methods for improving the organization of the sales system are revealed, the characteristics of the omnichannel approach to the formation of sales activities are compiled, its advantages and disadvantages are determined.

Keywords: sales, international experience, sales activities, sales system, omnichannel approach.



Анотація. У статті розглянуто міжнародний досвід в організації збутової діяльності, проаналізовані сучасні підходи до підвищення ефективності системи збуту. Виявлені найбільш дієві методи для покращення організації системи збуту, складена характеристика омніканального підходу до формування збутової діяльності, визначені його переваги та недоліки.

Ключові слова: збут, міжнародний досвід, збутова діяльність, система збуту, омніканальний підхід.





The experience of industrialized countries shows that the ability to properly adapt sales activities to market requirements is of great importance for the successful operation of the enterprise nowadays.

Studies of international experience in building a sales system show that the intermediary link of sales activities, in most cases, increases the efficiency of sales operations, as the high professional level of the intermediary in sales and commercial areas can accelerate cost recovery through large-scale, universal, and specialized operations. It is the functional level of the intermediary that creates convenience for end customers, ensures the availability of goods and their delivery to target markets.

Studies of world experience in the organization of sales activities were conducted by the following foreign and domestic authors: L. V. Balabanova, G. J. Bolt, O. O. Bruch, L. E. Vardanyan, V. M. Vlasova, S. S. Garkavenko, Ph. Kotler, V. Y. Kardash, A. Kus, T. I. Lukyanets, T. B. Nadtocka, A. O. Starostina, V. P. Khlusov and others.

The goal of the article is to research the world experience in the organization of sales activities and analyze modern methods of building a distribution and marketing system.

Effective organization of sales activities is based on global trends in the field of supply and marketing, consideration of which shows that Western business leaders achieve savings through the use of the most relevant approaches to sales activities, which are presented in tabl. 1.

Table 1

World experience in the organization of sales activities [1]

Approach name	The content of the approach
Operational approach	It does not cover the construction of a sales management system, for its implementation a number of responsible people is appointed, who ensure the uninterrupted supply of resources on the basis of separate applications from production units and shipment of products to consumers. Supply and sales management activities are fragmented
Commercial approach	May not use the systematization of sales activities, often supply and sales activities are fragmented, but at the same time maximum competition is created between the main suppliers for the purchase of resources at the lowest prices
Coordination approach	Includes construction of a centralized sales management system. Within the framework of the management system, special regulations for conducting activities and interaction between sales functionality and other functionalities of the enterprise are created
Integration approach (internal aspect)	Includes construction of a sales activities system, which uses along with the centralization of activities, the delegation of powers to other departments of the enterprise in the implementation of supply and marketing. The integration approach involves the formation of a strategy of supply and marketing logistics, coordinated with the development strategy of the enterprise
Integration approach (external aspect)	The created sales management system is characterized by decentralization, and can create geographically and territorially distributed groups that form a common supply chain through the use of information and communication technologies. The strategy of supply and marketing activities is focused on the formation of value for the final consumer
Network approach	The created sales management system is considered as the integration of the value chain for the final consumer. The multilateral and expanded network structure of the organization is used and purchases allowing to receive the maximum synergetic effect from management of supplier activity is conducted

Approaches to sales activities organization described in table 1 can be considered as stages of management system formation of sales activities organization.

In particular, the operational and commercial approach will be typical for small businesses, the coordination approach will be more typical for medium-sized businesses. The integration and network approaches are typical for sales activities of large enterprises, national and multinational corporations, including those acting as holding structures or financial-industrial groups.

International practice shows that at the present stage of economic development, preference is given to complex sales systems. In this case, the participants in the sales system are interconnected by certain conditions and work as a whole, i.e. a coordinated interdependent mechanism in the form of intra-corporate trade or trade between affiliated companies or companies operating in the market under long-term trade agreements and agreements on cooperation, etc. [2].

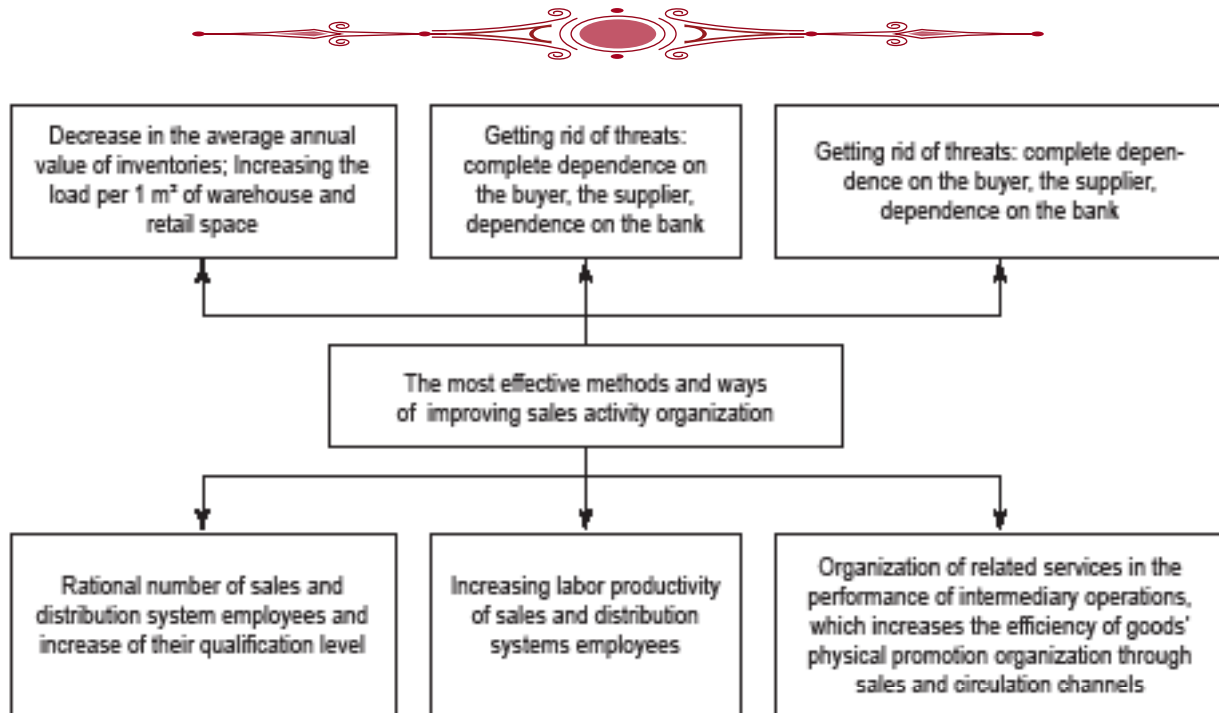


Fig. 1. **The most effective methods of improving sales activity organization in the world practice**

Starting from 2010s, the world's leading companies began to use omnichannel approaches to the organization and implementation of sales activities. The main task faced by the companies is to adjust the purchase process to one in which consumers will not get lost in it, due to changes in the sales channel. The essence of omnichannel, according to BCG (Boston Consulting Group) analysts, is a promotion and sales strategy, the task of which is to combine different channels, such as websites, social networks, electronic coupons, flash sales, "pop-up stores" and many others into a single system [3].

Lori Bocklund defines omnichannel sales as the process of establishing an online interaction with a potential buyer to transfer ownership of the goods and the physical transfer of goods, which is embodied in transactions with buyers to sell and pay for goods and services, providing customers with information on the Internet service server about the progress of order fulfillment, prompt delivery of products and transactions through the use of information technology on the Internet [4].

Summarizing the above-mentioned definitions, we can conclude that this is a new approach to sales activities, which directs efforts not to a specific sales complex, but allows to integrate elements of the sales complex into a single system, which significantly strengthens sales policy.

Thanks to advances in technology and the ability to switch between different channels, customers try to interact continuously with suppliers at any time during this cycle. The main purpose of omnichannel sales is the complete absence of boundaries between sales channels.

The customer does not need to switch to any other channel, he can use everything at once, start online and complete the purchase offline, and vice versa. Comfortable conditions are created both for the client, and for the seller. As a result, omnichannel customers spend half as much as single channel buyers. A survey conducted by the American company International Data Cooperation found that "omnichannel buyers" have a 30% higher life value than customers who use only one marketing channel [5].

Based on the above, we can conclude about the advantages and disadvantages of implementing and implementing omnichannel strategy for building a sales system of enterprises.

Thus, omnichannel involves a "smooth" transition between offline and online channels of communication with the customer and is a response to changes in their preferences, requirements to make purchases and receive the necessary information about the product and related services quickly and in real time ("in any place, at any time") [6].

Thus, international practice shows the relevance of multi-channel sales systems, which involve the use of both direct and indirect methods of sales and its own sales network as well as independent intermediaries, or the use of different sales channels.



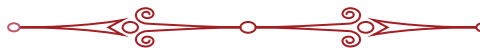
Table 2

Advantages and disadvantages of omnichannel approaches to organization and implementation of sales activities

Advantages	Disadvantages
Increasing the level of market coverage by increasing the number of sales channels. Personalization of shopping experience and loyalty programs through the formation of more detailed databases of consumers. Increasing the brand reputation and value of the company by increasing the visibility of the organization. Increasing the company's profits. Foreign experience shows that, on average, there is an increase in sales by 15-30% Improving the accuracy of forecasting consumer behavior by increasing the speed of access to new regions through the use of distance trading (online stores)	The need to develop and implement information and analytical programs, their synchronization. Re-equipment of the enterprise and further development of infrastructure, for example, opening of ordering points, showrooms, digital shops, construction of new logistics chains, etc. Expansion of the company's staff, the need for training and reorientation of staff to work in a new market

Supervisor – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor Shmutova I. M.

Literature: **1.** Поleshuk I. I. *Логистика : учеб. пособие для вузов.* Минск : БГЭУ, 2015. 430 с. **2.** Расшивалов Д. П. та ін. *Новітні форми міжнародного бізнесу в умовах глобальних інституційних та технологічних змін : монографія.* Київ : ВАДЕКС. 2019. 440 с. **3.** Офіційний сайт консалтингового агентства Boston Consulting Group. URL: <https://www.bcg.com>. **4.** Bocklund Lori. *The multichannel Contact Center becomes «omnichannel».* URL: <http://www.strategiccontact.com/articles/2015/Contact-Center-Omnichannel-Jan2015.pdf>. **5.** Котлер Ф. *Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового.* Київ : КМ-Букс, 2018. 208 с. **6.** Лісіца В. *Оmnіканальні продажі: тенденції, проблеми та перспективи розвитку в українському ритейлі. Проблеми і перспективи економіки та управління.* 2017. № 2 (10). С. 100–110. **7.** Зозульов О. В., Левченко М. Є. *Формування omnіканальної збутової стратегії підприємства. Економічний вісник Національного технічного університету України «КПІ».* 2016. № 13. С. 361–368. **8.** Колодізева Т. О. *Управління ланцюгами поставок : навч. посіб.* Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. 164 с. **9.** Madhani P. M. *Sales Organization Culture, Compensation Strategy and Firm Valuation. Compensation & Benefits Review.* 2016. № 1. P. 173–183. **10.** Lapoule P., Colla E. *The multi-channel impact on the sales forces management. International Journal of Retail & Distribution Management.* 2016. № 3. P. 248–265.



**ОЦІНКА ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ
ТА ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ СЕЛИЩНОГО БЮДЖЕТУ
В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

УДК 336.14:352

Хрипун Ю. М.

Студент 4 курсу
факультету фінансів і обліку ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Подано рейтингову оцінку платоспроможності селищного бюджету, що характеризує фінансовий стан бюджету, на основі аналізу результатів виконання бюджету. Проведено аналіз основних показників селищного



бюджету, які стали основою для розрахунку фінансової стійкості цього бюджету. За допомогою системи показників визначено рівень фінансової стійкості бюджету Білокуракинської селищної ради.

Ключові слова: платоспроможність, місцевий бюджет, фінансовий стан, рейтингова оцінка.



Annotation. A rating assessment of the solvency of the settlement budget, which characterizes the financial condition of the budget, based on the analysis of the results of the budget. The analysis of the basic indicators of the settlement budget which became a basis for calculation of financial stability of this budget is carried out. The level of financial stability of the budget of Bilokurakyn village council was determined with the help of the system of indicators.

Keywords: solvency, local budget, financial condition, rating assessment.



Одним із найважливіших чинників успішного управління бюджетними ресурсами є здійснення загальної оцінки фінансового стану місцевого бюджету, платоспроможності, що за своїм змістом відображають підсумки фінансової діяльності виконавчих органів влади.

Платоспроможністю місцевого бюджету є можливість на конкретну дату погасити за рахунок наявних та очікуваних грошових активів (у тому числі залишків бюджетних коштів) загального фонду місцевого бюджету бюджетні фінансові зобов'язання. Саме тому оцінка фінансового стану бюджету є неодмінним елементом бюджетного процесу на його завершальній стадії при підведенні підсумків процесу виконання бюджету.

Метою дослідження є виконання оцінки платоспроможності та фінансової стійкості місцевого бюджету.

Інформаційною базою дослідження є фінансова звітність підприємства.

Одним із найважливіших чинників успішного управління бюджетними ресурсами є здійснення загальної оцінки фінансового стану місцевого бюджету, платоспроможності, що за своїм змістом відображають підсумки фінансової діяльності виконавчих органів влади.

Оцінка фінансового стану бюджету є неодмінним елементом бюджетного процесу на його завершальній стадії при підведенні підсумків процесу виконання бюджету.

Для визначення оцінки фінансового стану бюджетів різного рівня використовують певні методи. Для оцінки фінансового стану адміністративно-територіальної одиниці використаємо рейтинговий метод, який більш спрямований на врахування індивідуальності конкретної ситуації. Для оцінки платоспроможності застосовують певний інструментарій, для якого візьмемо фінансові коефіцієнти, які використаємо для зіставлення показників конкретного місцевого бюджету із відповідними показниками даного місцевого бюджету в різні роки [3].

Оцінка бюджетних параметрів регіону є важливим елементом системи моніторингу його соціально-економічного розвитку. Та все ж таки на сьогодні не існує єдиного підходу щодо визначення платоспроможності регіональних бюджетів та оцінювання їх фінансової стійкості, що ускладнює розроблення адекватних і ефективних методів підвищення ефективності використання бюджетних ресурсів відповідної території.

Стойка платоспроможність бюджету – це здатність органів місцевої влади задовольняти потреби населення у суспільних благах. У зв'язку з цим одним із завдань органів місцевого самоврядування є контроль за формуванням дохідної частини бюджету, оскільки від ступеня його наповнення залежить стан інфраструктури міста, якісні показники забезпеченості населення необхідними послугами та рівень життя населення [4].

Переваги застосування методу рейтингового оцінювання полягають у тому, що він є зручним інструментом для динамічних і регіональних порівнянь. Певним недоліком є те, що рейтингова оцінка сама собою не має реального економічного змісту й може застосовуватися лише для порівняння у просторі або часі. Спираючись на дані звітності місцевого бюджету ОТГ за 2018–2020 роки, було проведено розрахунки коефіцієнтів. Дані для розрахунків платоспроможності селищного бюджету наведено в табл. 1.

Маючи необхідні дані, можемо провести розрахунок показників, виходячи з яких можна робити висновок про платоспроможність бюджету. Розрахунки наведено в табл. 2.

Виходячи з розрахунків можна зробити висновок, що найвища платоспроможність селищного бюджету була у 2019 році, оскільки сума виставлених балів була найнижчою і становила 13, у 2018 році також достатньо висока платоспроможність, а у 2020 році показники дещо гірші, низький коефіцієнт податкової спроможності, становить 0,953, що менше на 1,063, ніж у 2018 році.



Також спостерігаємо дефіцит бюджету у 2020 році, що негативно відображається на бюджетній ситуації регіону, а у 2019 і 2018 був профіцит. Також коефіцієнт бюджетного забезпечення низький, за 3 аналізованих роки у 2020 році він найнижчий.

Таблиця 1

Дані для розрахунку платоспроможності селищного бюджету

Показник	Роки		
	2018 рік	2019 рік	2020 рік
Кількість населення, осіб	13207	13403	15250
Дотації, грн	15095400,00	16509430,00	13676700,00
Субвенції, грн	47549274,54	49243236,98	36002172,50
Сума трансфертів, грн	62674612	66820013	49867632
Загальний фонд, грн	106814238	115928189	122987607
Обсяг бюджету, грн	116209864	126462989	117253265
Податкові надходження, грн	52977682	58913476	66568633
Видатки бюджету, грн	106814238	115928189	122987607
Сукупна сума доходів, грн	116209864	126462989	117253265

Оцінювання фінансової стійкості бюджету регіону потребує використання комплексу показників.

Таблиця 2

Оцінка платоспроможності на основі рейтингового методу

Показник	Формула	2018 рік	P	2019 рік	P	2020 рік	P
Коефіцієнт податкової спроможності	$\frac{\text{(Видатки)}}{\text{(податкові надходження)}}$	2,016	2	1,090	4	0,953	5
Коефіцієнт трансфертів (стійкості)	$\frac{\text{(Сума трансфертів)}}{\text{(Загальний фонд)}}$	0,586	3	0,576	3	0,405	2
Коефіцієнт бюджетного забезпечення	$\frac{\text{(Обсяг бюджету)}}{\text{(Кількість населення)}}$	8799,111	2	9435,424	1	7688,738	3
Профіцит «+», дефіцит «-»	Доходи – Видатки	9395626	2	10534800	1	-5734342	4
Коефіцієнт міжбюджетних відносин	$\frac{\text{(Дотації + Субвенції)}}{\text{(Сукупна сума доходів)}}$	0,539	2	0,528	2	0,425	1
Відсоток виконання бюджету	$\frac{\text{(Доходи базові)}}{\text{(Доходи планові)} \times 100}$	101,406	3	102,053	2	106,164	1
Загальний рейтинг		-	14	-	13	-	16

Примітка: P – рейтинг

Фінансову стійкість регіону охарактеризуємо системою індикаторів, запропонованих І. М. Камінською [1], у табл. 3.

Для оцінки формування прибутків місцевого бюджету слід використовувати інтегральний коефіцієнт фінансової стійкості місцевого бюджету, який ґрунтується на коефіцієнтах фінансової стійкості з урахуванням значущості (ваги) кожного з них:

$$K_{int} = \sum_{i=1}^n K_i \times V_i, \quad (1)$$

де K^{int} – інтегральний коефіцієнт фінансової стійкості місцевого бюджету;

K^i – коефіцієнт фінансової стійкості;

V_i – вага i -го коефіцієнта ($\sum V^i = 1$);



присвоюється відповідно до погляду користувача методики на значущість кожного з коефіцієнтів у визначенні фінансової стійкості;

i – кількість коефіцієнтів ($i = 1, 2, \dots, n$).

Таблиця 3

Індикатори фінансової стійкості бюджету

Показник	Формула	2018 рік	2019 рік	2020 рік	Рекомендоване значення
Коефіцієнт бюджетної самостійності	$\frac{\text{(Доходи без міжбюджетних трансфертів)}}{\text{(Загальні доходи)}}$	0,460	0,471	0,574	>0,8
Коефіцієнт стійкості	$\frac{\text{(Трансферти)}}{\text{(Доходи без міжбюджетних трансфертів)}}$	1,170	1,120	0,740	<0,3
Коефіцієнт податкової самостійності	$\frac{\text{(Податкові надходження)}}{\text{(Доходи без міжбюджетних трансфертів)}}$	0,989	0,987	0,987	<0,6
Коефіцієнт податкової спроможності	Видатки/(податкові надходження)	2,016	1,967	1,847	<2
Інтегральний коефіцієнт фінансової стійкості	$K_{int} = \sum_{i=1}^n K_i \times V_i$	5,344	5,239	4,967	

Динаміка інтегрального коефіцієнта за 3 роки подана на рис. 1. Коефіцієнт податкової самостійності відображає взаємозв'язок між обсягом податків, які збираються на відповідній території, та доходами місцевих бюджетів.

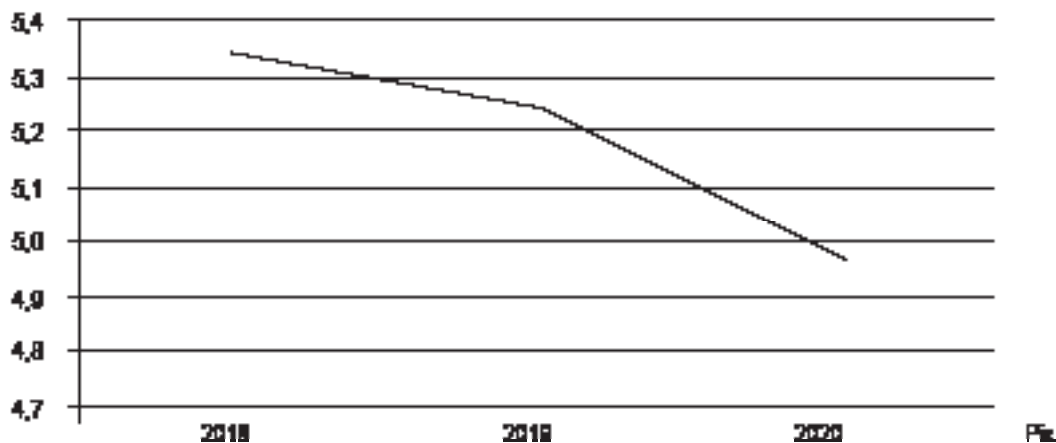


Рис. 1. Динаміка інтегрального показника фінансової стійкості селищного бюджету протягом 2018–2020 рр.

Згідно з нормами Європейської Хартії про місцеве самоврядування, більша частина власних фінансових ресурсів повинна акумулюватися за рахунок місцевих податків і зборів.

Відповідно, при розрахунку цього показника враховувались всі податкові надходження, що зараховувались до доходів місцевих бюджетів. З проведеного аналізу ми бачимо що Білокуракинська селищна рада має абсолютну стійкість бюджету.

Коефіцієнт бюджетної забезпеченості відображає частку товарів і послуг, яка припадає на кожного мешканця регіону. Коефіцієнт бюджетної самостійності – показує міру залежності фінансових можливостей місцевої влади при формуванні доходів місцевих бюджетів. З розрахунку видно, що місцевий бюджет має нормальний тип фінансової стійкості.

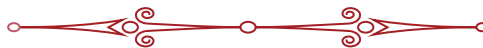
Отже, спираючись на проведений вище аналіз, встановлено, що інтегральний показник фінансової стійкості бюджету Білокуракинської ОТГ протягом 2018–2020 рр. знаходиться в межах нормального типу.



При цьому слід зауважити, що в 2020 році значення інтегрального показника майже сягнуло найнижчого порогового значення нормального типу фінансової стійкості місцевого бюджету.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Холодна Ю. Є.

Література: 1. Камінська І. М. Методичні підходи до визначення фінансової спроможності регіону. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2008. Вип. IV. С. 58–64. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Apre/2008_4_2/51.pdf. 2. Коритько Т. Ю. Методика оцінки фінансової стійкості місцевих бюджетів. *Економічний простір*. 2008. № 12/1. С. 140–145. 3. Люта О. В., Боярко І. М., Пігуль Н. Г. Удосконалення методів оцінки фінансової стійкості місцевого бюджету. *Актуальні проблеми економіки*. 2012. № 9 (135). С. 194–201. 4. Сукач О. Б. Методика визначення фінансової забезпеченості регіону. *Формування ринкової економіки України*. 2009. Вип. 19. С. 449–453.



ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МИТНОЇ БЕЗПЕКИ В УМОВАХ СПРОЩЕННЯ МИТНОГО КОНТРОЛЮ

УДК 351.713

Черкашина В. Г.

Магістрант 1 року навчання
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У цій статті досліджено особливості забезпечення митної безпеки в умовах спрощення митного контролю. Визначено основні індикатори, що відображають активізацію митних ризиків, запропоновано основні напрями досягнення митної безпеки.

Ключові слова: спрощення митних процедур, митна безпека, митні інтереси, митні ризики, зовнішньоекономічна сфера, митний контроль.



Annotation. This article examines the features of customs security in terms of simplification of customs control. The main indicators that reflect the intensification of customs risks are identified and the main directions of achieving customs security are proposed.

Keywords: simplification of customs procedures, customs security, customs interests, customs risks, foreign economic sphere, customs control.



Наразі відбувається покращення умов розвитку міжнародної торгівлі завдяки спрощенню митних процедур. Водночас зростає негативний вплив зовнішніх чинників на митну безпеку країни, а саме зростання кількості митних правопорушень, збільшення обсягів контрабанди і, як результат, недоотримання митних платежів. Тому збереження належного рівня митної безпеки та забезпечення дотримання митного законодавства шляхом проведення ефективного митного контролю є важливою вимогою.



Поняття, забезпечення та реалізацію митної безпеки та митних інтересів досліджувати такі науковці, як: Бережнюк І., Брачук А., Новікова К., Осадча Н., Пашко П., Стельмашук А. та ін.

Метою статті є дослідження забезпечення митної безпеки в умовах спрощення митного контролю.

Митна безпека є складовою економічної безпеки (рис. 1) та системою ефективних правових, політичних, економічних та інших заходів держави і суспільства із захисту інтересів держави і народу в зовнішньоекономічній сфері [6].

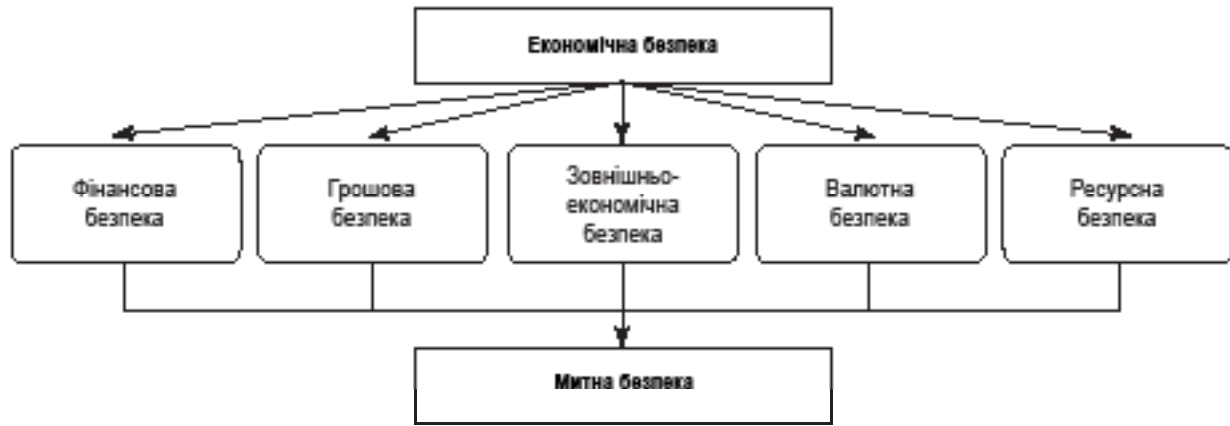


Рис. 1. Складові системи економічної безпеки держави [4]

Метою митної безпеки є досягнення певного високого рівня ефективності та надійності митної системи. Забезпечення митної безпеки є основним завданням митних органів. Саме вони повинні забезпечувати дотримання митного законодавства, запобігати ввезенню на територію країни заборонених товарів, забезпечувати надходження митних платежів до державного бюджету тощо.

Спрощення заходів митного контролю для скорочення часу на проходження митного кордону є одним з основних результатів спрощення митних процедур. Отже, при зменшенні обсягу митного контролю очікується більша ефективність, а для цього треба забезпечувати захист митної безпеки.

Забезпеченням митної безпеки – це застосування певних засобів, методів та інструментів, які здатні протидіяти внутрішнім і зовнішнім загрозам під час здійснення державної митної справи, а також забезпечити баланс між спрощенням митних процедур і високим рівнем захищеності митних інтересів [3].

Рамковими стандартами безпеки і полегшення світової торгівлі ВМО визначено підхід до забезпечення балансу між полегшенням торгівлі та безпекою, а також визначено принципи і стандарти щодо попереднього повідомлення про вантаж, управління ризиками, використання обладнання для безконтактного огляду й уповноваженого економічного оператора.

На забезпечення національних митних інтересів і безпеки України спрямований митний контроль. Для вибору його форм і методів здійснюється процес управління митними ризиками, який включає в себе роботу митних органів щодо аналізу ризиків, їх виявлення та оцінки, розроблення заходів, що мають мінімізувати ризики, а також оцінку ефективності та контролю застосування таких заходів. СУР забезпечує вибірковість й достатності митного контролю для дотримання національних митних інтересів і безпеки держави.

Другим важливим заходом забезпечення митної безпеки України є спрямованість митних органів на проведення саме митного пост-аудиту, а не поточного митного аудиту, який ускладнює митний контроль, створює часові незручності, значно знижує пропускну спроможність митних постів.

Останнім часом митна служба створює умови для забезпечення ефективності проведення перевірок після факту митного оформлення, метою яких є забезпечення повноти сплати митних платежів до бюджету.

Об'єктом митної безпеки є митні інтереси держави. Узгодження інтересів держави та бізнесу представляє визначення сили їх впливу у взаємодії з іншими факторами на стан безпеки національної економіки.

Ці інтереси взаємопов'язані, але водночас можуть і суперечити один одному. На сьогодні в Україні має місце стихійний процес розв'язання суперечностей у співвідношенні різних груп інтересів. Отже, для досягнення балансу інтересів без негативних наслідків держава розробляє певні нормативно-правові акти.



Порівняння статистики зовнішньої торгівлі України та її провідних торговельних партнерів показує значні розходження між обсягом імпорту із країни-партнера, що відображається у статистиці України, та обсягом експорту до України згідно зі статистикою країни-партнера. Це відбувається здебільшого через поширення тінювих схем у зовнішньоекономічній сфері. Таким чином, важливою функцією митних органів щодо забезпечення митної безпеки є контроль за повнотою митних стягнень.

І. Бережнюк вважає, що для митної безпеки держави основною загрозою є та частина платежів, яку митна служба недобрала до державного бюджету [2]. Отже, важливою функцією митних органів у процесі забезпечення митної безпеки є контроль саме за повнотою митних стягнень, а не за їх сумою.

Одним із показників митної безпеки є митні ризики. Отже, для своєчасного виявлення загроз митній безпеці потрібно аналізувати індикатори, що відображають активізацію митних ризиків (табл. 1).

Таблиця 1

Індикатори активізації митних ризиків [1; 5; 7-9]

Рік	Обсяг митних платежів, млн дол.	Індекс сприяння корупції	Індекс міжнародної торгівлі	Індекс оподаткування	Валютний курс грн до дол. США	ВВП, млн дол.	Зовнішньоторговельний оборот, млрд дол.
2014	9997,2	142	148	164	11,9	131,805	140,34
2015	6260,2	130	154	108	21,8	90,615	108,23
2016	7917,2	131	109	107	25,7	93,270	74,29
2017	12030	130	115	84	26,6	112,154	92,89
2018	13680	120	119	43	27,2	130,832	104,31
2019	14550	126	78	54	26,5	153,781	110,58
2020	13470	117	74	65	27	155,337	103,57

Одним із основних факторів активізації митних ризиків з 2014 по 2020 роки є валютний курс гривні, оскільки має місце значний зв'язок цього фактору з індексом оподаткування, індексом сприяння корупції та індексом міжнародної торгівлі.

В умовах залежності від імпорту зниження курсу національної валюти призводить до зниження рентабельності підприємств, а це, своєю чергою, викликає зростання тінювих операцій, з метою зменшення яких держава посилює контроль. Отже, за таких умов знижуються позиції України у рейтингу легкості ведення бізнесу.

Таким чином, можна виділити такі основні напрями досягнення митної безпеки:

- запобігання контрабанді та порушенню митних правил;
- забезпечення ефективного контролю за додержанням митного законодавства;
- створення сприятливих умов для прискорення товарообігу та пасажиропотоку через митний кордон України;
- удосконалення форм і методів здійснення митного контролю;
- розвиток міжнародного співробітництва у галузі митної справи;
- підвищення відповідальності за порушення митного законодавства як суб'єктами ЗЕД, так і працівниками митних органів;
- розвиток культури обміну інформацією з митними органами країн – торговельних партнерів, а також із внутрішніми органами.

Отже, здійснення ефективних митних процедур має забезпечувати як спрощення митного контролю та оформлення, так і надійний рівень митної безпеки, яка є важливою складовою економічної безпеки завдяки спрямованості на захист національних економічних інтересів і захист національного виробника.

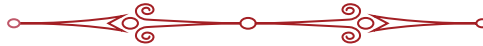
Важливими заходами забезпечення митної безпеки України є система управління ризиками та проведення митного пост-аудиту.



Перед митними органами постають складні задачі щодо формування та функціонування митної безпеки. При цьому на сьогодні в нашій країні пріоритетним завданням для митних органів залишається наповнення державного бюджету.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Москаленко Н. О.

Література: 1. Архів курсу долару США за весь період. URL: <https://net.dn.ua/money/stat.php>. 2. Бережнюк І. Управління економічною ефективністю роботи митних органів. URL: <http://www.awuj.ru/doc/IPO/Tezi/berejnik.doc>. 3. Брачук А. О. Особливості забезпечення митної безпеки та митних інтересів в умовах спрощення митних процедур. *Lex Portus*. 2017. № 1 (3). С. 156–167. 4. Вакульчик О. М., Єдинак Т. С., Костюченко К. С. Європейський досвід оцінки результатів впровадження системи спрощеного митного контролю та якості митного аудиту. *Вісник Академії митної служби України. Серія : Економіка*. 2012. № 1 (47). С. 10–17. 5. ВВП України 2021 // Мінфін. URL: <https://index.minfin.com.ua/economy/gdp/>. 6. Владіміров Д. В. Митний контроль у забезпеченні економічної безпеки держави. *Економіка та митно-правові відносини*. 2019. Вип. 11–12. С. 82–89. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eccuslerel_2019_11-12_13. 7. Індекс сприйняття корупції (CPI): динаміка останніх 5 років. URL: <https://nabu.gov.ua/open-office/biblio/sociologiya/indeks-spriynyattya-korupcii-sri-dinamika-ostannih-5-rokiv>. 8. Показники зовнішньої торгівлі України. URL: <https://bi.customs.gov.ua/trade/#/imex>. 9. Doing Business. URL: <https://www.doingbusiness.org/>.



МЕХАНІЗМ НАРАХУВАННЯ МИТНИХ ПЛАТЕЖІВ ПРИ ПЕРЕМІЩЕННІ ЧЕРЕЗ МИТНИЙ КОРДОН УКРАЇНИ

УДК 336.22

Черкашина О. В.

Студент 3 курсу
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті досліджено особливості нарахування митних платежів при переміщенні через митний кордон України. Детально описано, у яких випадках митні платежі не сплачуються, та розкрито економічну природу мита.

Ключові слова: митні платежі, мито, нарахування митних платежів, держава, економік.



Annotation. The article examines the peculiarities of accrual of customs duties when moving across the customs border of Ukraine. It is described in detail in which cases customs duties are not paid and the economic nature of customs duties is revealed.

Keywords: customs payments, customs duties, accrual of customs payments, state, economy.





Митна вартість товарів відіграє дуже значну роль у сфері державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, яка є дуже важливим джерелом надходження коштів до державного бюджету. Але в сучасному економічному середовищі митні платежі виступають не тільки як джерело коштів для державного бюджету, але і як засіб здійснення економічної політики, політики кредитування, розвитку інфраструктури. Це обумовлює зростаючий інтерес до вивчення питань, що пов'язані зі здійсненням зовнішньоекономічної діяльності.

Питання дослідження нарахування митних платежів неодноразово були предметом дослідження таких вчених і практиків, як І. Г. Бережнюк, О. Гребельник, А. Д. Войцещук, О. П. Канюк, В. М. Мельник, С. С. Терещенко та ін., увага яких була зосереджена на порядку справляння, особливостях адміністрування та регулюванні цих платежів. Проте багато питань щодо характерних ознак поняття «митні платежі» та оцінка їх ролі в країні, на жаль, на сьогодні потребують детальних досліджень, але залишаються поза увагою наукових працівників.

Кожен день через митний контроль України проходять різні товари. Платниками мита, що стягується митницею, є особи, що ввозять / вивозять або переміщують товари через митний кордон України. Платниками можуть виступати як власники товарів, так і уповноважені особи (декларанти). На відміну від заборони перекладати сплату податку на третіх осіб, у цьому разі дозволяється таке перекладання робити.

Об'єктом оподаткування є митна вартість товару, тобто ціна, яку фактично сплачено або яка підлягає сплаті за нього на момент перетину митного кордону України (рис. 1).

Митні платежі нараховуються особою, на яку покладено обов'язок із сплати митних платежів, самостійно, крім випадків, якщо такий обов'язок щодо нарахування митних платежів відповідно до законів України покладається на митні органи. Відповідне нарахування сум митних платежів здійснюється у валюті України.

Адміністрування митних платежів здійснюється органами доходів і зборів України у сфері державної митної справи та включає в себе контроль за своєчасною сплатою платежів, їх стягнення у примусовому порядку при порушеннях строків сплати. Основним етапом адміністрування є правильне визначення митної вартості. Впровадження чітких норм і правил визначення митної вартості товарів допоможе в організації доцільної та ефективної системи контролю за їхнім дотриманням, що послужить повноті надходжень митних платежів до бюджету України [4].

Для цілей нарахування митних платежів застосовуються ставки, що діють на день подання митному органу митної декларації на товари, а в разі якщо митне оформлення здійснюється без подання митної декларації, – на день його здійснення. У разі незаконного ввезення товарів на митну територію України або вивезення їх з цієї території суми належних до сплати митних платежів нараховуються за ставками, встановленими на день переміщення цих товарів через митний кордон України, а якщо такий день встановити неможливо, – на день виявлення факту такого ввезення (вивезення) [1].

Митний платіж є різновидом обов'язкових платежів, проте існують певні випадки, коли їх справляння не відбувається (рис. 1).

Загалом економічна природа мита відображає відмінності світової та національної вартості, а за своєю формою мито виступає платежем, податком і є різницею в рівнях світових і внутрішніх цін. Тобто за наявності вітчизняного виробництва товарів величина мита визначається сформованими відмінностями в рівнях світових і національних витрат виробництва.

Одне із завдань держави полягає у спрямуванні мита на наближення витрат національного виробництва до світового рівня. Введення, зміна, скасування мит безпосередньо впливають на економічні інтереси імпортерів та експортерів, ефективність увезення та вивезення певних груп товарів (табл. 1).

Мита відіграють зростаючу роль у формуванні рівня витрат на імпорт і експорт товарів. Це, своєю чергою, впливає на рівні цін на продукцію, що ввозиться і вивозиться. Вплив рівня ставок мита на обсяги імпорту й експорту залежить від ступеня впливу на рівень ринкових цін, які впливають на обсяги платоспроможного попиту і пропозиції конкретних товарних ринків.

Отже, небезпідставним є твердження, що не лише заходи митнотарифного регулювання, а й ефективне їх здійснення впливає на економічну політику держави та результативність економіки зокрема.

До заходів, що забезпечують митну безпеку держави, науковці включають виконання митних правил, порядків і процедур, у тому числі заходів із забезпечення реалізації митної політики, справляння митних платежів, організації протидії митним порушенням [2].

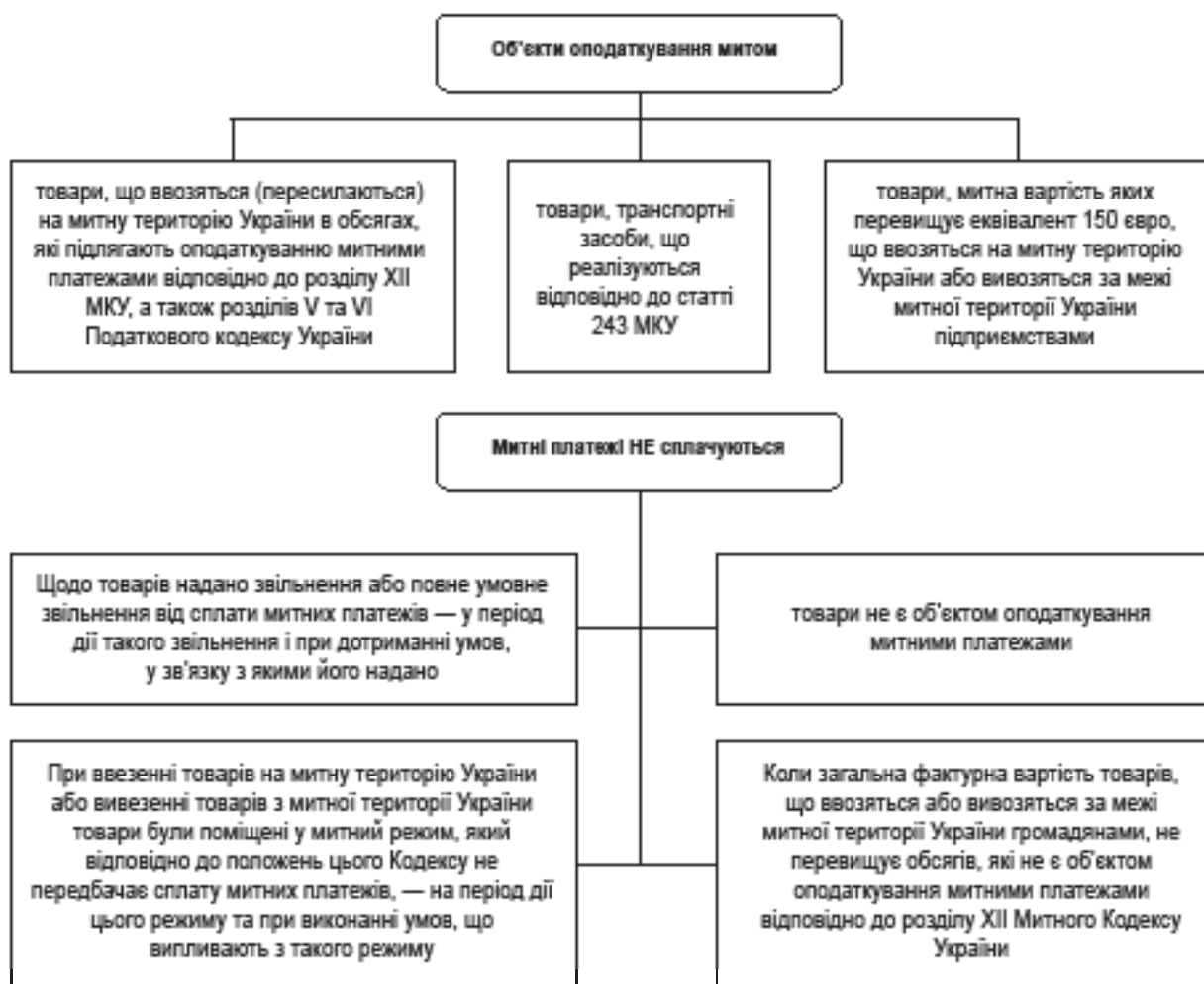


Рис. 1. Об'єкти оподаткування митом і випадки, коли митні платежі не сплачуються

Таблиця 1

Види мита

Критерій	Вид	Характеристика
За напрямком руху товарів	Адвалерне	нараховується у відсотках до митної вартості товарів та інших предметів, які обкладаються митом
	Специфічне	нараховується у встановленому грошовому розмірі на одиницю товарів та інших предметів, які обкладаються митом
	Комбіноване	поєднує адвалерні та специфічні види митного обкладення
За способом нарахування	Ввізне	накладаються на імпорتنі товари при випуску їх для вільного обігу на внутрішньому ринку країни; їх функції пов'язані із забезпеченням проведення певної торгово-економічної політики
	Вивізне	збір у зв'язку з вивезенням вітчизняного товару за кордон; забезпечує збільшення доходів державного бюджету за рахунок розвитку експорту і стимулювання поставок товару на внутрішній ринок за рахунок зниження прибутку при експорті

16 квітня 2019 р. відзначилось запровадженням нового порядку здійснення сплати митних платежів шляхом зарахування коштів на Єдиний рахунок ДФС. Виконання цього порядку всіма учасниками ЗЕД починаючи із зазначеної дати є обов'язковим.



Мінімізація людського фактору та посилення боротьби із контрабандою на сьогодні є одним із основних факторів, які сприяли зростанню митних платежів і дозволили збільшити обсяги легалізованого імпорту. Нині соціально-економічний розвиток передбачає максимально ефективну, раціональну зайнятість і покращання добробуту населення, забезпечення реальних умов для підвищення заробітної плати. Це підпорядковано й завданнями підвищення технологічності товарів, що виробляються у країні.

Таким чином, розмір ставки ввізного мита має бути економічно обґрунтованим необхідним рівнем підтримки виробничого капіталу певних вітчизняних галузей. Установлення ставки нижче зазначеного рівня зменшує потенційні можливості галузі, знижує конкурентні переваги перед імпортними аналогами.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Остапенко В. М.

Література: 1. Митний кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17>. 2. Інформація про діяльність Міністерства доходів і зборів України. URL: http://www.customs.gov.ua/dmsu/control/uk/publish/category?cat_id=302554. 3. Мартинюк В. П. Митна система та економічна безпека держави: теорія і методологія : монографія. Тернопіль : Астон, 2010. 256 с. 4. Споденюк А. С. Особливості адміністрування митних платежів в Україні // Правове життя сучасної України : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (Одеса, 16–17 трав. 2014 р.). У двох томах. Т. II. Одеса : Юрид. літ., 2014. С. 370–372.



DIFFERENCE OF CONSUMER PREFERENCES OF ZOOMERS AND OTHER GENERATIONS

UDC 316.454.3

Ye. Chornomord

The 3-rd year student
of the faculty of international economics and entrepreneurship of KhNEU S. Kuznets

Annotation. The article deals with issues related to the role of the theory of generations in the model of buyers. Specifically, we consider generation XYZ, their features in the buyer model, and methods of selling for a specific generation. More and more marketing professionals are paying attention to generational theory and its role in the customer model. It is not surprising that this raises many questions about different generations.

Keywords: consumer preference, marketing, model, buyers, generation X, generation Y, generation Z, behavior, sales.



Анотація. У статті розглянуто питання, що стосуються ролі, теорії поколінь у моделі покупців. Саме розглянуто покоління XYZ, їх особливості в моделі покупців, методи продажу по конкретному поколінню. Все більше професіоналів зі сфери маркетингу звертають увагу на теорію поколінь і її роль у моделі покупців. Не дивно, що в зв'язку з цим виникає багато питань про різних поколіннях.

Ключові слова: споживчі переваги, маркетинг, модель, покупці, покоління X, покоління Y, покоління Z, поведінка, продажі.





The modern generation differs in many ways from parents and grandparents. Uniqueness is formed due to existence in completely different conditions of development and socialization. Today's children and adolescents were born in the realities of the most complete human inclusion in the digital society. Personal computers, easy and fast access to the Internet, the vast possibilities of the World Wide Web are components of their daily life for them. This leads to certain requirements for the study of the new generation, its characteristics, features of education, professional competencies, socialization. It is important to understand how involvement in information processes affects attitudes, values and lifestyle, to find differences: obvious advantages and threats, which, regardless of the attitude towards them, are inevitable.

Today, there are several scientific approaches to the study of the theory of generations. The younger generation has become the object of pedagogical and psychological research since the end of the 19th century. The approaches of L. S. Vygotsky and J. Piaget, as well as the contribution of such scientists as B. G. Ananiev, G. S. Kostyuk, M. I. Lisina, A. A. Lyublinskaya, A. V. Zaporozhets, L. A. Wenger, P. Ya. Halperin.

Generation Z, Gen Z, Zoomers are those born after 1996. They are still very young. Sometimes they continue with interest in what the millennials and Gen X began. They have some difficulty listening to the older ones. But around them there are already many bold assumptions, statements and hypotheses about how they live and who they will become in the future.

Much has changed in their lives over the past six months. They began to see less in person with classmates and friends, less often to go to school.

They spend a significant portion of their time at home with one of their parents and try to continue their education, although many schools do not have full-fledged distance education programs. Generation Z is seeing their parents go through financial hardships, including job loss, inability to pay rent, and adult tensions in the family as the entire world faces a pandemic and quarantine restrictions.

In terms of the size of the fortunes, according to Fortune magazine, the zoomers, of course, are still seriously inferior to previous generations. Both millennials, whose combined wealth is estimated by Fortune at \$ 6.1 trillion, and - even more so - baby boomers (\$ 65.3 trillion), the silent generation (\$ 26.4 trillion) and generation X (\$ 22.2 trillion) [4].

But big changes are coming. Jack Kelly of Forbes predicts that millennials are about to become the richest generation in history - baby boomers are ready to transfer their capital to them, so that in this decade millennials will be able to inherit over \$ 60 trillion from their parents.

For example, in the United States alone, there are about 80 million millennials, and every year, according to Accenture, they spend over \$ 600 billion. But zoomers are already breathing in the backs of millennials: in 2020, their expenses may rise to \$ 1.4 trillion and amount to 30% from the global volume of retail sales [5].

Zoomers will continue the changes that millennials have begun. Each generation takes a step into the revolution, developing familiar products, services or, for example, social institutions. Generation X has had an impact on the music industry and the internet economy. Millennials are changing the entertainment industry - from video to television. And Gen Z is transforming education, technology and finance.

Where does such self-confidence come from? Everything is simple: from the very birth of zoomers, there are no information barriers. At a time when millennials were getting their driver's licenses and the right to order their first cocktail in a bar, Gen Z was already enjoying unlimited internet access and the power of a digital society.

The Zoomers see the analog world and the digital society as one, encourage the presence of an "algorithm" in all products, services and areas of their lives, and are convinced of their technology awareness. Their representatives are fluent in hard skills, but they are also ready to develop soft skills - creativity, comfortable communication skills, prudence, critical thinking, responsibility, the ability to listen and hear their interlocutor.

At the same time, Generation Z is in no hurry to grow up, although its representatives have unlimited access to any information and are more intellectually active. It takes longer for them to assume the responsibilities of adulthood - scientists are even speculating about the feasibility of expanding the adolescent age range from 19 to 24 years. And this is logical: Zoomers are less keen on "adult" life (sex, alcohol, cars, work) than representatives of any other generation.

But another trend is also noticeable: the word "competition" may become just the main reference point for Gen Z - in contrast to millennials and baby boomers and generation X who are accustomed to effective teamwork.



The Zoomers found themselves at the center of the most competitive environment in history, when someone else's success is seen as their own failure, and their own success as someone else's failure. They have seen and heard how their parents struggle, lose their jobs, and strive to support the family. Zoomers tend to be financially conservative and tend to be more skeptical about loans and debt, look for jobs with predictable and stable income, and are much more likely to use fintech apps that encourage savings or better credit ratings.

The situation with self-determination is no less interesting. With the growing amounts of information stored and loaded on their mobile devices and the upbringing they have received, Gen Z will be able to maximize their consumer savvy in the coming years, picking out the best deals and taking advantage of today's economy.

Through their phones, tablets and laptops, they study, get access to all the information accumulated by humanity, make friends, make purchases, take thousands of photos and posts on social networks to leave a digital footprint forever. And they get acquainted with adult life, too, mainly in virtual environments – experiencing sharp turns of fate and crushing windmills, resisting pressure, bullying and fraud. They prefer to run away from noise, avoiding direct confrontation, expressing their feelings and verbal explanations.

The Zoomers work much more effort than other generations to manage their online identity in addition to their physical self.

They create their brand on social networks and try to reflect those traits that are important to them in real life. Unlike millennials, they only share specific stories with a limited number of people through specific channels. And they become marketing agents for themselves, tracking comments, likes and views to measure the value and success of a personal brand. In fact, their self-esteem depends on these indicators.

Sometimes they say about zoomers that they do not understand jokes, although they can laugh all day at the memes that they find and send to each other.

No wonder: Gen Z values are not very similar to the views of other generations. They are distinguished by a serious attitude towards the symbols of status and power, a desire for individualization and a high degree of inner satisfaction. Sometimes their communication formats also seem unusual - friendliness towards others and the desire to avoid "boring" work.

Or, for example, marital attitudes. The "nuclear", or traditional, family, when two parents live in marriage and have children, is losing popularity. The intersection of gender roles is increasingly common; male fathers are involved in the processes that in previous generations were headed by female mothers. Zoomers are the first generation of children from three generations of parents (Baby Boomers, Gen X and Millennials).

Gen Z senses what a communication deficit is and is looking for ways to fill it. DELL analysts highlight face-to-face communication as the preferred method of communication for Gen Z in the workplace: 75 % of young employees expect to be taught a lot by colleagues, rather than corporate online programs; 82% are convinced that social networks can be a valuable tool in the workplace, but they want to communicate with their bosses in person; more than half prefer to go to the office (47 % are ready to work from home); 58% are committed to working in a team. These numbers suggest that the use of technology in the office will help create a flexible working environment and bring teams from different generations together for collaboration and knowledge sharing, according to DELL [6].

But unlike baby boomers and generation X, Zoomers (following millennials) believe that it is more important to create wealth first, and then think about having children.

Their status comes to the fore. Family is not a top priority for Generation Z. For 43 %, this can be personal achievement - education or professional success. 42 % are aware of themselves through hobbies or entertainment. For only 34 % of zoomers, family is more important, while baby boomers, Gen X and even millennials put family first.

92% of zoomers see technology as the cause of the growing generation gap. Gen Z may have tens, hundreds, or even thousands of friends with whom they are friends and communicate via Snapchat or Instagram, but so far there is no significant scientific research showing whether zoomers will be able to develop the same social skills as other generations by interacting with people. with the help of technology. In other words, Gen Z may show signs of higher intelligence at an early age, but not be inflamed with curiosity or, say, interest in dating. They have a hard time remembering routine information and find it difficult to solve simple tasks related to social skills. On the other hand, YouTube has leveled all the teen audiences in the world, watching the same video clips and laughing at the same jokes. They have become part of a truly global digital community.

Coming of age in an era of change means that zoomers will try to find their own path, rather than follow a known pattern. Leadership is more important to them than ever before. It is this generation that will largely resist climate



change, counter the effects of the financial crisis and the growth of youth unemployment, solve energy and possible demographic problems that can affect entire industries and provoke significant shifts in the development of human capital.

Supervisor – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor Stryzhak O. O.

Literature: 1. Загадочная точка Z. 12.10.2020. URL: <https://www.vedomosti.ru/society/articles/2020/10/12/843012-zagadochnaya-tochka>. 2. Klepova, N. Yu. Promotion of products aimed at generation Y. *Young scientist*. 2019. No. 52 (238). P. 432–436. 3. Шамис Е., Антипов А. Теория поколений. *Маркетинг. Менеджмент*. 2007. № 6. С. 42–46. 4. Official site of Fortune. URL: <https://fortune.com>. 5. Gen Z rising. Accenture strategy. 2017. URL: https://www.accenture.com/_acnmedia/pdf-50/accenture-strategy-workforce-gen-z-rising-pov.pdf. 6. Gen Z is here. Are you ready? Dell Technologies. 2020. URL: <https://www.delltechnologies.com/en-us/perspectives/gen-z.htm>.



АНАЛІЗ НАСЛІДКІВ ПІДВИЩЕННЯ МІНІМАЛЬНОЇ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ

УДК 351.83:331.2

Чіпак О. В.

Студент 1 курсу
факультету міжнародної економіки і підприємництва ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У цій роботі проаналізовано таке поняття, як мінімальна заробітна плата. Описано причини її введення, а також розглянуто дослідження, які вказують на ймовірні негативні наслідки від її підвищення.

Ключові слова: мінімальна заробітна плата, соціальний захист, низькокваліфікована праця, бюджетні наслідки, зростання безробіття.



Annotation. This paper analyses the concept of minimum wage. The reasons for its introduction are described, as well as studies that indicate the likely negative consequences of its increase are considered.

Keywords: minimum wage, social protection, low-skilled labour, budgetary implications, rising unemployment.



Постановка задачі. Причиною появи мінімальної заробітної плати спочатку було бажання держави захистити найбільш вразливі верстви населення. Однак, наскільки подібні мотиви відповідають реальності? Наскільки ми можемо вірити в благородний посыл таких дій влади, як підняття мінімальної заробітної плати? І чи дійсно це сприяє поліпшенню добробуту найбідніших верств населення? Подібні питання особливо актуальні з огляду на останню тенденцію економічної влади України поступово піднімати мінімальну заробітну плату.



Аналіз останніх досліджень і публікацій. Д. Ноймарк та П. Ширлі вивчили практично всі доступні дослідження в США на тему впливу мінімальної заробітної плати на економіку і у своїй доповіді вказують на те, що в 79 % роботах фіксується негативний вплив на зайнятість від підвищення мінімальної оплати праці [1].

Метою статті є вивчення наслідків, до яких може привести підвищення мінімальної заробітної плати.

Виклад основного матеріалу. Першою державою, яка запровадила подібні заходи, була Нова Зеландія. У 1894 році парламент прийняв закон, який законодавчо визнавав [2] профспілки та дозволив вирішувати їх розбіжності з роботодавцями з приводу мінімальної заробітної плати в арбітражному суді, який, своєю чергою, і встановлював мінімальні ставки для різних професій залежно від їх складності.

У 1909 році в США так само було введено мінімальну погодинну оплату, але виключно для дітей і жінок. Надалі подальше введення мінімальної оплати праці стикалося з постійним опором в особі роботодавців, що призвело до того, що Конституційний суд в 1923 році, розглядаючи справу *Adkins v. Children's Hospital* округу Колумбія, визнав мінімальну оплату праці антиконституційним актом, який порушує положення про належну правову процедуру п'ятої поправки [3].

Таблиця 1

Основні макроекономічні показники рівня доходу, за даними Світового Банку

2019	Україна	Угорщина	Польща	Білорусь	Казахстан	Росія
Подушний ВВП, \$	3659	16731	15692	6663	9812	11584
Мінімальна заробітна плата за годину, \$	1,26	5,13	4,41	2,5	0,40	0,66
Рівень безробіття, %	8,19	3,42	3,28	4,16	4,8	4,5
Інфляція, %	7,887	3,339	2,227	5,598	5,2	4,47
Частка тіньового ринку, %	44,8	25,23	25,1	44,52	38,88	38,42

У 1937 році було переглянуто «Положення про торгівлю» (стаття 1, розділ 8, пункт 3 Конституції), щоб охопити практично будь-яку економічну діяльність. Подібне рішення дозволило прийняти нове законодавство, що регулює умови праці.

Президент Рузвельт офіційно попросив Конгрес прийняти такий закон у своїй промові, з якою він виступив у кінці травня 1937 році [4]. Згодом, починаючи з другої половини двадцятого століття все більше і більше країн вводило соціальний захист для своїх громадян.

За даними International Labor Organization на вересень 2015 року, було зафіксовано, що в 92 % всіх країн було встановлено мінімальну заробітну плату [5].

12 жовтня 2020 року Міністр фінансів Сергій Марченко в інтерв'ю The Page [6] заявив, що у 2021 році співвідношення мінімальної та середньої заробітної плати зміниться з 45 % до 48 %. При цьому, як запевняє міністр, мінімальна заробітна плата не досягне рівня «Критичної зарплати» для бізнесу. Починаючи з 1 січня 2021 року мінімальна заробітна плата була встановлена в розмірі 6000 гривень, і з 1 липня планується збільшення до 6500.

Підвищення мінімальної заробітної плати (minimum wage) зі значення $mW1$ до $mW2$, яке потягне за собою зменшення кількості зайнятих з $Q1$ до $Q2$ зміщення ринкової рівноваги (market equilibrium) з точки $M.e.1$ до точки $M.e.2$.

Крім зростання безробіття, це може спровокувати фірми на те, щоб надавати роботу неофіційно.

Однак, чим загрожує подібне рішення? Виходячи з загальноприйнятої в економічній науці стандартної моделі конкурентних ринків підвищення мінімального рівня оплати праці спричинить подорожчання робочої сили, а це, своєю чергою, призведе до того, що компаніям стане не вигідно наймати таку ж кількість робочих, як раніше. Фірмам буде куди вигідніше замінити працю іншими факторами виробництва, а зростання витрат призведе до зростання цін, що ще сильніше погіршить попит на працю.

Наскільки ж об'єктивна загальноприйнята думка з цього питання і чи є альтернативна точка зору? 1 квітня 1992 року мінімальна заробітна плата в Нью-Джерсі була збільшена з 4,25 долара до 5,05 на годину.

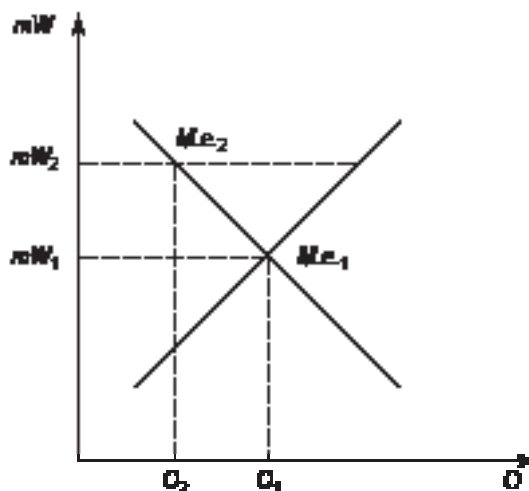


Рис. 1. Графік підвищення мінімальної заробітної плати

Щоб зрозуміти, наскільки подібне рішення вплине на економіку, було проведено дослідження за авторством Девіда Карда та Алана Б. Крюгера [7], які обстежили 410 ресторанів швидкого харчування в Пенсільванії та Нью-Джерсі до і після змін. Зіставляючи зміни в заробітній платі, зайнятості та цінах в ресторанах в Нью-Джерсі проти ресторанів в Пенсильванії, де мінімальна заробітна плата залишилася на тому ж рівні.

Емпіричні дані, отримані з дослідження, оскаржують класичний прогноз про те, що підвищення мінімального рівня призведе до скорочення зайнятості. Порівняно з ресторанами Пенсильванії ресторани швидкого харчування в Нью-Джерсі збільшили зайнятість на 13 %.

Автори так само порівняли зростання зайнятості в ресторанах, що знаходяться в Нью-Джерсі, які спочатку платили високу заробітну плату і на яких не вплинув новий закон, зі змінами зайнятості в ресторанах, котрі виплачували мінімальну ставку. Ресторани, на які не впливало нове підвищення мінімальної заробітної плати, показували таке саме зростання зайнятості, як і ресторани Пенсильванії, а ресторани, котрі повинні були збільшити оплату праці замість того, щоб знизити кількість персоналу, навпаки, збільшили.

Виходячи з дослідження робіт різних авторів, дійсно, не вдалося виявити кореляцію між підвищенням мінімальної оплати праці в ресторанах і скороченням персоналу.

Однак подібне дослідження не враховує довгострокові наслідки та не дає можливість стверджувати, що надалі не відбудеться збільшення безробіття.

На жаль, підвищення мінімальної ставки по оплаті праці навряд чи здатне реально вплинути на добробут найбільш незахищених і низькокваліфікованих верств населення в позитивну сторону. При вивченні досліджень на цю тему можна з'ясувати, що в середньому підвищення мінімальної заробітної плати на 10 % скоротить зайнятість низькокваліфікованих працівників на 1,5 %.

До подібних висновків доходить і Congressional Budget Office у звіті про бюджетні наслідки Закону про виплати 2021 року [8], в якому вказується, що в разі прийняття закону, який передбачає підвищення мінімальної погодинної ставки до 15 доларів, може спричинити подібні ефекти:

- сукупний дефіцит бюджету на наступні десятиліття, найімовірніше, збільшиться на 54 мільярди доларів. Збільшення дефіциту буде зростати повільніше до 2025 року, оскільки мінімальна оплата збільшуватиметься поступово;
- зростання ціни на товари та послуги, що відбуваються через більш високих заробітних плат низькокваліфікованих працівників, оскільки роботодавці спробують компенсувати свої витрати шляхом збільшення вартості товарів і послуг для кінцевого споживача;
- зміни в структурі зайнятості та розподілі доходів можуть сприяти збільшенню витрат на деякі програми, такі як компенсація по безробіттю, і зменшати витрати на інші, наприклад, програми харчування. Але в кінцевому результаті можуть посприяти збільшенню федеральних доходів.

Ці оцінки відповідають традиційному підходу СВО до оцінки законопроекту. Вони виходять з того, що ВВП залишиться незмінним. В результаті загальний обсяг надходжень практично не змінився. Крім того, нада-

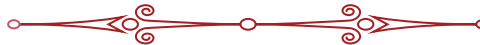


на вище оцінка дефіциту не враховує в собі збільшення чистих витрат на виплату відсотків по федеральному боргу.

Висновки. У цій статті розглянуто ймовірні наслідки, які можуть спричинити за собою підвищення мінімальної ставки оплати праці. Виходячи із зіставлення даних можна дійти висновку, що подібні дії влади навряд чи посприяють поліпшенню добробуту низькокваліфікованих працівників, а скоріше збільшать безробіття та соціальне розшарування.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Шифріна Н. І.

Література: 1. Neumark D., Shirley P. Myth or measurement: what does the new minimum wage research say about minimum wages and job loss in the united states? National bureau of economic research, Article JEL No. J23, J38. URL: https://www.nber.org/system/files/working_papers/w28388/w28388.pdf?fbclid=IwAR32LJ2d8z6kej4LipQ0MuIYEEJtGjj2HI_vy_9IbrvW_zGWrVICimnY9CQ. 2. Arbitration Act becomes law | NZHistory, New Zealand history online. (n.d.). New Zealand History | NZHistory, New Zealand history online. URL: <https://nzhistory.govt.nz/strikes-outlawed-the-industrial-conciliation-and-arbitration-act-passes-into-law>. 3. The Supreme Court Declared the Minimum Wage Unconstitutional – The Future of Freedom Foundation. (n.d.). The Future of Freedom Foundation. URL: <https://www.fff.org/2021/02/16/the-supreme-court-declared-the-minimum-wage-unconstitutional/>. 4. Message to Congress on Establishing Minimum Wages and Maximum Hours - Teaching American History. (n.d.). Teaching American History. URL: <https://teachingamericanhistory.org/library/document/message-to-congress-on-establishing-minimum-wages-and-maximum-hours/>. 5. How many countries have a minimum wage? International Labour Organization. URL: https://www.ilo.org/global/topics/wages/minimum-wages/definition/WCMS_439073/lang--en/index.htm. 6. Юхименко А., Панюшкіна Я. Не дірка, а дефіцит. Інтерв'ю з міністром фінансів Сергієм Марченком. URL: <https://therpage.ua/ua/interview/intervyu-z-ministrom-finansiv-sergiyem-marchenkom>. 7. Card D., Krueger A. B. Minimum Wages and Employment: A Case Study of the Fast Food Industry in New Jersey and Pennsylvania. NBER WORKING PAPER SERIES, Article No. 4509. URL: <https://www.nber.org/papers/w4509>. 8. The Budgetary Effects of the Raise the Wage Act of 2021. Congressional Budget Office. URL: <https://www.cbo.gov/publication/56975>.



КЛАСИФІКАЦІЯ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.14

Чуриліна Г. В.

Студент 4 курсу
факультету фінансів і обліку ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті проведено аналіз факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, які здійснюють вплив на фінансові результати підприємства. На основі проведеного теоретичного аналізу було систематизовано та побудовано відповідну класифікацію факторів, які впливають на фінансові результати підприємства. Для отримання позитивного фінансового результату та забезпечення ефективної діяльності підприємства потрібно враховувати вплив зазначених факторів.

Ключові слова: фактори, зовнішнє середовище, фінансові результати, підприємство, класифікація факторів.





Annotation. The article analyzes the factors of external and internal environment that affect the financial results of the enterprise. On the basis of the conducted theoretical analysis the corresponding classification of the factors influencing financial results of the enterprise has been systematized and constructed. To obtain a positive financial result and ensure the effective operation of the enterprise, it is necessary to take into account the influence of these factors.

Keywords: factors, external environment, financial results, enterprise, classification of factors.



Для ефективного розвитку діяльності підприємств в нашій країні суб'єкти господарювання повинні раціонально використовувати фінансові ресурси, щоб реалізувати одну з головних місій підприємства – отримати позитивний фінансовий результат.

Зараз економіка України досить нестабільна, більшість підприємств, в процесі своєї діяльності працюють з урахуванням істотних коливань курсу гривні, збільшення темпів інфляції, зростання цін на різні джерела сировини і енергоносії. Підприємства намагаються знизити вплив цих факторів, щоб забезпечити встановлений рівень оплати праці працівників, динаміку надходження коштів до бюджетів різних рівнів, насиченість ринку відповідною продукцією в міру її потреби тощо [1].

Проте не лише зазначені вище фактори впливають на фінансовий результат діяльності підприємства або організації, їх існує дуже багато. Дослідженню факторів впливу на діяльність підприємства приділяють увагу такі науковці: Мадрига Г. М., Сурков С. І., Добринь С. В., Усова Л. С., Правобережець О. В., Рац О. М. [1–8] та інші.

Метою статті є теоретичний аналіз і побудова класифікації видів факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, що впливають на фінансові результати підприємства.

Підприємство не може бути ізольованим від ринку. Взаємодія з зовнішнім середовищем – необхідна умова діяльності підприємства або організації, яке дозволяє взаємодіяти з: продавцями та виробниками товарів, покупцями, державою, громадськими організаціями й іншими особами.

Різні автори виділяють власні групи факторів, які впливають на фінансові результати діяльності підприємства. На думку Добринь С. В., фактори, які впливають на фінансовий результат та діяльність підприємства, можна розділити на макроекономічні (зовнішні) та мікроекономічні (внутрішні), а Мадригал Г. М. ще додає наноекономічні фактори впливу [2; 3].

Мікроекономічні фактори також впливають на фінансові результати діяльності підприємства, це ті фактори, які залежать безпосередньо від самої організації чи підприємства та значно впливають на отриманий результат [3]. Фактори, які обумовлені зростанням обсягу виробництва продукції, робіт або послуг і фактори ресурсного характеру (стан і умови експлуатації ресурсів, їх склад і величина), відносяться саме до внутрішніх [4].

Як групу факторів залежно від місця їх виникнення відносять наноекономічні фактори, які зумовлені поведінкою окремих індивідуумів. Наноекономічні фактори – фактори, що стосуються поведінки й особливостей взаємовідносин працівників безпосередньо на підприємстві.

На думку Усової Л. С., на фінансовий результат впливають фактори, які можна класифікувати залежно від: часу впливу; за ступенем кількісного вимірювання [6]. За характером впливу на фінансовий результат впливають такі фактори: матеріально-технічні, економічні, організаційно-управлінські. За ступенем впливу Правобережець О. В. виділяє позитивні (показники рентабельності) та негативні фактори (витрати на виробництво, податки та ін.) [7].

За джерелами підвищення ефективності функціонування підприємства Рац О. Н. вважає, що виробництво, маркетинг, інновації, персонал та управління впливають на ефективне функціонування підприємства [8].

За рівнем деталізації Войтоловський Н. В. виділяє фактори першого, другого та наступних рівнів. До факторів першого рівня відносяться ті, які безпосередньо впливають на результативний показник. Фактори, які визначають результативний показник побічно, за допомогою факторів першого рівня, називаються факторами другого рівня [9]. Також Войтоловський Н. В. вважає, що виробництво, маркетинг та фінанси впливають на ефективне функціонування підприємства.

Залежно від керованості Артюхова А. В. виділяє керовані (зміна і наслідки яких знаходяться під контролем підприємства) та некеровані (наслідки впливу яких не залежать від підприємства) фактори, які впливають на



фінансові результати діяльності підприємства. Проте автор вважає, що такий поділ факторів за можливістю контролю є досить умовним, оскільки часом неможливо однозначно віднести певний фактор до однієї з груп. Для одних підприємств він може бути цілком контрольованим, в той час як для інших – не піддаватися контролю [10].

Запропоновані різними авторами класифікації факторів, на думку автора, за допомогою виділення окремих ознак та методу узагальнення були об'єднанні у загальну класифікацію факторів, які впливають на фінансові результати та діяльність підприємства. Загальну класифікацію факторів, які впливають на фінансові результати та діяльність підприємства, наведено на рис. 1.

Залежно від категорії показників Дробишева О. О. звертає увагу на такі фактори: загальні (характер виробництва і його галузеві особливості, стан матеріально-технічної бази);

- специфічні (співвідношення між формами організації управління, між формами управління і методами управління, ступінь відповідності структури апарату управління, рівень механізації і автоматизації управлінських робіт, рівень кваліфікації працівників і ефективність їх праці);
- особливі (фактори невизначеності та ризику);
- структурно-організаційні (організаційна структура управління, виробництва, постачання та збуту, виробничо-економічних зав'язків);
- галузеві (загальні та структурні характеристики галузі в структурі національного господарства, кон'юнктура галузевого ринку);
- територіальні (географічне розташування, природно-кліматичні умови, потенціал ринку та інвестиційний ринок) [11].

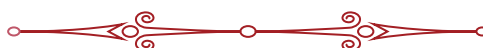
Згідно з рис. 1 фактори класифікують за такими ознаками, як: залежно від місця виникнення, залежно від часу впливу, за ступенем кількісного вимірювання, залежно від способу впливу, за характером впливу, за ступенем впливу, за характером економічного зростання, за рівнем деталізації, за джерелами підвищення ефективності функціонування підприємства, залежно від керованості, залежно від категорії показників, залежно від можливості прогнозу.

Кожна з виділених ознак характеризується певними факторами, які, своєю чергою, можуть позитивно або негативно впливати на фінансові результати діяльності підприємства.

Таким чином, на фінансові результати та діяльність підприємства впливає велика кількість факторів, що характеризують різні боки фінансово-господарської діяльності підприємства. Ці фактори класифікують за різними критеріями. Для того щоб забезпечити отримання позитивного фінансового результату та ефективну діяльність підприємства, треба враховувати вплив цих факторів, тому що вони пов'язані між собою.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Добринь С. В.

Література: 1. Проблемные аспекты определения финансовых результатов на предприятиях Украины. *Apriori*. 2016. № 3. С. 20–25. 2. Мадрига Г. М. Теоретичні підходи до аналізу факторів впливу на ефективність діяльності малих підприємств. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2012. № 739. С. 16–21. 3. Добринь С. В. Вплив факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на фінансові ресурси підприємств машинобудівної галузі України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2015. № 21. С. 64–67. 4. Розанова Н. М., Зороастрова И. В. Экономический анализ фирмы и рынка. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. 279 с. 5. Сурков С. И. Выявление путей роста финансовых результатов предприятия на основе факторного анализа прибыли. *Агропродовольственная экономика*. 2016. № 2. С. 40–48. 6. Усова Л. С. Фактори, що впливають на фінансовий стан підприємства. *Ефективна економіка*. 2011. № 10. С. 14–16. 7. Правобережець О. В. Чинники, які впливають на збільшення прибутку в сучасних умовах. *Ефективна економіка*. 2013. № 3. С. 40–46. 8. Рац О. М. Класифікація пріоритетних факторів внутрішнього середовища, які впливають на функціонування підприємства. *Бізнес Інформ*. 2010. № 8. С. 46–50. 9. Войтоловский Н. В., Калинина А. П. Комплексный экономический анализ предприятия. Санкт-Петербург : Питер, 2010. 258 с. 10. Артюхова А. В., Литвин А. А. Анализ финансового состояния предприятия: сущность и необходимость проведения. *Молодой ученый*. 2015. № 11. С. 744–747. 11. Дворянkin С. В. Влияние инфляции на показатели финансовой устойчивости предприятия. *Труды МЭЛИ*. 2009. № 9. С. 3–4.



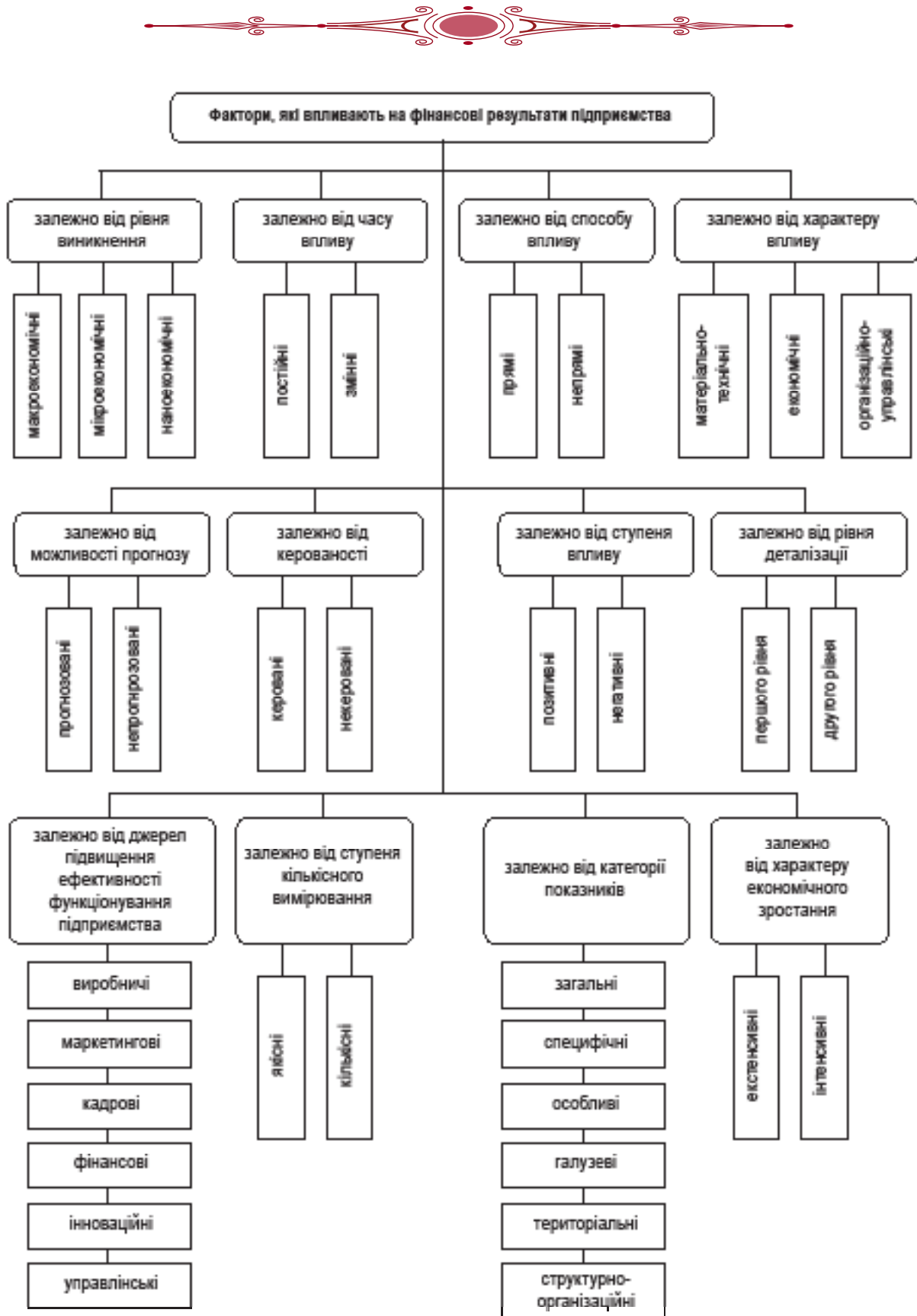


Рис. 1. Класифікація факторів, які впливають на фінансові результати підприємства



ПОРІВНЯННЯ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ЗА КОРДОНОМ І В УКРАЇНІ

УДК 334.012.64(061.1ЄС+477)

Шевченко В. О.

Студент 1 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Проведено дослідження малого підприємництва за кордоном і в Україні. Виявлено проблеми розвитку малого підприємництва.

Ключові слова: мале підприємництво, МП, економіка, проблеми, ринок, ЄС, підтримка.

Annotation. A study of small business abroad and in Ukraine. Problems of small business development are revealed.

Keywords: small business, SB, economy, problems, market, EU, support.

Метою статті є показати проблеми малого підприємництва, що гальмують його розвиток.

Почати власну справу в Україні – це і виклик і можливість одночасно. Особливо важко починаючим підприємцям, які тільки недавно потрапили до невідомого середовища та одразу відчули умови несприятливої економічної ситуації в нашій країні.

Україна продовжує відставати від країн сусідів за рівнем умов для ведення малого підприємництва. Незважаючи на поточні складнощі, підприємці ставляться до цієї ситуації досить оптимістично.

На питання, чому людина залишає стабільну, комфортну, високооплачувану роботу і створює підприємство, більшість нових підприємців кажуть, що для них це можливість почати жити краще, стати незалежними, справдити свої мрії та реалізувати свої амбіції. Власна справа дає можливість розпоряджатися своїм часом за власним бажанням, у перспективі створити велике підприємство.

В Україні зараз рівень розвитку малого підприємництва не відповідає ні потребам сьогодення економіки країни, ні тим більше, завтрашнім вимогам глобалізованого світового ринку. Потенціал малого підприємництва реалізується частково, а його розвиток гальмується.

Малі підприємства потребують значного реформування і внутрішнього розв'язання проблем.

Україна має досить високий потенціал для розвитку підприємництва. Природні запаси, рівень освіти наших співгромадян досить високий. Але чомусь товари та послуги дуже часто нам надають закордонні компанії. Та й українські фахівці за кордоном цінуються набагато більше, ніж на Батьківщині.

На сьогодні в найбільш розвинених країнах Заходу малі фірми складають 70–90 % від загального числа підприємств. Наприклад, у США малим підприємництвом зайнято 53 % усього населення, в Японії – 71,7 %, у країнах ЄС – 50 %. В Україні зайнято приблизно 17 % [4].

Однією з найгостріших проблем діяльності МП є проблема пошуку та отримання фінансових ресурсів. Тому особливого значення для розвитку МП має проблема державного сприяння у фінансовому забезпеченні підприємств малого підприємництва.

Сьогодні основним способом фінансової підтримки малого підприємництва є банківський кредит. Однак банківські установи не хочуть мати справу з таким клієнтом, як МП. Причин тому декілька: відсутність застави, занадто малий розмір позики й на короткий термін, значний ризик, і незначний прибуток порівняно з серйозними позичальниками.

Але все ж таки держава надає підтримку малим підприємствам.

Відповідно до Закону України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» суб'єктами МП є юридичні особи, в яких середньооблікову чисельність працюючих за рік не



перевищує 50 осіб, і обсяг річного валового доходу становить не більше 500 тис. євро. Для підприємств малого бізнесу встановлені такі пільги з податку на прибуток [3]:

1. Для підприємств, які виробляють і переробляють сільгосппродукцію, податок не сплачується в перші 2 роки роботи. У третій і четвертий роки підприємства платять відповідно 25 % і 50 % від встановленої ставки податку на прибуток [3].

2. При визначенні оподаткованого доходу малого підприємства з прибутку виключається та частина, яка йде на будівництво, реконструкцію та оновлення основних фондів, освоєння нової техніки й технологій.

3. МП можуть отримати пільги з податку на прибуток в окремих випадках (використання частини прибутку на внески в благодійні «фонди, залучення на роботу інвалідів»), а також по ПДВ (при випуску товарів, звільнених від сплати ПДВ, по лізингових договорах, зміст житлового фонду й об'єктів соціально-культурної сфери).

Недоліками в розвитку малого підприємництва є невелика їх кількість у виробничих галузях економіки, а також нерівномірний їх розвиток по регіонах країни. Це можна побачити на статистичних даних за 2015–2019 роки.

Таблиця 1

Суб'єкти малого підприємництва

Суб'єкти малого підприємництва, од.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.
Усього	1958385	1850034	1789406	1822671	1922978
Сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство	76720	72095	74184	73998	73131
Промисловість	130167	122146	118837	120656	124956
Будівництво	54331	49437	49465	51656	55920
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	986108	907536	834696	814886	830658
Тимчасове розміщування й організація харчування	58169	57431	57300	61466	69382
Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	46461	45105	45705	48327	52901
Освіта	10819	11025	11604	13184	15374
Операції з нерухомим майном	93585	90493	90166	92950	97918
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	21417	21299	21795	23959	28824
Інформація та телекомунікації	115788	129363	146575	174280	205778
Професійна, наукова та технічна діяльність	130404	124580	120985	125540	134200
Фінансова та страхова діяльність	11966	11508	9960	9392	9712
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	14756	13757	12934	13691	15064
Надання інших видів послуг	207694	194259	195200	198686	209160

Друга гостра проблема – це низька купівельна спроможність населення, зміна пріоритетів, стратегій поведінки споживачів, що спричиняє зниження обсягів продажу. У більшості населення мало грошей, а тому покупці не хочуть з ними розлучатися. І тому люди орієнтуються на зменшення витрат. Покупці шукають дешевший товар, знижки, розпродажі й вони більш тривало використовують товар. Але знижки та розпродажі можуть собі дозволити лише великі ринкові гравці. Для МП така можливість майже недоступна. Як наслідок, у секторі торгівлі на ринку відбувається монополізація, попри те, що у сфері торгівлі й послуг зайняті 63 % приватних підприємців України [2].

Третя проблема – криза ліквідності та криза неплатежів. Мале підприємництво на сьогодні існує за умов, коли контрагенти винні підприємству, а підприємства винні контрагентам. З більшістю контрагентами доводиться працювати в борг, під розписки, бартер тощо. Реальних платежів дуже мало, а гроші в системі не циркулюють.

Сьогодні в Україні спостерігається тенденція до зростання кількості суб'єктів малого підприємництва, що свідчить про розвиток цього сектора економіки, однак питома вага малих підприємств у загальному обсязі



реалізованої продукції (робіт, послуг) суб'єктів господарювання – юридичних осіб станом на початок 2015 р. становила 16,6 %, тоді як у європейських країнах цей показник коливається в межах 25–60 % [6].

У 2015 р. темпи приросту кількості зареєстрованих фізичних осіб-підприємців стосовно 2013 р. становили – 2,29 %. Тоді як темпи приросту кількості фізичних осіб – підприємців, підприємницьку діяльність яких пригальмували, становили 21,99 %. Розвиток малого підприємництва є досить нерівномірним у територіальному розрізі України, що пояснюється регіональними відмінностями у розвитку видів економічної діяльності [6].

ЄС допомагає малим підприємствам, надаючи інвестиції в акціонерний капітал, кредитні гарантії, компенсації витрат на виплату відсотків по позиках тощо. А в Україні поки що подібні програми розвитку та підтримки МП існують місцями тільки на папері. Тому підприємці продовжують сподіватись тільки на себе. Хоча, з одного боку, держбюджет та взагалі вся система комерційних і державних банків, переживає важкі часи. З іншого боку, перешкоджання доступу до фінансування є найбільш нагальною проблемою українських власників малих підприємств, особливо якщо врахувати складну економічну ситуацію.

А тепер я хочу привести як приклад рівень малого підприємництва в Німеччині. Тут можна буде побачити чіткий контраст між МП в Україні й в Німеччині.

Особливості малих підприємств в Німеччині:

Малим сімейним підприємством (МСП) називають там підприємство, в якому працюють на постійній основі не більше 9 працівників і де річний дохід не більше 700 тис. євро. Сьогодні в Німеччині налічується майже 3,5 млн малих підприємств, і це становить 80 % всіх підприємств країни. На таких підприємствах працює 70 % працездатного населення країни, які забезпечують тим самим 41 % всіх податкових відрахувань – половину всього ВВП країни [5].

Мале підприємництво в Німеччині сприяло стрімкому зростанню німецької економіки ще в 50–60 роки минулого століття, забезпечивши країну половиною робочих місць. А в 1978 році уряд ФРН прийняв програму про стимулювання накопичень для започаткування власної справи, завдяки чому приватним особам стали видавати кредити на досить тривалі терміни під низькі відсотки з твердою процентною ставкою і погашенням кредиту строго за складеним ще до укладення кредитного договору планом.

Сьогодні в Німеччині налічується 600 тис. ремісничих малих підприємств, що охоплюють 97 видів різної діяльності. Майже чверть з них працюють на експорт і забезпечують тим самим 17 % від сукупного обсягу зовнішньої торгівлі країни. Ще 860 тис. осіб є представниками вільних професій, таких як юристи, консультанти, медпрацівники, аудиторі. Вони працюють за принципом «Я сам собі підприємство», забезпечують роботою ще 2 млн осіб і з економічної віддачі поступаються лише працівникам торгівлі та ремісникам. Обсяг інвестицій в розвиток МП в Німеччині становить 51,5 % від усіх фінансових вкладень країни. Малі підприємства ж щорічно беруть кредити у держави в розмірі 50 млрд євро [5].

Однією з особливостей малого підприємництва в Німеччині є розвиток інноваційного бізнесу. Будь який корінний житель Німеччини, котрий вирішив почати власну справу, може без проблем отримати пільговий держкредит до 50 тис. євро на 20 років. Підприємець протягом перших двох років може безоплатно використовувати грошові кошти – не потрібно оплачувати ні відсотки по кредиту, ні заборгованість. Наступні вісім років треба вносити в банк тільки пільгові відсотки за користування кредитом, вони становлять 4–5 % річних. А суму боргу необхідно сплачувати тільки з 11 року видачі кредитних коштів. Крім того, урядом ФРН компенсується проведення різних досліджень і наукових робіт до 40 тис. євро [5].

Висновки. На сьогодні наявна велика кількість проблем, що перешкоджають розвитку малого підприємництва в Україні. Тому цей сектор не працює повною мірою. Роль малого підприємництва у розв'язанні економічних проблем важко переоцінити. Тому вирішення цих перешкод для малих підприємств має бути в перших пріоритетах державної та регіональної політики в Україні.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Пивавар І. В.

Література: 1. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. 2. Михасюк І., Косович Б. Державне регулювання сучасних тенденцій розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності. *Вісник Львівського університету (серія економічна)*. 2019. Вип. 57. С. 49–59. 3. Про державну підтримку малого і серед-



нього підприємництва в Україні : Закон України від 19.10.2000 № 2063-III. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2063-14>. **4.** Оцінка бізнес регулювання. URL: <http://www.doingbusiness.org/>. **5.** Малий бізнес в Німеччині. URL: <https://gejzer.ru/statii/malyj-biznes-v-germanii>. **6.** Швець Н. В., Ізюмська А. В. Малий бізнес в Україні: аналіз стану та тенденції. *Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*. 2020. № 11 (87). С. 21–219.



ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.155

Шеноголець А. В.

Студент 4 курсу
факультету міжнародної економіки і підприємництва ХНЕУ ім. С. Кузнеця

***Анотація.** Розглянуто теоретичні аспекти формування механізму управління прибутком підприємства. Проаналізовано основні принципи функціонування механізму управління прибутком. Запропоновано узагальнену систему понять і категорій формування механізму управління прибутком підприємства.*

***Ключові слова:** управління прибутком, матеріальні ресурси підприємства, механізм управління, економічний механізм управління прибутком підприємства.*



***Annotation.** Theoretical aspects of formation of the mechanism of profit management of the enterprise are considered. The basic principles of functioning of the profit management mechanism are analyzed. The generalized system of concepts and categories of formation of the mechanism of management of profit of the enterprise is offered.*

***Keywords:** profit management, material resources of the enterprise, management mechanism, economic mechanism of enterprise profit management.*



У системі категорій ринкової економіки велике значення має прибуток. Він виступає не тільки основним джерелом розвитку господарської діяльності будь-якого підприємства, але й стимулом його розвитку, забезпечує інтереси держави, власників, персоналу підприємства та є головною рушійною силою ринкової економіки. Прибуток підприємства забезпечує зростання обсягів власних фінансових ресурсів, необхідних для здійснення фінансово-господарської діяльності суб'єкта господарювання. Їх нестача спричиняє ризик виникнення боргів, що у підсумку може призвести до банкрутства підприємства. У цьому контексті формування механізму управління прибутком підприємств і його адаптація до ринкових умов мають важливе теоретичне й практичне значення [3, с. 84].

Ефективний механізм управління прибутком дозволяє в повному обсязі реалізовувати цілі й задачі, що сприяє результативному здійсненню функцій управління.

Формування механізму управління прибутком підприємств, обґрунтування структури й методичного забезпечення його функціонування дозволяє максимізувати прибуток підприємств. Теоретичні та методичні аспекти цієї проблеми знайшли своє відображення в роботах вітчизняних і закордонних учених і фахівців: І.



Балабанова, І. Бланка, П. Друкера, П. Єгорова, А. Ковальової, Л. Костирко, Ю. Лисенко, М. Мескона, С. Мочерного, А. Поддерьогіна, В. Пономаренко, Г. Савицької, В. Стасюка, Р. Фатхутдінова та ін.

Метою статті є аналіз та узагальнення системи понять і категорій формування механізму управління прибутком підприємства.

Прибуток відображає багатопланову систему економічних зв'язків на сучасному етапі розвитку суспільства, що впливає на конкурентоспроможність продукції і підприємства.

Під управлінням прибутком підприємства можна розуміти вибір і застосування форм, методів і заходів ефективного формування та використання прибутку підприємства задля досягнення поставленої мети у визначений час і з мінімальними витратами. Поняття управління, на думку І. Т. Балабанова, – це процес вироблення і здійснення управлінських впливів. Управлінський вплив – вплив на об'єкт управління, призначений для досягнення мети управління [7, с. 21].

Ефективне управління формуванням прибутку передбачає побудову на підприємствах відповідних організаційно-методичних систем забезпечення цього управління, знання основних механізмів формування прибутку, використання сучасних методів його аналізу і планування. На сьогодні для вирішення проблем управління прибутком особливого значення набуває створення такого механізму, який надавав можливість підвищити ефективність діяльності підприємств.

Для досягнення поставленої мети необхідно проаналізувати і узагальнити суть системи понять і категорій: механізм, механізм управління, економічний механізм управління прибутком підприємства.

Механізм (з грец. «mechanē» – машина, знаряддя): 1) послідовність станів, процесів, які визначають собою якусь дію, явище; 2) система, пристрій, порядок якого-небудь виду діяльності; 3) внутрішній пристрій (система ланок) машини, приладу, апарату, що приводить їх у дію [3, с. 47].

Механізм – певна складна організована система, яка формує вихідні умови в бажаний результат, процес [2, с. 91].

Економічний механізм можна визначити як сукупність певних ресурсів: методів, засобів, інструментів і важелів впливу на виробничі процеси, застосовувані керівництвом для досягнення поставлених цілей розвитку підприємства [6, с. 161].

Механізм управління – це спосіб розв'язання суперечностей явища чи процесу, послідовна реалізація дій, які базуються на основоположних принципах, цільовій орієнтації, функціональній діяльності з використанням відповідних їй методів управління та спрямованої на досягнення певної мети [1, с. 71].

Аналіз понять дає можливість виділити принципи функціонування механізму управління прибутком підприємства:

1. **Конкретність.** Механізм управління прибутком підприємства набуває конкретності в певних кордонах (відділ, підприємство); його структура і складові частини виступають в конкретних формах практичної діяльності.

2. **Функціональність механізму** – це спосіб забезпечення взаємозв'язку його частин, який забезпечує ефективну роботу механізму.

3. **Цілісність.** Механізм управління прибутком підприємства є системою, яка складається з взаємозв'язаних і взаємодіючих елементів.

4. **Гнучкість, адаптивність.** Механізм змінюється під впливом зовнішнього середовища, розвитку потреб працівника і організації.

5. **Інтегрованість із загальною системою фінансового управління підприємством.** Об'єктом управління механізму виступає прибуток підприємства.

6. **Орієнтованість на стратегічні цілі.** Стратегічні цілі визначають характер діяльності на перспективу.

7. **Інформативність.** Ефективне функціонування механізму обумовлюється наявністю максимально повної інформації.

Так, механізм слід сприймати як систему, що складається з певних взаємопов'язаних і взаємодіючих елементів [2, с. 39].

Для забезпечення ефективності його використання важливим є момент виділення головної ланки і визначення місця кожного елемента в механізмі. Механізм має вхід (зовнішній вплив) та вихід (корисний результат).



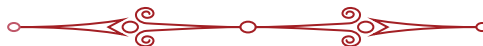
Механізм за своєю структурою поєднує засоби впливу. До основних методів впливу традиційно відносять економічні, соціально-психологічні й організаційно-адміністративні (організаційно-розпорядчі). Головне призначення механізму – забезпечувати ефективне досягнення цілей [2, с. 26]. Управління прибутком полягає в тому, щоб знайти і забезпечити оптимальний спосіб виробництва продукції (як зараз, так і в перспективі, що піддається прогнозуванню).

Підприємства вступають у господарські відносини задля формування та використання прибутку, оптимальна структура та ефективне використання якого є умовою успішного функціонування будь-якого підприємства. Це обумовлює необхідність розгляду прибутку як об'єкта управління.

Отже, щоб систематизувати теоретичні аспекти процесу управління прибутком підприємств, слід виділити особливості процесу управління прибутком підприємств в умовах ринкових відносин, до яких варто віднести: удосконалення планування розподілу фінансових ресурсів підприємств; підвищення вимог до організації управління матеріальними ресурсами підприємств; посилення ролі функції регулювання у формуванні кредитної політики підприємств; проведення ефективного контролю фінансових результатів підприємств. Концепція формування механізму управління прибутком підприємств в умовах ринкових відносин включає в себе комплекс заходів, спрямованих на максимізацію прибутку підприємства в поточному і перспективному періодах при заданому рівні фінансового ризику. Саме вони визначають умови формування механізму управління цим процесом.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Шифріна Н. І.

Література: 1. Державне управління і менеджмент : навч. посіб. / за заг. ред. Г. С. Одинцової. Харків : ХарПІ НАДУ, 2017. 492 с. 2. Дороніна М. С. Управління економічними та соціальними процесами підприємства : монографія. Харків : ХДЕУ, 2012. 432 с. 3. Круглова Н. Ю., Круглов М. И. Стратегический менеджмент : учебник для вузов. Москва : Изд-о РДЛ, 2013. 464 с. 4. Мішина С. В., Мішин О. Ю. Організаційно-економічний механізм управління фінансовими ресурсами на підприємстві. Харків : Вид-во ХНЕУ, 2016. 176 с. 5. Новый экономический и юридический словарь / под ред. А. Н. Азрилияна. Москва : Ин-т новой экономики, 2013. 1088 с. 6. Отпущеннікова О. М. Формування механізму управління прибутком підприємства : автооф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01. Луганськ, 2015. 20 с. 7. Поддєрьогін А. М., Буряк Л. Д., Нам Г. Г., Павліковський А. М., Павловська О. В. Фінанси підприємств : підручник. Київ : КНЕУ, 2014. 460 с. 8. Шандова Н. В. Визначення механізму прогнозування показників розвитку виробництва. *Актуальні проблеми економіки*. 2014. № 2 (32). С. 182–189.



ПОНЯТТЯ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ

УДК 658.8

Шляхова В. Є.

Мігрант 1 року навчання
факультету міжнародних відносин і журналістики ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У наш час майже кожне підприємство країни намагається приділяти значну увагу ефективному використанню «маркетингу» у процесі своєї діяльності. Адже саме ця діяльність допомагає суб'єкту господарювання правильно приймати рішення стосовно ринкових можливостей, вибору потенційного ринку, розробки необхідного



комплексу заходів для роботи. А успішне поєднання усього цього і є складовою частиною успішного досягнення цілей будь-якого підприємства.

Ключові слова: маркетинг, управління, підприємство, методичні підходи, аналіз, міжнародний бізнес.



Annotation. Nowadays, almost every company in the country tries to pay considerable attention to the effective use of "marketing" in the process of its activities. After all, this activity helps the business entity to make the right decisions regarding market opportunities, selection of a potential market, and development of the necessary set of measures for work. And the successful combination of all this is an integral part of successfully achieving the goals of any enterprise.

Keywords: marketing, management, enterprise, methodical approaches, analysis, international business.



Маркетингова діяльність сьогодні перетворилася не просто на авторитетну теорію сучасного бізнесу, але й чітке керівництво до дії, засноване на розумінні рушійних сил розвитку ринку і ринкової економіки [1, с. 55].

А маркетингова діяльність, своєю чергою, забезпечить: інформацію про зовнішні умови функціонування підприємства, тобто надійну, достовірну і своєчасну інформацію про ринок, структуру і динаміку конкретного попиту, смаки і вподобання покупців; створення товарів, які найбільш повно задовольняють вимоги ринку; необхідний вплив на споживача, попит, ринок для забезпечення максимально можливого контролю над сферою реалізації.

Більше того, сучасна ситуація в суспільстві вимагає від підприємців знань у сфері маркетингової діяльності, адже кожний вид діяльності пов'язаний сьогодні з таким поняттям, як ринок. Від знання його законів, а це, насамперед, від знання законів, того, хто на ньому діє, як він функціонує, які його запити, чи залежить успіх товару на ринку тільки від підприємців, але і від споживачів [2, с. 63]. Тому застосування системи маркетингової діяльності, організація систематичного й ретельного управління процесом виконання розроблених програм є обов'язковою для успішного функціонування підприємства.

Існують різні підходи до управління маркетинговою діяльністю. Це пов'язано з тим, що вітчизняні та закордонні фахівці в галузі маркетингу мають різні погляди на сутність управління маркетинговою діяльністю на підприємствах, наведених у табл. 1.

Таблиця 1

Аналіз поняття «управління маркетинговою діяльністю»

Визначення	Ключові слова	Автор
Процес аналізу ринкових можливостей; добору цільових ринків; розробки маркетингового комплексу і перетворення в життя маркетингових заходів. Процес планування і реалізації політики ціноутворення, просування і розподілу ідей, товарів та послуг, націлений на здійснення обміну, який задовольняє як індивід, так і організації	Процес аналізу, процес планування	Ф. Котлер [3]
Процес планування й реалізації концепцій ціноутворення, просування й розподілу ідей, товарів та послуг, спрямований на здійснення обмінів, що задовольняють як індивідуальним, так і організаційним цілям. Мистецтво й наука вибору цільових ринків, збереження й залучення нових споживачів, розробки маркетингових стратегій; планування маркетингових програм (розробки системних інструментів); організації виконання й контролю маркетингової роботи, найтіснішим чином взаємозалежної зі стратегічним корпоративним плануванням (визначення корпоративної місії, стратегічних бізнес - одиниць, розподіл ресурсів між ними, планування нових видів діяльності)	Процес планування і реалізації, мистецтво та наука вибору	Г. О. Холодний, Г. М. Шумська [4]
Процес планування і реалізації політики ціноутворення, просування і розвитку ідей, продуктів і послуг, спрямований на здійснення обміну, який задовольняє як окремих осіб, так і фірму	Процес планування і реалізації	Економічна Енциклопедія [5]
Процес впливу суб'єкта управління (керівництво фірми, збутових організацій, концернів, монополій, державних органів) на об'єкт управління, в ролі якого виступають процеси і суб'єкти в системі маркетингу	Процес впливу	А. А. Антонюк [6]
Організований процес реалізації опрацьованих планів і інших маркетингових концепцій в реальних умовах діяльності підприємства	Процес реалізації планів	В. В. Липчук, А. П. Дудяк, С. Я. Бугіль [7]



Результати аналізу показують, що всі запропоновані визначення є актуальними та достатньо вичерпними. Але слід підкреслити, що ключове слово у всіх наведених варіантах – це процес. Адже ми не можемо не погодитися, що управління маркетинговою діяльністю – це все ж таки процес втілення заходів, необхідних для досягнення цілей підприємства.

Маркетингова діяльність є як об'єктивною необхідністю орієнтації науково-технічної, виробничої і збутової діяльності підприємства на врахування ринкового попиту, потреб і вимог споживачів. Вона спрямована на визначення конкретних цілей і шляхів їх досягнення. У сучасному світі виробник повинен випускати продукцію, що знайде збут і принесе прибуток. Для цього необхідно вивчати суспільні та індивідуальні потреби, запити ринку як умову і передумову виробництва. Концепція «виробництво починається зі споживання, а не з обміну» знайшла своє втілення в маркетингу [8].

Маркетинг як теорія, спосіб мислення, філософія підприємницької діяльності потребує уважного наукового вивчення і реалістичного підходу в практиці управління.

В першу чергу, маркетинг як концепція управління підприємством потребує аналізу управлінської діяльності. Для керівництва цим процесом необхідні чотири елементи: вихідні дані (інформація); мета діяльності; власне діяльність і контроль результатів. Управлінська діяльність поділяється на три рівні – стратегічний, тактичний і оперативний.

На стратегічному рівні визначають довгострокові (на 10–15 років) цілі підприємства. Визначаються ресурси, необхідні для досягнення цих цілей (фінансові, матеріальні та ін.). Вибирається стратегія досягнення цілей. На тактичному рівні загальні цілі конкретизуються на більш короткий період (до 5 років). На їхній основі формуються завдання і залучаються необхідні ресурси. На оперативному рівні вирішуються поточні завдання, висунуті кон'юктурою ринку.

Ці завдання не повинні суперечити довгостроковим стратегічним цілям підприємства. Цілі маркетингу як ринкової концепції управління підприємством завжди є відбитком довгострокових і короткострокових цілей підприємства.

Маркетинг має на увазі управління ринком з метою здійснення обміну для задоволення потреб і запитів людини. Маркетинг – це процес, в ході якого окремі особи і групи осіб отримують необхідне і бажане за допомогою створення товарів і споживчих цінностей і обміну ними один з одним [9, с. 51]. Розробка товарів, аналіз ринку, комунікації, розподіл, встановлення цін і обслуговування споживачів – основні види маркетингової діяльності.

На рис. 1 можна побачити основні елементи системи сучасного маркетингу. В стандартній ситуації маркетинг обслуговує ринок кінцевих покупців в умовах існуючої конкуренції. На всі діючі елементи цієї системи мають вплив одні й ті самі фактори навколишнього середовища (демографічні, економічні, екологічні, науково-технічні, політико-правові, соціально-культурні). Кожна з складових системи маркетингу вносить свій внесок до створення споживчої цінності.



Рис. 1. Елементи системи маркетингу підприємства

Таким чином, успіх підприємства залежить не тільки від її власних дій, але і від того, наскільки добре потреби кінцевого споживача задовольняються всіма ланками ланцюга.

Отже, у сучасних умовах, які склалися на ринку, суб'єкти господарювання переважно прагнуть здійснювати усі можливі заходи для досягнення максимального прибутку.

Підприємства намагаються будь-якими способами витіснити конкурента з ринку, прораховувати найбільш оптимальні сфери витрат та інвестицій, поліпшувати якісні показники своєї продукції та інше. Проте в цей час найбільший ефект у досягненні цілей підприємства дає саме організація та управління маркетинго-

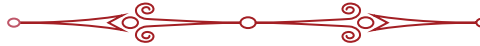


вою діяльністю підприємства, які, своєю чергою, орієнтовані на з'ясування і задоволення попиту споживачів певного цільового ринку.

Маркетингова діяльність повинна забезпечити: надійну, достовірну і своєчасну інформацію про ринок, структури і динаміці конкретного попиту, смаках і перевагах покупців, тобто інформацію про зовнішні умови функціонування фірми; створення такого товару, набору товарів (асортименту), що більш повно задовольняє вимогам ринку, ніж товари конкурентів; необхідний вплив на споживача, на попит, на ринок, що забезпечує максимально можливий контроль сфери реалізації.

Науковий керівник – канд. екон. наук, професор Азаренков Г. Ф.

Література: 1. Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика : учебник. Москва : Финпресс, 2003. 496 с. 2. Гаркавенко С. С. Маркетинг : підручник. Київ : Лібра, 2010. 720 с. 3. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент. Санкт-Петербург : Питер, 2014. 800 с. 4. Земляков І. С., Рижий І. Б., Савич В. І. Основи маркетингу : навч. посіб. Івано-Франківськ : Ін-т менеджменту та економіки, 2003. 352 с. 5. Коршунов В. І. Стратегічне планування маркетингової діяльності на підприємстві : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.06.02. Харків, 2002. 36 с. 6. Антонюк А. А. Вибір підходів до формування показників оцінки ефективності маркетингової діяльності на підприємстві. *Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво*. 2017. № 2. С. 11–14. 7. Маркетинг : навч. посіб. для студентів вищ. навч. закл. / за заг. ред. В. В. Липчука. Львів : Магнолія, 2012. 456 с. 8. Ілляшенко Н. С. Механізм управління підприємством на засадах інноваційного маркетингу. *Механізм регулювання економіки*. 2009. № 4. С. 42–47. 9. Гаркавенко С. С. Маркетинг : підручник. Київ : Лібра, 2010. 720 с.



СИСТЕМА МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

УДК 331.1

Шмід І. А.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті розкрито сутність поняття мотивації персоналу на підприємстві; розглянуто етапи системи мотивації; визначено різновиди мотивації персоналу на підприємстві та їх вплив на персонал; застосування.

Ключові слова: мотивація, персонал, мотивація персоналу.



Annotation. The article reveals the essence of the concept of staff motivation in the enterprise; the stages of the motivation system are considered; the types of staff motivation at the enterprise and their impact on staff are considered; application.

Keywords: motivation, staff, staff motivation.



Постановка проблеми. В наш час мотивація персоналу має велике значення в економіці України. Здебільшого від ефективності співробітників залежить результативність підприємства. Саме тому, якщо праців-



ник зацікавлений в своїх результатах і буде працювати на результат, тоді можна помітити зростання продуктивності підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблему мотивації персоналу розглянули в своїх наукових працях як зарубіжні, так і вітчизняні вчені, такі як: А. Маслоу [1], А. Колота [2], Ф. Херцберг [3], О. Шелдон, С. Цимбалюк, А.А. Афоніна та ін. [4].

Постановка завдання. Метою статті є визначення видів мотивації персоналу на підприємстві; обґрунтування етапів впровадження системи мотивації в організації.

Важливою ознакою сучасної економіки є пріоритетна увага до персоналу – провідного виробничого чинника, резерву економічного зростання та конкурентоспроможності. Досвід передових економік світу доводить, що жодну із задач управління у будь-якій сфері діяльності неможливо реалізувати без зацікавленості в її вирішенні працівників. Мотивація праці персоналу, створення умов для його зацікавленості в результатах діяльності підприємства, розвиток соціального партнерства стають нагальними завданнями підприємства [5].

В управлінні мотивація – це функція керівництва, що полягає у формуванні в працівників стимулів до праці (спонукати їх працювати з повною віддачею), а також у довгостроковому впливі на працівника з метою зміни по заданих параметрах структури його ціннісних орієнтацій та інтересів, формування відповідного мотиваційного ядра і розвитку на цій основі трудового потенціалу [2].

Коли підлеглі задоволені зарплатою, вони не будуть бажати перейти в організації конкурентів, бо в їх трудовому колективі приємний мікроклімат, і всі працюють зі власною ініціативою, проявляють креативний підхід до роботи.

Як зазначила Васюта В. Б. у своїй науковій статті, мотивація працівників – це створення у співробітників внутрішнього заохочення до якісної та плідної праці за допомогою різних прийомів [4].

Мотивація – еластична і багатогранна система. Вона має в собі безліч прийомів і тримається на різних чинниках – від специфіки та цілей організації до потреб кожного співробітника окремо [3].

У сферах пов'язаних з людьми дуже ціниться креативний підхід. Об'єднання традиційних і нетрадиційних методів одразу робить систему мотивації більш ефективною.

Устіловська А. С. [1] у своїх дослідженнях зазначає, що співробітників можна мотивувати, беручи до уваги будь-який рівень потреб і пропонує наступну систему мотивації персоналу (рис. 1).

За способами використання мотивація буває:

1. Нормативна мотивація – це натхнення людини до певної поведінки за допомогою ідейно-психологічної дії: зміна точки зору, натхнення, поінформування тощо;
2. Примусова мотивація. Базується на використанні влади і небезпеці незадоволення потреб співробітника у випадку невиконання ним певних вимог;
3. Стимулювання – дія не на працівника, а на зовнішні обставини за допомогою благ – стимулів, спонукуючи працівника до певної поведінки [5].

Треба мати на увазі, що, можливо, менеджмент і буде створити зовнішню мотивацію, але він не буде працювати, якщо робітник немає особистого бажання. А мотиви в різних моментах проявляються і внутрішніми, і зовнішніми причинами.

Розробка системи мотивації має 3 головні мети:

1. Привернення цінних працівників на підприємство.
2. Утримання кадрів, що працюють на підприємстві. Щоб уже висококваліфіковані фахівці, які є в штаті, працювали на вашому підприємстві і не хотіли піти до конкурентів, їм теж необхідно забезпечити гідну заробітну плату, умови і мікроклімат в колективі.
3. Контроль страт оплати праці працівників. Одним із важливих в економіці організації є фактор повноти використаних коштів також. Як запровадити систему мотивування, щоб з самого початку вона мала результат і надихала [3].

Щодо етапів впровадження системи мотивації в організації, то для початку треба повідомити підлеглих про думку підвищення системи мотивації. Працівникам треба знати про всі зміни на підприємстві, особливо про впровадження системи мотивації. Всі повинні побачити вигоду і плюси майбутніх заходів.

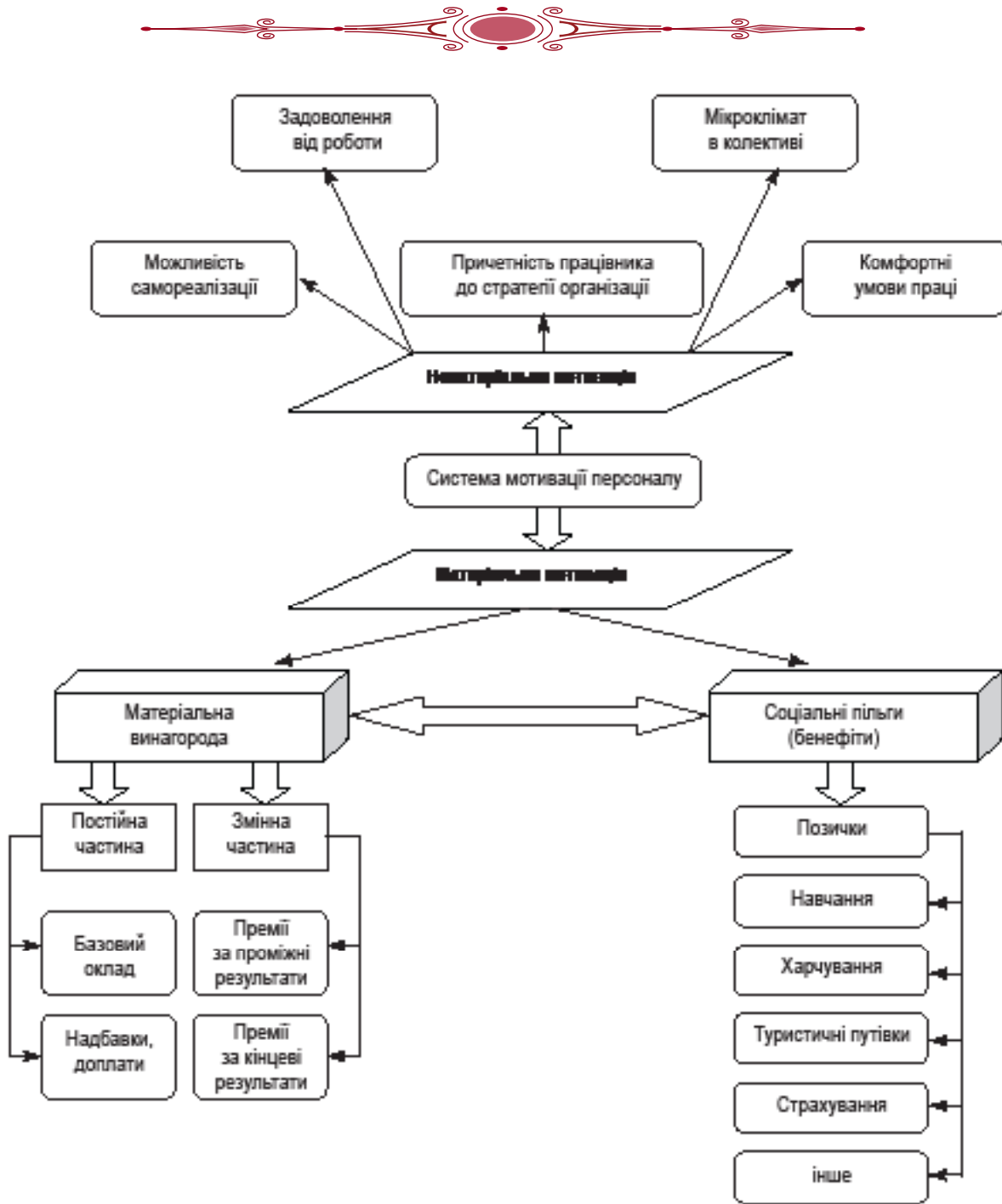


Рис. 1. Система мотивації персоналу [1]

По-друге, потрібно ознайомитися з своїм персоналом. Для цього використовують різні анкетування, опитування. Для більш поглибленого ознайомлення з професійним рівнем працівників проводять атестації.

По-третє, треба проаналізувати систему мотивації своїх конкурентів. Якщо ви вирішили не залучати експертів та маркетологів до розробки системи мотивації, тоді треба ознайомитися з методами мотивації своїх конкурентів і виявити корисні методи мотивації для себе.

На четвертому етапі обираємо і затверджуємо програму мотивації. Взнявши за основу якусь із систем, яку обрали за аналізом конкурентів і проаналізувавши дані про свій персонал, можна розробити ефективну систему мотивації для вашого колективу. Також буде корисно проконсультуватися з фахівцями.

Після цього треба проінформувати персонал про введену мотиваційну систему, щоб вони побачили стимул.

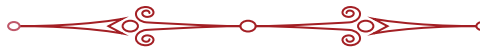
Висновки та пропозиції. Визначивши види мотивації, можна знайти мотиваційний підхід до кожного співробітника виходячи з його потреб.



Спираючись на етапи підбору системи мотивації можна підкреслити, що важливо донести головну мету, яка просуває ряд майбутніх заходів мотивування персоналу. Важливим моментом є прагнення співробітників відчувати себе частиною команди та результату, а не тільки до особистого заохочення. Це відіграє велику роль для підприємства і виносить якість роботи на більш високий рівень.

Науковий керівник – старший викладач Нечипорук О. В.

Література: 1. Устіловська А. С. Мотивація персоналу як один із інструментів успішного управління персоналом. *Молодий вчений*. 2017. № 4.4. С. 112–115. 2. Бульбаха І., Васюта В. Б. Мотивація праці персоналу на підприємстві в сучасних умовах господарювання: стаття. *Ефективна економіка*. 2016. № 6. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2016_6_33. 3. Лещенко Л. О. Мотивація праці як фактор підвищення прибутковості виробництва. *Ефективна економіка*. 2016. № 4. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4917>. 4. Васюта В. Б., Чечіль Т. В. Сучасна система трудових показників на підприємстві. *Ефективна економіка*. 2014. № 12. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3663>. 5. Шафранська Т. Ю., Коломієць О. В. Основні види мотивації працівників. URL: http://www.rusnauka.com/10_DN_2013/Economics/10_133226.doc.htm.



ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ФІНАНСОВОГО ТА ВНУТРІШНЬОГОСПОДАРСЬКОГО ОБЛІКУ

УДК 657.1

Шумейко Д. В.

Студент 3 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті проведено класифікацію видів і форм фінансового та внутрішньогосподарського контролю; розкрито відмінні риси у змісті та організації зовнішнього (фінансового) та внутрішньогосподарського контролю.

Ключові слова: фінансовий контроль, зовнішній контроль, внутрішньогосподарський контроль, державний фінансовий контроль.



Annotation. The classification of types and forms of financial and internal control is given in the article; the distinctive features in the content and organization of external (financial) and internal economic control are revealed.

Keywords: financial control, external control, internal economic control, state financial control.



Постановка проблеми. Необхідність формування адекватної ринковим умовам господарювання інфраструктури управління економічними процесами зумовлює потребу в принципово нових підходах до трактування питань теорії та організації контролю. Дотепер не розкрито основні характеристики змісту фінансово-господарського контролю з урахуванням особливостей сучасного етапу розвитку економічних відносин в Україні, слабо відпрацьовані питання класифікації видів і форм контролю, практично повністю відсутні сучасні комплексні методиками, що організують здійснення контрольної діяльності в розрізі різних її напрямків



і об'єктів. Нерозробленість зазначених аспектів контролю і потреба ринкової системи господарювання в адекватних формах його проведення детермінують необхідність переосмислення старих уявлень про контроль і розробці нових підходів до розуміння його сутності, змісту, видів і форм.

Аналіз наукових досліджень. Вивченням фінансового та внутрішньогосподарського обліку була приділена увага в роботах проф. О. С. Бородкіна, проф. Ф. Ф. Бутинця, проф. Б. І. Валуєва, проф. М. А. Вахрушиної, проф. В. Б. Івашкевича, проф. Т. П. Карпової, проф. О. Е. Николаєвої, проф. В. Ф. Палія, проф. В. В. Палія, проф. В. В. Сопка, проф. Я. В. Соколова, Дж. Фостера, Ч. Т. Хонгрена, проф. М. Г. Чумаченка, проф. А. Д. Шеремета, проф. Т. В. Шишковой.

Мета – здійснити теоретичний аналіз фінансового та внутрішньогосподарського обліку підприємства.

Виклад основного матеріалу. Вивчаючи сутність контролю, слід зазначити, що в реальній дійсності немає контролю взагалі, а є контроль за конкретним змістом, видів і форм.

Якщо розглядати контроль у цілому як функцію управління, особливий цілеспрямований вид практичної діяльності, то залежно від сфери контролю управлінською діяльністю, його цілей і завдань можна виділити такі спеціалізовані види контролю: адміністративний, правовий, технічний, фінансово-господарський, екологічний та ін., зокрема, сферою дії фінансово-господарської контролю, об'єктом його застосування є господарські та фінансові операції, що в комплексі утворюють фінансово-господарську діяльність економічних суб'єктів і досліджувані з метою об'єктивної оцінки її економічної ефективності, встановлення законності, достовірності та доцільності цих операцій, збереження матеріальних і грошових ресурсів, виявлення внутрішньогосподарських резервів підвищення ефективності господарювання.

Важливою умовою раціональної організації фінансово-господарського контролю є розробка його науково обґрунтованої класифікації за видами, формами, методами і прийомами. При цьому слід зазначити, що в опублікованих роботах по контролю зустрічаються різночитання в тлумаченні названих категорій. Нерідко ознаки класифікації видів фінансово-господарського контролю розглядаються як критерії його форм, а останні часто ототожнюються з методами і прийомами контролю.

Наприклад, в одних джерелах ревізія, тематична перевірка, обстеження розглядаються як форми контролю, в інших – як його методи.

Попередній, поточний та наступний контроль в різних роботах відносять і до видів, і до форм, і до прийомів контролю. Такі розбіжності в термінології викликають необхідність у розмежуванні всіх цих понять, у розробці науково обґрунтованої класифікації контролю.

Складність і багатогранність відносин, що об'єднуються поняттям контролю, зумовлюють існування різних його видів. Загальне, що об'єднує всі види фінансово-господарського контролю, – це єдність економічного змісту, предмета і методу. Але при цьому кожен з них має свої специфічні особливості.

Фінансово-господарський контроль можна представити як сукупність двох взаємопов'язаних частин: зовнішнього (фінансового) та внутрішньогосподарського (управлінського) контролю. Такий поділ обумовлено їх принциповими відмінностями, що виражаються в тому, що кожен вид контролю має різні цілі, об'єкти і суб'єкти, свою організацію, інформаційне забезпечення та інші особливості.

На відміну від зовнішнього (фінансового) контролю, внутрішньогосподарський проводиться внутрішніми службами господарюючого суб'єкта для виявлення внутрішньогосподарських резервів зростання ефективності господарювання, а також з'ясування рівня обґрунтованості управлінських рішень і підсумків їх виконання, тобто здійснюється для цілей внутрішнього управління виробництвом і всією фінансово-господарською діяльністю підприємства. У зв'язку з цим внутрішньогосподарський контроль можна з повною підставою називати управлінським [1].

У сучасних умовах, коли питання управління змістилися в галузь саморегулювання, система державного фінансового контролю виявилася позбавленою необхідної правової та організаційної основи. У результаті цього діяльність зазначених раніше органів і відомств в області контролю не координується, в силу чого виникають неузгодженість, дублювання і паралелізм. В результаті цього спостерігається вкрай низька ефективність державного фінансового контролю. Подолати наявні недоліки державного контролю можливо, тільки створивши необхідну правову базу.

Зміцнення статусу організації (підприємства) як самостійного господарюючого суб'єкта в сучасних умовах ставить її перед необхідністю підвищувати ефективність своєї діяльності шляхом вдосконалення системи управління за що відбуваються господарськими процесами. Це обумовлює підвищення значущості іншого



виду контролю – внутрішньогосподарського, який є важливою самостійною функцією управління всередині організації (підприємства).

Головне його призначення полягає в безперервному, суцільному і системному спостереженні за виробничою, постачальницько-збутовою та фінансовою діяльністю всіх підрозділів для виявлення резервів зростання її ефективності, забезпечення збереження грошових і матеріальних ресурсів, усунення причин і умов, що породжують безгосподарність і втрати. Він здійснюється всіма функціональними службами організації (бухгалтерської, фінансової, маркетингової, юридичної та ін.) у межах встановленої компетенції, а також лінійними керівниками, серед яких провідна роль в проведенні внутрішньогосподарського контролю відводиться керівнику організації.

Зарубіжний досвід вивчення питань організації внутрішньогосподарського контролю, представлений, зокрема, в дослідженнях американських учених Е. Аренса і Д. Лоббек, англійського дослідника Р. Адамса, свідчить про те, що при розробці ефективної системи внутрішньогосподарського контролю адміністрація переслідує такі основні цілі: забезпечення надійної інформацією – для успішного керівництва діяльністю компанії і прийняття управлінських рішень адміністрації необхідно мати в своєму розпорядженні надійну (достовірну) інформацію; забезпечення збереження активів і документів компанії – якщо матеріальні активи компанії не будуть захищені адекватною системою контролю, то вони можуть бути розкрадені, використані в неналежних цілях або ж випадково знищені; то ж справедливо і щодо недосяжних активів (таких як дебіторська заборгованість), важливих документів і реєстрів; забезпечення ефективності господарської діяльності – контрольні моменти внутрішньогосподарської системи необхідні, щоб можна було уникнути непотрібного дублювання і непродуктивних витрат у всіх галузях її функціонування; вони повинні також запобігати і неефективному використанню всіх інших ресурсів; забезпечення відповідності запропонованим обліковими принципами – система внутрішньогосподарського контролю має забезпечити необхідний ступінь впевненості в тому, що працівники компанії здійснюють свою діяльність відповідно до політики, планів, процедур, законів, постанов, які могли б істотно вплинути на господарські операції і на звітність [2].

У зв'язку з цим залежно від цільової спрямованості внутрішньогосподарського контролю можна виділити такі його напрямки:

- контроль за ходом виробничого процесу і формуванням його результату, тобто операційний або внутрішньовиробничий контроль;
- контроль за раціональним використанням ресурсів і ефективністю господарської діяльності підприємства, тобто контроль ефективності або оптимізаційний контроль;
- контроль за збереженням майна (активів) господарюючого суб'єкта;
- контроль за достовірністю інформації про господарському процесі і його результаті;
- контроль за відповідністю чинним стандартам, нормам, правилам, положенням, облікову політику, законодавчим та іншим нормативним актам [3].

Пропонується класифікація форм фінансово-господарського контролю за класифікаційними ознаками і групам. За ступенем охоплення процесів і операцій можна виділити повний і частковий контроль. У разі якщо контролем охоплена вся фінансово-господарська діяльність економічного суб'єкта, всі види господарських операцій, контроль є повним.

При частковому контролі перевіряються тільки окремі сфери діяльності організації або окремі види господарських операцій. За методом перевірки контроль може бути суцільним і вибіркоким. При суцільному контролі перевірку піддаються всі без винятку господарські операції на основі вивчення всіх документів, бухгалтерських записів за весь період, що перевірявся. Вибірковість може здійснюватися в двох формах: або охоплюються перевіркою всі документи в окремі місяці в межах року, або – частина документів за кожен місяць.

Залежно від способу отримання інформації, використовуваної при виконанні контрольних функцій, контроль поділяється на документальний і фактичний. Документальний контроль полягає у встановленні достовірності і законності господарських операцій за даними первинних документів, облікових реєстрів, звітності, письмових свідчень третіх осіб, планової, нормативної, проектно-конструкторської, технологічної та іншої документації. Фактичним називається контроль, за якого кількісний і якісний стан об'єкта, що перевіряється, встановлюється на підставі обстеження, огляду, обміру, перерахунку, зважування, лабораторного аналізу та інших способів перевірки фактичного наявності товарно-матеріальних цінностей, грошових коштів, цінних паперів та ін. [4].

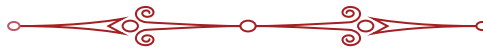


Наявні в цей час види фінансово-господарського контролю можуть проводитися, як правило, за всіма формами, за винятком тих випадків, коли внутрішньогосподарський контроль не може бути зовнішнім, періодичним і епізодичним, оскільки це суперечить його сутності.

Наведена класифікація фінансово-господарської контролю дозволяє найбільш повно розкрити його сутність, уточнити економічний зміст окремих видів і форм контролю, виявити специфічні особливості в організації контрольної діяльності.

Науковий керівник – канд. екон. наук, викладач Серіков Д. О.

Література: 1. Адамс Р. Основы аудита / под ред. Я. В. Соколова. Москва : Аудит, ЮНИТИ, 1995. 2. Арнс Э. А., Лоббек Д. К. Аудит / под ред. Я. В. Соколова. Москва : Финансы и статистика, 1995. 560 с. 3. Белобжецкий И. А. Финансовый контроль и новый хозяйственный механизм. Москва : Финансы и статистика, 1989. 255 с. 4. Білуха М. Т. Теорія фінансово-господарського контролю : навч. посіб. Київ : Вища школа, 1994. 364 с. 5. Пожидаева Т. А., Круглов А. А. Роль внутрішньогосподарського контролю в управленні ефективністю виробництва. *Економічний аналіз: теорія і практика*. 2006. № 19. С. 23–28.



РОЗРОБКА ЗАХОДІВ ІЗ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 005.963:658

Яковлева А. С.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто суть та особливості процесу розвитку персоналу в організації, визначено його складові та завдання. Розкрито поняття та варіативність розвитку персоналу на підприємстві. Розглянуто шляхи професійного розвитку персоналу задля підвищення продуктивності праці.

Ключові слова: розвиток персоналу, людські ресурси, професійне навчання, кар'єра, професійний розвиток, навчання.



Annotation. The essence and features of the personnel development process in the organization are considered, its components and tasks are determined. The concept and variability of personnel development at the enterprise are disclosed. The ways of professional development of personnel to increase labor productivity are considered.

Keywords: personnel development, human resources, vocational training, career, professional development, training.



Актуальність теми дослідження обумовлена особливою значущістю розвитку персоналу, що гарантує підприємству його сталий розвиток. Дослідники, які вивчають це питання, наголошують на важливості процесу розвитку персоналу. Вони обґрунтовують необхідність цього процесу його конкретністю і зв'язком з певною спільністю працівників і певною корпоративною ситуацією.



Це пояснює індивідуальний підхід до навчання одного конкретного працівника або групи працівників, що мають схожий набір службових обов'язків і знаходяться приблизно на одному рівні професійної підготовки.

На цей момент одним з основних способів збільшення і підтримки на високому рівні конкурентоспроможності підприємства є такі форми розвитку людського капіталу, як перепідготовка професійних кадрів і підвищення ними вже наявної кваліфікації [1; 2; 7; 8]. Активний розвиток нових технологій в робочому процесі змушує персонал освоювати нові компетенції. Однак економічний успіх 42 підприємств і його стабільність на ринку стає можливим завдяки введенню нових методів організації праці та управління людськими ресурсами. «Динаміка зовнішнього середовища, експоненціальне зростання знань і технологій є ключовими спонукальними мотивами для керівництва підприємств до організації умов для безперервної освіти співробітників, обміну актуальною інформацією, професійного та особистісного зростання» [1, с. 326].

Професійний розвиток включає в себе розуміння теоретичної основи, додаткові практичні навички, соціальні норми поведінки, моральні цінності й ін. Процес розвитку персоналу зображено на рис. 1.



Рис. 1. Процес розвитку персоналу організації [4]

Завдяки науково-технічному прогресу вже наявні знання і професійні навички в будь-якій галузі починають застарівати і втрачати свою актуальність. Зростає необхідність розвитку робочого персоналу, що потребує постійного професійного зростання. З цієї причини виникає потреба в безперервному удосконаленні навчання працівників. Саме тому компанії своїм пріоритетним завданням визначають розвиток своїх людських ресурсів, незважаючи на нестабільну і складну економічну ситуацію у деяких з них.

Сьогодні витрати, які спрямовані на навчання робочого персоналу і розвиток їх професійних навичок, сприймаються як необхідність. Деякі дослідники вважають, що ефективність процесу розвитку персоналу залежить від кожного учасника цієї взаємодії, а не виключно від якості навчання і дій керівництва. Завдання кожної компанії полягає в підборі майбутніх кадрів, орієнтованих на саморозвиток і розташованих до старанної роботи над собою в професійному плані. Після здійснення якісного підбору персоналу компанія, проаналізувавши наявні людські ресурси, повинна визначити, як можна використовувати їх можливості для виконання своїх завдань.

Так, дослідники Брич В. та Гукул О. у своїй роботі [2] описують, як процес розвитку персоналу може здійснюватися самостійно. Управління розвитком людських ресурсів є одним із основних процесів, що забезпечують життєздатність компанії. Плинність кадрів, що змушує постійно адаптуватися до змін у складі робочого персоналу, приносить великі збитки. Об уникнути фінансових втрат, організація повинна постійно працювати над навчанням і професійним розвитком своїх співробітників. Створення грамотних фахівців в будь-якій галузі є великим плюсом для компанії, що дозволяє більш впевнено почувати себе на ринку.

Завдяки якісному навчання персоналу і розвитку у нього необхідних компетенцій підвищується ефективність праці, що призводить до збільшення прибутку компанії. На сьогодні одним із завдань організації є створення сприятливих і комфортних умов для трансформації людського ресурсу в людський капітал, оскільки капітал окремо взятого працівника тією чи іншою мірою сприяє зростанню капіталу самої організації.

При цьому слід враховувати не тільки інтереси самої компанії, але і потреби її співробітників, тому що без грамотно побудованої системи взаємин неможливо домогтися позитивного результату. На думку дослідників Ворначева А. О., Кравець Ю. І., «Система розвитку персоналу включає в себе такі елементи: професійне навчання, ротацію, планування кар'єри персоналу організації, делегування повноважень, перепідготовку та підвищення кваліфікації кадрів» [3, с. 190].

Для досягнення високого рівня майстерності в своєму виді діяльності працівник повинен розширювати межі досліджуваного і ще більше поглиблювати свої спеціальні знання, які допоможуть удосконалити його



практичні навички. У цьому йому допомагає організація, що забезпечує постійне навчання. Для здійснення навчання персоналу досить навчити менеджерів необхідним навичкам і виділити час на їх засвоєння на практиці, щоб після вони змогли передати їх іншим. Дослідники виділяють кілька методів навчання робочого персоналу. Наприклад, методи активного навчання, в яких зроблено акцент на його практичну складову. До таких методів відносять «тренінги, групові обговорення, ділові та рольові ігри, поведінковий моделювання, розбір практичних ситуацій, баскет-метод [4, с. 441].

Також виділяють групу методів професійного навчання. Такі методи використовуються для ознайомлення персоналу з його посадовими обов'язками, з його робочим місцем і необхідним для роботи обладнанням. До таких методів відносять «навчання на робочому місці, виробничий інструктаж, наставництво, стажування, ротацію кадрів, використання працівників як асистентів, підготовку в проектних групах [4, с. 441].

Розвиток персоналу є ключовим процесом у менеджменті знань у загальній системі управління людськими ресурсами. В умовах високої конкуренції для забезпечення ефективності бізнес-процесів і якості продукції (послуг) компанії повинні мати висококваліфікований персонал, тому управління знаннями стало просто необхідним для підтримання конкурентоспроможності підприємств на ринку. Акцентується увага на двох аспектах управління знаннями: технологічний та організаційний.

Таким чином, розвиток персоналу являє собою комплекс заходів щодо навчання працівників тієї чи іншої компанії, підвищення їх кваліфікації та проведення їх професійної перепідготовки. Також розвиток персоналу відповідає за планування кар'єри співробітників і за формування кадрового резерву організації. Головною ланкою всієї управлінської діяльності в загальній системі управління є управління знаннями всього персоналу підприємства. Якісне управління інтелектуальним капіталом забезпечує підприємству його сталий розвиток.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Бутенко Д. С.

Література: 1. Антонюк В. П. Формування та використання людського капіталу в Україні: соціально-економічна оцінка та забезпечення розвитку : монографія. Донецьк, 2008. 348 с. 2. Брич В., Гугул О. Теоретичні аспекти розвитку персоналу. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2009. № 5. Т. 2. С. 13–16. 3. Ворначев А. О., Кравець Ю. І. Професійне навчання кваліфікованих робітників у країнах Європейського союзу. Київ : Пед. думка, 2012. 145 с. 4. Грішнова О., Небукін В. Розвиток персоналу як інвестиційний проект : методичні підходи до визначення ефективності. *Регіональні аспекти розвитку і розміщення продуктивних сил України*. 2004. Вип. 9. С. 15–19. 5. Управління розвитком персоналу : навч. посіб. / за заг. ред. М. Татаревської. Одеса : Атлант, 2013. 427 с. 6. Ткаченко О. М. Значення соціального пакета для українських підприємств у сучасних умовах. *Інвестиції: практика та досвід*. 2011. № 8. С. 31–34. 7. Шоляк О. Ю. Розвиток соціально-трудових відносин: економічний, правовий та обліковий підходи. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2010. № 30. С. 273–280. 8. Денисенко А. Наставництво на промисловому підприємстві. URL: <https://hrliga.com/index.php?module=profession&op=view&id=1601>.

