



Молодіжний економічний вісник ХНЕУ ім. С. Кузнеця № 4

Електронний журнал

квітень 2022



ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

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

№ 4

квітень 2022

Електронний журнал

Виходить раз на місяць

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

Затверджено на засіданні
вченої ради університету
Протокол № 3 від 16.03.2022 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 індустриальних проблем розвитку НАН України

Кизим М. О. – докт. екон. наук, професор Науково-дослідного центру індустриальних 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**

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, 2022



ЗМІСТ

Алієва Самая Вахід. Аналіз тенденцій розвитку сучасного стану лісогосподарського комплексу України.....	5
Амельянчик О. Д. Організація інноваційної діяльності підприємства	11
Ананченко В. В. Зарубіжний досвід розвитку охорони здоров'я у країнах світу та їх фінансування порівняно з Україною.....	15
Ануфрієв В. О. Теоретико-методичне підґрунтя аналізу фінансового стану підприємства	17
Балака Б. І. Управління продажами у сфері нерухомості	21
Болотська А. Б. Проблема молодіжного безробіття та шляхи її подолання	24
Васильєва В. В. Оптимізація транспортної логістики на підприємстві.....	27
Верховець А. Механізм управління фінансовими результатами підприємства	29
Вопілов Є. Р. Удосконалення системи логістичного сервісу на підприємстві в сучасних умовах.....	33
Воробйов В. В. Особливості антикризового управління підприємствами	36
Гаркавий Д. М. Підходи до оцінки вартості підприємства	40
Holubova V. Current issues regarding the development of international transportation in the conditions of martial law	45
Горобець В. О. Понятійний апарат конкурентних переваг підприємства на міжнародних ринках	47
Жувак Я. В. Діджиталізація митного оформлення імпортової продукції	51
Козіна К. Ю. Особливості управління закупівельною діяльністю підприємства	53
Кравченко Б. В. Особливості формування логістичної стратегії підприємства	56
Кушніренко В. В. Теоретичні основи оцінки фінансової стійкості банківських установ у сучасних умовах	59
Лавроненко О. В. Перспективи розвитку підприємств хімічної галузі в Україні.....	63
Молодецький Г. Г. Понятійний апарат і теоретичні засади управління інтелектуальним капіталом підприємства	66
Pikolyukin I. The role of logistics activities of a small enterprise.....	70
Піліней В. О. Розробка стратегії управління фінансовими результатами діяльності підприємства	72



Первій Д. П. Прогнозування фінансових результатів як елемент антикризового управління ІТ-компанії.....	76
Петько А. А. Формування фінансових ресурсів й оцінка їх використання	80
Петько А. А. Застосування методу аналізу ієрархій для оцінки ефективності використання фінансових ресурсів	85
Попова В. К. Мотивація працівників сільськогосподарських підприємств в умовах інноваційної діяльності.....	90
Rozhkov A. Transport logistics for the enterprise.....	93
Руденко А. Є. Методичний підхід до оцінювання фінансової стійкості місцевого бюджету	95
Семененко О. А. Напрями підвищення ефективності управління маркетинговим персоналом на підприємстві	100
Серебрянська А. О. Розвиток співробітництва України з країнами Південно-Східної Азії	103
Сиводід А. Обґрунтування політики добору персоналу на підприємстві.....	108
Снівак В. Б. Організація фінансової безпеки банку	110
Стародубцева В. В. Профілактика «професійного вигорання» соціальних працівників у державних установах системи соціального захисту.....	111
Стенуленко П. Д. Логістична діяльність у системі менеджменту підприємства.....	114
Федота С. С. Формування стратегії виходу компанії на зовнішні ринки	116
Щюцюпа В. В. Теоретичні аспекти стратегічного управління персоналом підприємства	120
Чернишова А. А. Дослідження факторів впливу на формування маркетингової стратегії підприємства.....	123
Чибіряк А. Я. Особливості франчайзингової діяльності в міжнародному бізнесі на прикладі успішних компаній	127
Штефан А. О. Дослідження теоретичних підходів фінансового стану підприємства	130
Юхман В. О. Інтегральна оцінка фінансової стійкості бюджету місцевого самоврядування із використанням таксономічного аналізу.....	134



АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО СТАНУ ЛІСОГОСПОДАРСЬКОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ

УДК 336:330.142

Алієва Самая Вахід

Магістрант 2 року навчання
факультету фінансів і обліку ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті досліджено тенденції сучасного стану лісогосподарського комплексу України на основі даних Державної служби статистики України за показниками динаміки кількості підприємств цього сектора економіки, обсягів і структури реалізованої продукції та фінансових результатів діяльності.

Ключові слова: лісогосподарський комплекс, реалізована продукція, фінансові результати, чистий прибуток, рентабельність.



Annotation. The article examines the trends of the current state of the forestry complex of Ukraine based on the data of the State Statistics Service of Ukraine on indicators of the dynamics of the number of enterprises in this sector of the economy, the volume and structure of the products sold, and the financial results of operations.

Keywords: forestry complex, sold products, financial results, net profit, profitability.



Лісове господарство є галуззю, що охоплює всі процеси, що пов'язані з відтворенням та використанням стратегічного ресурсу – лісу, однак при цьому він займає порівняно незначне місце у промисловому виробництві країни. Воно має суттєве значення для розвитку агропромислового комплексу, а також для продовольчої та енергетичної безпеки країни.

На ведення лісового господарства впливають такі чинники, як велика тривалість виробничого циклу; сезонність проведення значної кількості лісогосподарських робіт. Забезпечення фінансової стабільності підприємств лісової галузі сприяє їхній платоспроможності та надає можливості нормального функціонування, проведення лісогосподарських робіт, здійснення превентивних заходів [1; 2].

Дослідженням актуальних питань, пов'язаних з розвитком лісогосподарського комплексу України, займалися такі вчені: Гайда Ю. І., Дубас Р. Г., Кудряшова К. М., Кузик І. В., Жаворонок А. В., Ковальчук Н. О., Макаренко С. С. та інші.

Метою статті є аналіз сучасного стану лісогосподарського комплексу України та виявлення основних тенденцій її розвитку.

Станом на 1 січня 2022 року, згідно з даними Державної служби статистики України, загальна кількість підприємств цього сектора економіки становить 3211, при чому 72,4 % складають фізичні особи – підприємці [3]. Слід зазначити, що суб'єкти великого підприємництва у цьому секторі відсутні, а переважну більшість складають суб'єкти малого підприємництва – 2922, що складає 91 % загальної кількості підприємств галузі (рис. 1).

Лісове господарство в Україні згідно з «Класифікатором видів економічної діяльності» містить у собі 4 групи: лісівництво та іншу діяльність у лісовому господарстві (група 02.1), лісозаготівлі (02.2), збирання дикорослих недеревних продуктів (02.3) та надання допоміжних послуг у лісовому господарстві (02.4). Лісові підприємства надають також послуги у низці інших важливих галузей: мисливство, первинна перероблення деревини, харчова галузь та деякі інші. Підприємства лісової галузі виробляють близько 2,4 % загального обсягу промислової продукції і на них зайнято близько 4,5 % чисельності промислово-виробничого персоналу [4].

На рис. 2 зображено структуру реалізованої продукції за групами підприємств лісового господарства України у 2021 році.

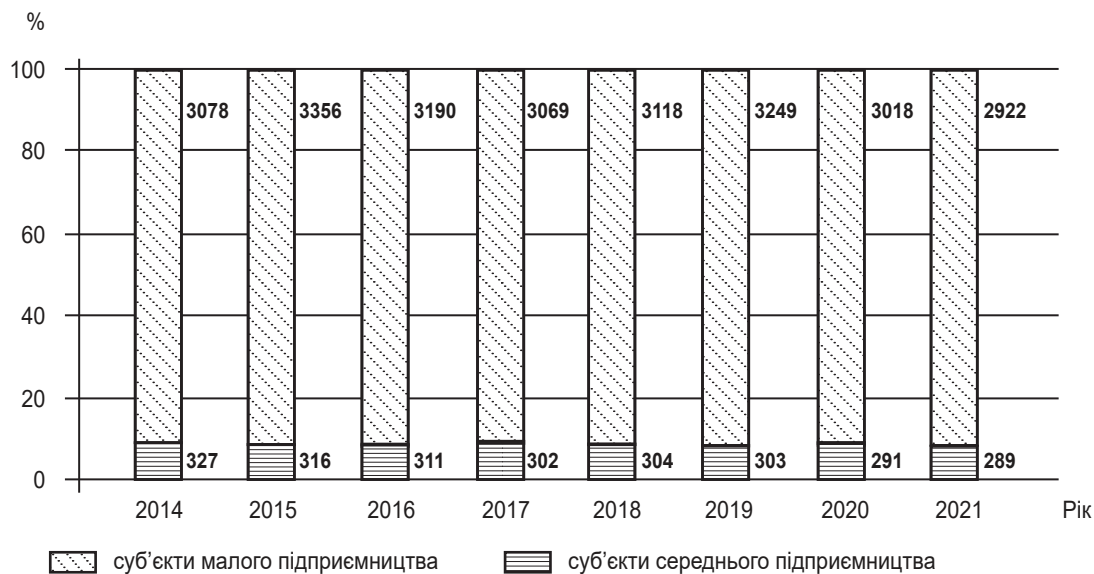


Рис. 1. Кількість підприємств лісового господарства України з їх розподілом на середні та малі

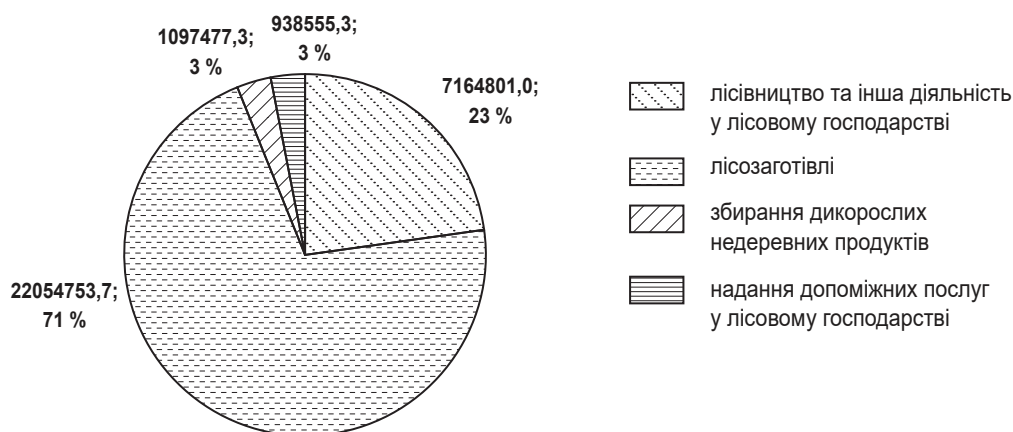


Рис. 2. Структура реалізованої продукції підприємств лісового господарства України за групами у 2021 р.

Лісозаготівлі займають найбільшу частку (71 %) у структурі реалізованої продукції підприємств лісового господарства України у 2021 р. На другому місці – лісівництво та інша діяльність у лісовому господарстві (23 %). Найменші частки належать збиранню дикорослих недеревних продуктів та наданню допоміжних послуг у лісовому господарстві (по 3 %). Обсяги реалізованої продукції підприємств лісового господарства України наведено у табл. 1 [39].

Виходячи з даних табл. 1 бачимо, що обсяги реалізованої продукції підприємств лісового господарства України збільшувались до 2018 р. і склали 22591585,8 тис. грн, починаючи з 2019 р. простежується їхнє зменшення і на кінець 2020 р. складає 20589418,3 тис. грн. Зниження обсягів реалізації продукції у 2020 році порівняно з 2019 роком відбулися через відсутність поставок на експорт, спаду попиту на лісопродукцію на внутрішньому ринку, що призвело до зменшення цін та зменшення заготівлі деревини майже 370,3 тис. куб. м. На ведення лісового господарства державними підприємствами було спрямовано 6308,5 млн грн, що на 311,5 млн грн менше минулого року [3].

Позитивним є суттєве збільшення обсягів реалізованої продукції у 2021 р. (на 51 %) до 10666169,0 тис. грн. У структурі лісового господарства аналогічні тенденції простежуються у лісозаготівлі. По групі «збирання дикорослих недеревних продуктів» збільшення обсягів реалізованої продукції починається з 2019 р. У лісівництві та іншій діяльності у лісовому господарстві та наданні допоміжних послуг у лісовому господарстві збільшення обсягів реалізованої продукції починається з 2020 р. [3].



Таблиця 1

Обсяги реалізованої продукції (товарів, послуг) підприємств лісового господарства України за 2017–2021 рр.

Показник	Лісове господарство та лісозаготівлі	у тому числі			
		лісівництво та інша діяльність у лісовому господарстві	лісозаготівлі	збирання дикорослих недревних продуктів	надання допоміжних послуг у лісовому господарстві
2017 р.	18717856,7	3867396,5	13401166,1	464136,8	985157,3
2018 р.	22591585,8	4450497,8	16674822,2	405055,5	1061210,3
Абсолютне відхилення, тис. грн	3873729,1	583101,3	3273656,1	-59081,3	76053,0
Темп зростання, %	20,7	15,1	24,4	-12,7	7,7
2019 р.	20730816,1	4163505,4	15345962,1	555784,3	665564,3
Абсолютне відхилення, тис. грн	-1860769,7	-286992,4	-1328860,1	150728,8	-395646,0
Темп зростання, %	-8,2	-6,4	-8,0	37,2	-37,3
2020 р.	20589418,3	4408292,5	14679256,5	796552,9	705316,4
Абсолютне відхилення, тис. грн	-141397,8	244787,1	-666705,6	240768,6	39752,1
Темп зростання, %	-0,7	5,9	-4,3	43,3	6,0
2021 р.	31255587,3	7164801,0	22054753,7	1097477,3	938555,3
Абсолютне відхилення, тис. грн	10666169,0	2756508,5	7375497,2	300924,4	233238,9
Темп зростання, %	51,80	62,53	50,24	37,78	33,07

Починаючи з 2016 р. простежується тенденція до погіршення показників фінансової результативності галузі. За даними Державної служби статистики України, чистий прибуток підприємств галузі у 2021 р. склав 1203999,6 тис. грн. Такі зміни є негативними для досліджуваної галузі (табл. 2).

Таблиця 2

Фінансові результати підприємств галузі

Показник	Чистий прибуток (тис. грн)	Підприємства, які одержали прибуток		Підприємства, які одержали збиток	
		у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат (тис. грн)	у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат (тис. грн)
2014 р.	245542,7	84,2	273342,7	15,8	27800
2015 р.	889719,1	88,7	908358,8	11,3	18640
Абсолютний приріст	644176,4	4,5	635016,1	-4,5	-9160
2016 р.	720293,6	85,7	753676,3	14,3	33383
Абсолютний приріст	-169425,5	-3	-154682,5	3	14743
2017 р.	645108,7	88	668675,2	12	23567
Абсолютний приріст	-59426,7	-0,7	-58630,3	0,7	796,4
2018 р.	585682	87,3	610044,9	12,7	24363
Абсолютний приріст	-291083,8	-2,5	-263439,5	2,5	27644
2019 р.	294598,2	84,8	346605,4	15,2	52007
Абсолютний приріст	-291083,8	-2,5	-263439,5	2,5	27644
2020 р.	163036,4	82,6	259599,1	17,4	96563
Абсолютний приріст	1040963,2	5,5	991694,2	-5,5	-49269
2021 р.	1203999,6	88,1	1251293,3	11,9	47294
Абсолютний приріст	1040963,2	5,5	991694,2	-5,5	-49269



У структурі лісового господарства України найбільш прибутковою галуззю протягом 2017–2021 рр. були лісозаготівлі, а найменш прибутковими – збирання дикорослих недеревних продуктів і надання допоміжних послуг у лісовому господарстві.

У структурі лісового господарства України найбільш прибутковою галуззю протягом 2017–2021 рр. були лісозаготівлі, а найменш прибутковими – збирання дикорослих недеревних продуктів і надання допоміжних послуг у лісовому господарстві (рис. 3).

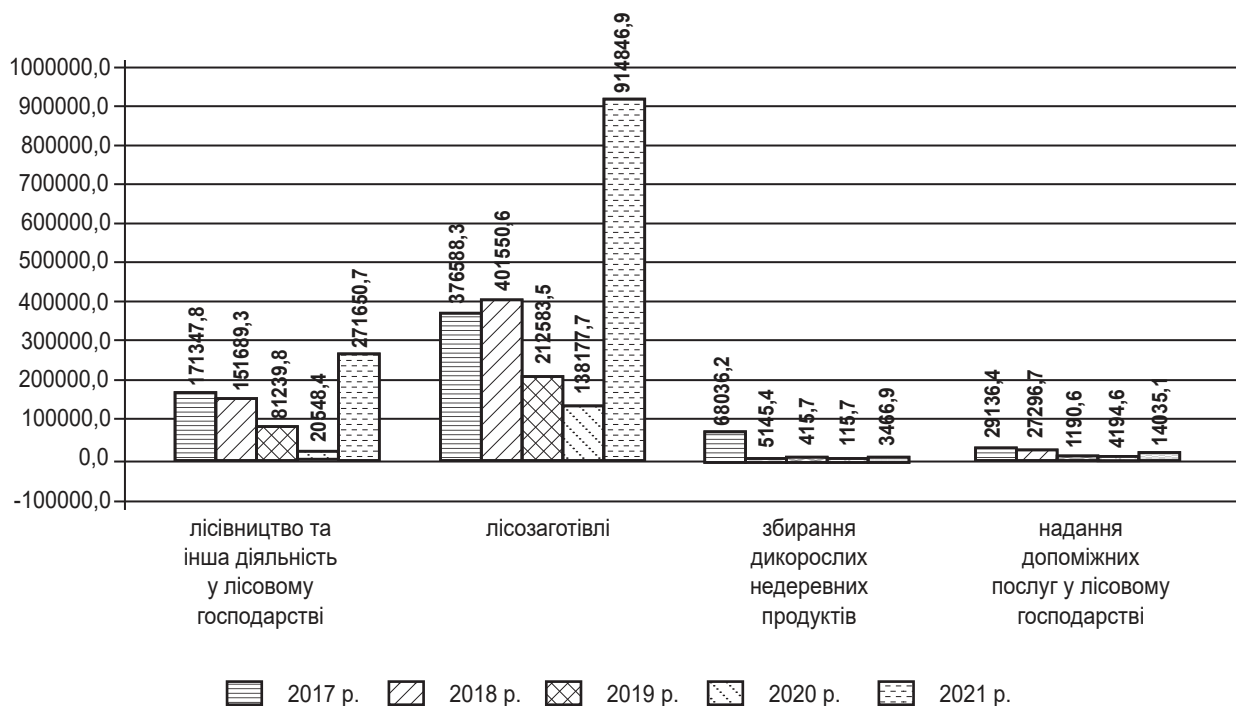


Рис. 3. Динаміка чистого прибутку підгалузей лісового господарства 2017–2021 рр.

Відповідною була динаміка рентабельності операційної діяльності лісового господарства України (рис. 4) [3].

Проаналізуємо фінансовий стан Державного підприємства «Баранівське лісомисливське господарство», яке було створено у 1936 році. Воно розміщено на території чотирьох адміністративних районів: Баранівського, Червоноармійського, Романівського та Новоград-Волинського. Загальна площа лісгоспу становить понад 44 тис. га, у тому числі покрита лісом площа – понад 38,5 тис. га. Підприємство створено з метою проведення заходів із відновлення лісів, підвищення їхньої продуктивності, збереження та посилення захисних властивостей лісів та охорони лісів.

Підприємство, окрім лісгосподарської діяльності, володіє потужним промисловим сектором, що в основному пов'язаний з поглибленою переробкою деревини. Наявність деревообробного обладнання та сушильного господарства дозволяє підприємству випускати конкурентоспроможну продукцію та забезпечувати зростання ефективності та рентабельності деревопереробки. Товаром і послугами лісомисливського господарства є: лісництво та лісозаготівлі; лісоматеріали; пиломатеріали; заготовки для європіддонів; дрова. Підприємство безпосередньо виробляє пиломатеріали, оброблені під з'єднання в шип, стругані чи нестругані, шліфовані чи нешліфовані та бруски, не зібрані дубові планки та фризи для паркетного покриття підлог.

Першим етапом проведення фінансового аналізу підприємства є оцінка його майнового стану. Проаналізуємо актив балансу ДП «Баранівське лісомисливське господарство» [5].

Аналізуючи динаміку активів ДП «Баранівське лісомисливське господарство», бачимо, що вартість майна підприємства збільшувалась впродовж 2019–2021 рр. Так, у 2020 р. порівняно з 2019 р. збільшення складає 156 тис. грн, а темп приросту склав 0,4 %. У 2021 р. порівняно з 2020 р. майно підприємства продовжує збільшуватись. Темп приросту склав 26,32 %, що у вартісних одиницях складає 10380 тис. грн. З цього робимо висновок,

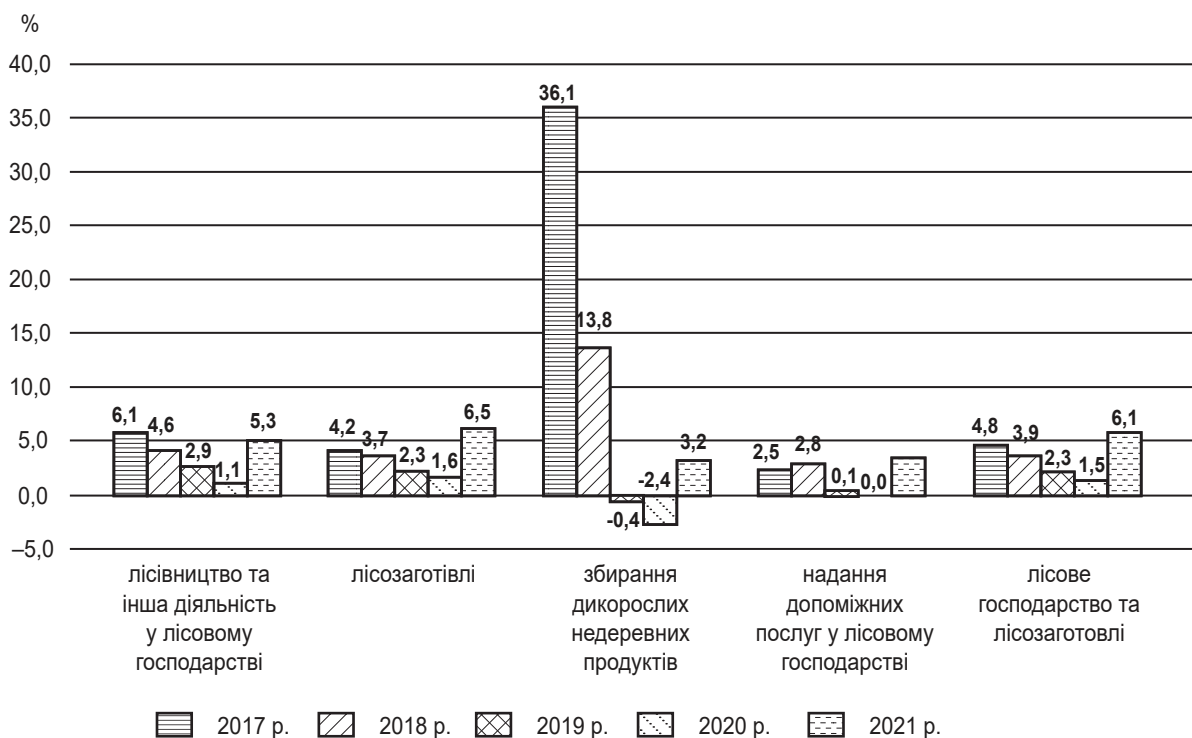


Рис. 4. Рентабельність операційної діяльності лісового господарства України у 2017–2021 рр.

що підприємство продовжує розширювати свою діяльність, зміцнює економічний потенціал, і це є позитивною характеристикою.

Стосовно структури активів ДП «Баранівське лісомисливське господарство» зазначимо, що впродовж 2019–2021 рр. необоротним активам належить більша питома вага в загальній кількості активів (2019 р. – 63,72 %, 2020 р. – 59,76 %, 2021 р. – 73,16 %). Підприємство має «важку» структуру активів, що свідчить про низьку мобільність його майна. Збільшення необоротних активів підприємства відбулося через зростання основних засобів, які займають переважну питому вагу в структурі необоротних активів підприємства (2019 р. – 61,98 %, 2020 р. – 57,62 %, 2021 р. – 71,4 % загальної кількості активів).

У структурі оборотних активів ДП «Баранівське лісомисливське господарство» найбільша питома вага належить запасам. Вони є невід’ємним елементом функціонування підприємства. Вартість запасів у 2020 р. зменшилась на 713 тис. грн, а у 2021 р. – збільшилась на 538 тис. грн. Рівень дебіторської заборгованості має аналогічну тенденцію зміни. Так, у 2020 р. порівняно з 2019 р. бачимо зменшення на 14,2 %, або на 394 тис. грн, а у 2021 р. – збільшення на 25 %, або 596 тис. грн. Розмір грошових коштів підприємства збільшується на 2651 тис. грн у 2020 р. і знижується на 3844 тис. грн у 2021 р. Ця стаття має низьку питому вагу в загальній сумі активів підприємства, тому суттєво не впливає на динаміку його оборотного капіталу.

Аналіз ліквідності виявив, що ДП «Баранівське лісомисливське господарство» у 2019 р. та 2020 р. було абсолютно ліквідним, а у 2021 р. абсолютна ліквідність порушена через невідповідність другої та четвертої нерівностей. Перевищення короткострокових пасивів над активами, що швидко реалізуються, свідчить про зниження поточної ліквідності в недалекому майбутньому. Отже, існує вірогідність, що при погашенні короткострокової дебіторської заборгованості підприємство не зможе погасити короткострокові зобов’язання. Перевищення активів, що важко реалізуються над постійними пасивами, говорить про недостатню ліквідність у перспективі.

Також доцільно проаналізувати ліквідність підприємства з застосуванням коефіцієнтного методу (табл. 3).

Впродовж 2019–2021 рр. коефіцієнт загальної ліквідності не досягав нормативного значення, що свідчить про високий фінансовий ризик. У 2019 р. його значення було на рівні 1,08, а у 2021 р. – знизився до 0,59. Така ситуація може свідчити про наявні труднощі зі збутом продукції або з неефективною організацією матеріально-технічного постачання.



Таблиця 3

Показники ліквідності та платоспроможності підприємства

Показник	2019 р.	2020 р.	2021 р.	Зміни	
				2020 р./2019 р.	2021 р./2020 р.
Коефіцієнт загальної ліквідності	1,08	1,20	0,59	0,11	-0,60
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,40	0,57	0,20	0,17	-0,37
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,18	0,38	0,05	0,20	-0,33
Чистий оборотний капітал, тис. грн	1093,00	2596,00	-9230,0	1503,0	-11826,0

Рівень коефіцієнта швидкої ліквідності на ДП «Баранівське лісомисливське господарство» також не перевищує нормативне значення. У 2020 р. бачимо збільшення коефіцієнта з 0,4 на 0,17 в.п., а у 2021 р. – зменшення на 0,37 в.п. до рівня 0,2. Це підтверджує висновок про наявність високого фінансового ризику і несприятливих можливостей для залучення додаткових фінансових ресурсів.

Рівень коефіцієнта абсолютної ліквідності у 2019 р. нижче нормативного, а у 2020 р. – перевищує нормативне значення, а у 2021 р. – різко зменшується.

Отже, підприємство на кінець досліджуваного періоду не в змозі погасити свої поточні зобов'язання грошовими коштами. У 2019 р. чистий оборотний капітал підприємства складав 1093 тис грн, отже, мав позитивне значення. У 2020 р. його розмір збільшився до 2596 тис. грн. Це свідчить про можливість забезпечити безперервність процесу виробництва та реалізації продукції. У 2021 р. розмір чистого оборотного капіталу зменшився до від'ємного значення і склав -9230 тис. грн.

Це свідчить про втрату можливості підприємством вчасно та повністю погашати свої поточні зобов'язання. Таким чином, в результаті проведеного аналізу ліквідності ДП «Баранівське лісомисливське господарство» можемо говорити про неспроможність підприємства вчасно погашати поточні зобов'язання за рахунок наявних коштів.

Чистий дохід ДП «Баранівське лісомисливське господарство» у 2020 р. порівняно з 2019 р. зменшився на 1257 тис. грн, темп приросту при цьому склав -1,04 %, у 2021 р. розмір чистого доходу збільшився на 70199 тис. грн, при цьому темп приросту склав 58,55 %.

Зміни, що відбулися у 2021 р., свідчать про збільшення обсягу реалізації продукції та послуг. Динаміка валового прибутку була аналогічною динаміці чистого доходу підприємства. У 2020 р бачимо зменшення валового прибутку на 11,31%, а у 2021 р – збільшення на 116,07%.

Динаміка рівня прибутку (збитку) від операційної діяльності, фінансовий результат до оподаткування та чистий прибуток підприємства впродовж досліджуваного періоду мали аналогічні тенденції змін. Так, у 2020 р. рівень прибутку від операційної діяльності підприємства зменшився на 73 тис. грн, а у 2021 р – збільшився на 3485 тис. грн; фінансовий результат від звичайної діяльності зменшився у 2020 р. порівняно з 2019 р. на 278 тис. грн, а у 2021 р – збільшився на 3486 тис. грн; чистий прибуток підприємства у 2020 р. зменшився на 277 тис. грн, а у 2021 р. – збільшився на 2728 тис. грн і склав 82353 тис. грн, а у 2020 р. простежується ліквідація збитків, підприємство перетинає від'ємну межу і отримує прибуток у розмірі 20370 тис. грн. ДП «Баранівське лісомисливське господарство» було рентабельним впродовж 2019–2021 рр., що свідчить про прибуткову діяльність досліджуваного підприємства.

Отже, сучасний стан лісового господарства не може характеризуватись як задовільний. Стабільне покращення стану лісового господарства потребує інтенсивного залучення в галузь інвестицій, державної підтримки, а також формування конкурентного ринку деревини..

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Сабліна Н. В.

Література: 1. Гайда Ю. І., Кузик І. В. Лісопромисловий комплекс України: сучасний стан та доміанти розвитку. *Ефективна економіка*. 2021. № 3. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/3_2021/7.pdf. 2. Жаворонко А. В., Ковальчук Н. О. Особливості фінансового забезпечення вітчизняних підприємств лісового господарства. *Інфраструктура ринку*. 2020. № 43. С. 154–159. DOI: 10.32843/infrastruct43-28. 3. Державна служба статистики Украї-



ни. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>. 4. Міністерство фінансів України. URL: <https://www.mof.gov.ua/uk>. 5. Офіційний сайт ДП «Баранівське лісомисливське господарство». URL: <http://dlmg.baranivka.info/index.php/informatsiia/plany-ta-zvity>.

Стаття надійшла до редакції 20.02.2023 р.



ОРГАНІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 330.341.1:658

Амельянчик О. Д.

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

Анотація. У цій статті було менеджменту і маркетингу розглянуто питання організації інноваційної діяльності підприємства, традиційний підхід до інновацій, суть концепції відкритих інновацій. Також розглянуто теоретичні засади забезпечення інноваційного розвитку підприємства та проведено аналіз зовнішніх факторів забезпечення інноваційного розвитку.

Ключові слова: інновація, інноваційний розвиток, інноваційна діяльність.



Annotation. In this article, the issue of the organization of innovative activity of the enterprise, the traditional approach to innovation, the essence of the concept of open innovation was considered. The theoretical principles of ensuring innovative development of the enterprise were also considered and an analysis of external factors of ensuring innovative development was carried out.

Keywords: innovation, innovative development, innovative activity.



У сучасному світі головним засобом збереження конкурентоспроможності підприємств є інновації. Вирішальний вплив на максимальний можливий прогрес виробництва здійснюється завдяки інноваційної діяльності, своєю чергою, вона супроводжується інноваційним процесом. У світовій економічній літературі немає однозначного визначення понять «інноваційна діяльність» та «інноваційний процес», це пов'язано з постійним перебуванням у стадії розвитку. Потреба у подальшому обґрунтуванні основ організації інноваційної діяльності та інноваційного процесу у підприємстві набувають особливої актуальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання цієї проблеми і на які спираються автори. Теоретичні та прикладні засади, проблематика й основні питання інноваційної діяльності стали предметом наукових досліджень низки учених, серед них: Антонюк Л. Л., Ілляшенко С. М., Канаєва М. О., Микитюк П. П., Соколова Л. В. та ін.

Метою статті є аналіз подальшого розвитку та обґрунтування питань інноваційної діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Традиційний підхід до інновацій, який припускає переважно використання власних розробок підприємства, у сучасному світі стає все менш ефективним. Для того щоб підвищити ефективність інноваційної діяльності вітчизняних підприємств, вирішального значення на-



буває використання нових підходів і методів управління інноваціями. В результаті аналізу та узагальнення передового досвіду управління великими міжнародними компаніями сформувався один з найбільш актуальних підходів – це концепція відкритих інновацій. Її суть полягає у розвитку внутрішніх процесів управління в напрямку посилення співпраці підприємства із зовнішнім середовищем, що виражається в дифузії технологій, а також об'єднанням зусиль компаній, що знаходяться на стадії розвитку, національних лабораторій, університетів або досліджень споживачів, галузевих консорціумів і ринків із постачальниками.

Саме через це важливою науковою задачею є обґрунтування підходу, який забезпечує ефективний інноваційний розвиток українських підприємств відповідно до сучасних тенденцій світового ринку інновацій. Цей підхід дозволяє підприємству ефективно здійснювати відкриті інновації на постійній основі. Термін «інноваційний розвиток» дуже широко використовується в різних сферах менеджменту і економіки, тому для уточнення поняття необхідно розглянути погляди різних авторів на сутність цього явища (табл. 1) [1, с. 423].

Таблиця 1

Економічний зміст поняття «інновація»

Характеристика	Ознака
Інновація є результатом процесу цілеспрямованого якісного зміни об'єкта суб'єктом, що володіє елементами новизни	Націлені на конкретний результат
Об'єктом інноваційного зміни, що вивчається економічною теорією, є сукупність факторів виробництва і економічних відносин, що виникають з приводу їх використання між учасниками процесу виробництва	Вплив на економічні відносини
Активним діяльним суб'єктом інноваційного процесу є людина, яка здійснює інноваційну діяльність	Керованість
Інновації несуть в собі корисні функції, які полягають в тому, що вони роблять економічно можливим адаптацію товарів до індивідуальних потреб конкретних груп споживачів, тобто споживчих панелей	Корисність
Інновація має ефективністю комплексного характеру	Комплексність

Інноваційний розвиток пов'язаний із показниками економічної ефективності діяльності підприємства, таким чином, можна стверджувати, що в основу розвитку покладено економічний звіт.

Термін «відкриті інновації» з'явився у науковому середовищі завдяки Генрі Чесбро, який в книзі «Відкриті інновації. Новий шлях створення і використання технологій» стверджує, що «відкриті інновації» – це парадигма, яка пропагує нові механізми трансферу технологій, внутрішні і зовнішні способи виходу на ринок. Відкриті інновації – це один із проявів технологій колективного розуму [2].

Теорія відкритих інновацій відображає процес досліджень і розробок як відкриту систему, також завдяки співпраці з іншими підприємствами та завдяки власним внутрішнім, розробкам підприємство може залучати нові ідеї та виходити на ринок з новим продуктом.

Відкриті інновації базуються на таких принципах:

- необхідно використовувати як зовнішні, так і внутрішні ідеї та розробки;
- принести прибуток підприємству можуть багато ідей, які можна знайти на ринку;
- з внутрішніх, закритих знань, потрібно переходити до використання зовнішніх ідей;
- необхідно створити нову бізнес-модель, якої ще немає на ринку, щоб мати першість на ньому, але не завжди потрібно бути першовідкривачем, щоб отримати прибуток з ринку.

Також Дж. Весті і С. Галлагер виділяють три основні завдання відкритих інноваційних систем: інтеграція, інновація та ефективне використання інновацій. Авторами було визначено основні стратегії відкритих інновацій, їх усього чотири:

- 1) прийняття рішень у галузі інноваційної діяльності повинно прийматися значно скоріше, через скорочення рівня бюрократії;
- 2) окремі підприємства мають розробляти окремі компоненти інноваційного продукту;
- 3) організація процесу досліджень і розробок шляхом об'єднання їх у загальний фон;



4) продавати вільно ті розробки, які можна буде використовувати для розробки якогось інноваційного продукту [3].

Аналізуючи теорії та практики відкритих інновацій, можна зазначити їх еволюційне управління інноваціями, також варто виокремити значні показники, які показують високий рівень адаптації підприємства до відкритих інновацій. Якісні показники інноваційної відкритості підприємства зображено у табл. 2 [4].

Таблиця 2

Якісні показники інноваційної відкритості підприємства

Функціональна область	Якісні показники інноваційної відкритості
Управління персоналом	Ведення спільних проєктів, досліджень і розробок з зовнішніми організаціями та фахівцями; розробка окремих компонентів інноваційного продукту окремими підприємствами; співпраця з кращими кадрами в галузі; активна взаємодія з університетами та науково-дослідними центрами; лояльне ставлення до участі штатних співробітників у сторонніх проєктах
Управління НДДКР	Використання розробок, які є за межами підприємства; використання електронних баз даних для пошуку та відбору зовнішніх НДДКР; використання підприємством як внутрішніх, так і зовнішніх НДДКР; вивчення і використання національного і світового досвіду управління інноваціями у відповідній й інших галузях
Управління інтелектуальною власністю	Реалізація підприємством будь-яких отриманих інноваційних розробок при будь-яких умовах; прямий і зворотній трансфер технологій на основі ліцензійних угод; управління інтелектуальною власністю як повноцінним активом

Проаналізувавши визначення поняття «інновації» та «інноваційний розвиток», можна побачити, що існують загальні характеристики усіх інновацій, які відображають суть економіки інноваційного процесу. Тобто радикальні зміни, які впливають на кінцевий результат діяльності, і є інновацією.

Кожна інновація повинна проходити стадії розвитку від зародження до занепаду, інноваційний розвиток підприємства передбачає готовність і спроможність до розробки та впровадження нововведень, тобто підтримки життєвого циклу інновацій [5, с. 17].

Концепція життєвого циклу інновації відіграє ключову роль при організації інноваційного процесу та при плануванні виробництва інновацій [5, с. 21]. Ця роль полягає у такому:

- змушує керівника господарюючого суб'єкта аналізувати господарську діяльність як з позиції теперішнього часу, так і з точки зору перспектив її розвитку;
- визначає необхідність систематичної роботи з планування впровадження інновацій, а також з придбання інновацій;
- є основою аналізу і планування інновації. При аналізі інновації можна встановити, на якій стадії життєвого циклу знаходиться ця інновація, яка її найближча перспектива, коли почнеться різкий спад і коли вона закінчить своє існування.

Життєвий цикл інновацій – це процес створення і використання нововведення. В життєвому циклі інновації можна виділити такі стадії: дослідження, виробництва та споживання. Етапи життєвого циклу інновацій зображено на табл. 3 [5].

Таблиця 3

Етапи життєвого циклу інновацій

Стадія	Етапи
Дослідження	Фундаментальні дослідження і розробка теоретичного підходу до вирішення; прикладні дослідження і експериментальні; експериментальні розробки, визначення технічних параметрів
Виробництво	Первинне освоєння і підготовка виробництва; запуск і управління освоєним виробництвом
Споживання	Постачання товару на ринку і його споживання; післяпродажне обслуговування; старіння і ліквідація застарілого виробництва



Види і кількість стадій життєвого циклу визначаються особливостями тієї чи іншої інновації. Однак у кожній інновації можна визначити «стрижневу», тобто базову основу життєвого циклу з чітко виділеними стадіями [5].

Проаналізувавши праці науковців, можна зазначити, що існує багато трактувань понять «інновації» та «інноваційний розвиток». Вони всі відображають різні бачення цього процесу, проте в їх основі лежить розуміння інновацій як явища.

Висновки. Отже інноваційний розвиток дуже тісно пов'язаний з економічними показниками підприємства. Незважаючи на проаналізовані праці та проведені дослідження, визначити однозначно, що таке «інноваційний розвиток», не вийде, бо всі вони зводяться до економічної сутності цього процесу. Саме інноваційна діяльність допомагає підприємству підвищувати якість і знижувати собівартість продукції, і забезпечувати його конкурентоспроможність на ринку. Найбільш вдалою комбінацією методик можна вважати метод Бурмака, який включає в себе комплексний аналіз інноваційного потенціалу підприємства за багатьма показниками та аналіз конкурентоспроможності продукції підприємства, та оцінку за показниками інноваційної активності та розвитку підприємства, які фактично демонструють стратегію підприємства на ринку.

Обґрунтування методичного підходу до організації інноваційної діяльності у підприємстві, засновано на концепції відкритих інновацій, дозволяє провести аналіз поточного рівня інноваційного розвитку підприємства відповідно до концепції відкритих інновацій та оцінити готовність інноваційно-орієнтованих підприємств до ведення діяльності на принципах відкритих інновацій.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Мартиненко М. В.

Література: 1. Микитюк П. П. Інноваційний розвиток підприємства : навч. посіб. Тернопіль : ПП «Принтер Інформ», 2015. 224 с. 2. Антонюк Л. Л. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації. Київ : КНЕУ, 2013. 394 с. 3. Ілляшенко С. М. Маркетинг і менеджмент інноваційного розвитку : монографія. Суми : Університет. кн., 2016. 728 с. 4. Канаєва М. О. Використання системного підходу при організації інноваційного процесу. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2016. № 1 (56). С. 55–60. 5. Соколова Л. В. Організаційно-економічне забезпечення адаптації підприємств до невизначеності бізнес-середовища : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.06.01. Донецьк, 2006. 34 с.

Стаття надійшла до редакції 14.03.2023 р.





ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я У КРАЇНАХ СВІТУ ТА ЇХ ФІНАНСУВАННЯ ПОРІВНЯНО З УКРАЇНОЮ

УДК 614.2(4)

Ананченко В. В.

Студент 4 курсу
факультету міжнародних відносин і журналістики ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті описано рейтинг доступності й ефективності системи охорони здоров'я європейських країн, складений американською групою захисту інтересів охорони здоров'я.

Ключові слова: охорона здоров'я, витрати, ефективність, якість.



Annotation. The article describes the rating of accessibility and efficiency of the health care system in European countries, the composition of the American group for the protection of health care interests.

Keywords: health protection, vitality, efficiency, efficiency.



Тема якості системи охорони здоров'я, медицини, медичних реформ і нововведень є актуальною на цей час. Так, саме з моменту початку пандемії Ковід-19, яка розпочалася у грудні 2019 року у Китаї й почала своє знищуюче розповсюдження на інші країни, з'явилися ускладнення щодо якості надання медичних послуг, що, своєю чергою, негативно впливає на економіку та добробут населення.

У 2017 році, коли останній раз складався такий рейтинг, його очолювала Національна служба охорони здоров'я Великої Британії (NHS), але за п'ять років опустилася на четверте місце. Система охорони здоров'я США займає останнє місце, як і в 2004 році, коли вперше були опубліковані рейтинги для 11 країн.

Метою дослідження є: порівняння доступності та ефективності систем охорони здоров'я різних країн.

Австралія та Європейські країни увійшли у новий рейтинг міжнародних систем охорони здоров'я, який опублікований впливовим аналітичним центром США. Відкриває список Норвегія, а за нею слідують Нідерланди та Австралія.

Рейтинг «Mirror, Mirror: Reflecting Poorly» (оцінює ефективність систем охорони здоров'я Австралії, Канади, Франції, Німеччини, Нідерландів, Нової Зеландії, Норвегії, Швеції, Швейцарії, Великої Британії та США.

Створений американською групою захисту інтересів охорони здоров'я рейтинг оцінював 11 багатих країн у п'яти категоріях:

- адміністративна ефективність;
- справедливість;
- доступ до охорони здоров'я;
- процес лікування;
- результати.

Кожна категорія містить декілька елементів медичних послуг. Наприклад, оцінка доступу до медичної допомоги охоплює як доступність медичної допомоги, так і час, витрачений на отримання цієї допомоги.

Загалом найбільш ефективними країнами виявилися ті, які скоротили витрати на медичне обслуговування для пацієнтів, особливо заощаджуючи на обмеженнях на особисті витрати (тобто невідновлювані витрати пацієнта) у Норвегії та Швейцарії, а також рішення Німеччини від 2013 року скасувати плату за прийом у лікаря.

Підвищення доступності охорони здоров'я – за рахунок його безкоштовності, як у Британії, або спрощення та обмеження вартості медичного страхування, як у Швейцарії – йде пліч-о-пліч з вищими показниками адміністративної ефективності.



Норвегія і Нідерланди, що займають перші місця в рейтингу, вирізняються від інших країн через швидкість доступу до медичного обслуговування.

Також треба взяти до уваги такі ініціативи, як закон Норвегії про права пацієнтів, який встановлює право на отримання медичної допомоги у певні терміни, та вимогу Нідерландів про те, що лікарі загальної практики повинні надавати не менше 50 годин позаурочної роботи щороку для збереження своїх медичних ліцензій як приклад ефективної політики охорони здоров'я у дії.

Хоча охорона здоров'я у Британії була найдоступнішою – NHS надавала універсальну допомогу, яка переважно безкоштовна для пацієнтів, – внаслідок тривалого очікування лікування рейтинг країни знизився.

Також виявлено, що розрив у доступі до медичної допомоги між багатим і бідним населенням у Великій Британії збільшився. Цей факт призвів до того, що Велика Британія опустилася з першого місця на четверте, незважаючи на хороші результати в інших категоріях.

Системи охорони здоров'я в США, Великій Британії та Швеції отримали високі оцінки за процес надання медичної допомоги та профілактичні заходи, такі як мамографія та сезонні щеплення від грипу.

Проте США займає останнє місце в усіх інших категоріях. Загальні результати системи охорони здоров'я США настільки відставали від десяти інших країн, що виникла необхідність змінити підрахунок середнього національного показника.

Система охорони здоров'я США несправедливо кидає негативне світло на інших, не показуючи результати. При порівнянні країн треба зосередитися саме на поганих показниках здоров'я в системі страхування США.

Хоча США витрачають найбільше коштів на охорону здоров'я щодо ВВП, вони мають найвищі показники материнської смертності та смертності, якій можна запобігти, серед 11 досліджуваних країн. Якщо порівнювати з іншими країнами, американці також хворіють все більше і більше, а тривалість життя скорочується.

Щодо фінансування, середній показник витрат на забезпечення охорони здоров'я у світі складає 1300,11 дол. США на особу станом на 2015 рік, але ж в Україні – 469,43 дол. США, що є менше майже у 3 рази.

Отже, можна зробити висновки, що наша держава належить до країн з низьким фінансуванням медичної сфери і перебуває на рівні з такими країнами як: Молдова, Єгипет, Ірак, Монголія, Марокко, Гватемала та Болівія.

Водночас у групі цих країн (які характеризуються приблизно однаковим обсягом витрат на особу у медичній сфері) наша держава має найнижчий показник нерівності середньої тривалості життя населення (7,5 %), що свідчить про відносну рівномірність розподілу наданих медичних послуг між громадянами.

Порівнюючи фінансування США і України за відносним показником «ціна-якість», можна стверджувати, що Україна має не поганий розвиток для маленького фінансування.

Фінансовою проблемою системи охорони здоров'я в Україні, окрім малого фінансування, ще є висока частка залучення приватних коштів пацієнтів.

Високий рівень залученості коштів пацієнтів виник через неправильний розподіл державних витрат на медичну систему в країні.

Таким чином, більша частина витрат закладів охорони здоров'я складається з витрат на заробітну плату працівникам (71–74 %), що призводить до нестачі коштів для надання медичних послуг, закупівлі медикаментів та матеріалів, оновлення технологічних фондів, а отже, або її відсутністю надання, або оплатою пацієнтом.

На це вказує той факт, що щорічні витрати на лікарські препарати у закладах охорони здоров'я складають 5–6 % від загальної суми витрат.

Загалом у статті показується, що країни з найкращими показниками мають універсальне охоплення медичними послугами та усунули цінові бар'єри для отримання медичної допомоги.

Вони також інвестували в первинну медичну допомогу на муніципальному рівні, наприклад, сімейних лікарів, щоб зменшити адміністративний тягар складних схем фінансування для пацієнтів і медичних працівників.

Нарешті, найуспішніші країни інвестували в соціальні послуги, такі як догляд за дітьми, транспорт, громадська безпека, покращення житла та виплати працівникам, що призвело до «більш здорового населення та меншої кількості страхових випадків, яких можна було б уникнути».



Таким чином, порівнюючи Україну з країнами у рейтингу, то наша країна вже прийняла у свою систему деякі правила. Наприклад, скасувати плату за прийом у лікаря.

Також щодо швидкості доступу до медичного обслуговування, як у Норвегії і Нідерландах, що займають перші місця в рейтингу. В Україні запровадили онлайн-запис до лікарів задля підвищення швидкості, порядку у графіку роботи, але все одно для прискорення обслуговування не завадило б збільшити кількість працівників (лікарів).

Для України доцільним є використання досвіду розвитку охорони здоров'я таких зарубіжних країн, як Швейцарія (медичне страхування з обмеженою вартістю), як Норвегія і її закон про права пацієнтів, який встановлює право на отримання медичної допомоги у певні терміни.

Найсумнішим є досвід США, для поліпшення якого доцільним було б перерахування витрачених коштів на охорону здоров'я та виявлення причин високої смертності населення.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Мішин О. Ю.

Література: 1. Організація охорони здоров'я в різних країнах світу. Навчальні матеріали онлайн. Київ, 2010. С. 15–17. 2. Башняк О. С. Фінансове право : навч. посіб. Тернопіль, 2007. 310 с. 3. Філіпова Н. Досвід європейських країн у фінансуванні охорони здоров'я. Чернігів, 2012. С. 316–319. 4. Жеребило І. Фінансово-Економічні аспекти функціонування та розвитку галузі охорони здоров'я в Україні. Львів, 2020. С. 37–38.

Стаття надійшла до редакції 19.02.2023 р.



ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНЕ ПІДГРУНТЯ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 336.151

Ануфрієв В. О.

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

Анотація. У статті узагальнено теоретико-методичне підґрунтя аналізу фінансового стану підприємства. Доведено важливість фінансового аналізу в діяльності підприємства, виокремлено його завдання та функції. Наведено класифікацію видів фінансового аналізу та прийомів його реалізації для кожної окремої задачі, надано їх переваги та недоліки.

Ключові слова: фінансовий стан, фінансовий аналіз, підприємство, класифікація, види, прийоми.



Annotation. The article summarizes the theoretical and methodological basis of the analysis of the financial state of the enterprise. The importance of financial analysis in the activity of the enterprise is proven, by highlighting its tasks and functions. The classification of types of financial analysis and methods of its implementation for each separate task is presented, their advantages and disadvantages are given.



Keywords: financial condition, financial analysis, enterprise, classification, kinds, techniques.



Аналіз фінансового стану підприємства – невід’ємна складова планування та прогнозування фінансового оздоровлення підприємства. Фінансовий стан необхідно систематично оцінювати, використовуючи різні методи аналізу.

Такий аналіз допомагає обґрунтувати подальші кроки діяльності та приймати управлінські рішення для досягнення поставлених цілей, скласти стратегію розвитку діяльності підприємства, а також здійснювати контроль за виконанням етапів створених планів. Очевидно, що першочергове завдання підприємства – пошук шляхів зміцнення фінансового стану.

Дослідженню значення та особливостей оцінювання фінансового стану на підприємстві присвячено ряд праць таких вітчизняних і зарубіжних учених, як: Берест М. М., Поддєрьогін А. М., Багров В. П., Баканова М. І., Вахович І. М., Партин Г. О., Івахненко В. М., Бланк І. О., Коробов М. Я., Шеремет А. Д. та інші. В міру плинності економічних процесів, незважаючи на значні здобутки авторів, методичне підґрунтя його застосування потребує постійного узагальнення та удосконалення.

Метою роботи є узагальнення теоретико-методичного підґрунтя аналізу фінансового стану підприємства.

За класичного уявлення фінансовий стан підприємства – це такий стан підприємства, значення якого відображає сукупність показників, які демонструють наявність, ефективність розміщення та раціональність використання ресурсів підприємства, його реальні та потенційні фінансові можливості. Фінансовий аналіз діяльності підприємства комплексно зображує його фінансове становище та рівень досягнених фінансових результатів.

Призмою висвітлення фінансового стану підприємства є показники його ліквідності, платоспроможності, ділової активності, фінансової незалежності та рентабельності. На основі їх значень підприємство визначає шляхи пошуку та підвищення, зміцнення та стабілізації фінансової рівноваги діяльності. Отже, об’єктивна та регулярна оцінка фінансового стану стає необхідною для виявлення потенційних можливостей збільшення прибутку підприємства та своєчасного виявлення загроз порушення такої рівноваги.

Оцінювання фінансового стану здійснюється в інтересах певних суб’єктів ринку:

по-перше, це необхідно для самого підприємства, адже воно має знати про реальний стан справ у своїй діяльності і розробляти заходи з її покращення;

по-друге, інвесторів, які зацікавлені в ефективному та безризиковому інвестуванні власних коштів;

по-третє, постачальників і кредиторів, оскільки вони повинні впевнитись у платоспроможності підприємства;

по-четверте, партнерів по бізнесу, які прагнуть встановити з підприємством стабільні і надійні ділові відносини.

До основних завдань аналізу фінансового стану можна віднести:

- дослідження рентабельності та фінансової стійкості підприємства;
- дослідження ефективності використання майна (капіталу) підприємства, забезпечення підприємства власними оборотними коштами;
- об’єктивна оцінка динаміки та стану ліквідності, платоспроможності та фінансової стійкості підприємства;
- оцінка становища суб’єкта господарювання на фінансовому ринку та кількісна оцінка його конкурентоспроможності;
- аналіз ділової активності підприємства та його становища на ринку цінних паперів;
- визначення ефективності використання фінансових ресурсів [1].

Фінансовий аналіз дає можливість підвищити ефективність управління ресурсами, ефективно керувати фінансовими ресурсами, виявляти тенденції у їх формуванні та використанні, прогнозувати розвиток на коротко- та довгостроковий період. Лише фінансовий аналіз дозволяє виявити вразливі місця в економіці підприємства та знайти правильні шляхи виходу з кризового стану.



Основними функціями фінансового аналізу є:

- об'єктивна оцінка фінансового стану підприємства; вияв факторів і причин досягнутого стану;
- підготовка і обґрунтування прийнятих управлінських рішень у сфері фінансів;
- своєчасне вживання заходів щодо підвищення платоспроможності підприємства;
- забезпечення розробки планів фінансового оздоровлення підприємства;
- виявлення і мобілізація резервів покращення фінансового стану та підвищення ефективності діяльності [1].

Окремі функції фінансового аналізу, визначають його вид. Так, для надання об'єктивної оцінки фінансового стану підприємства має бути застосований повний, комплексний аналіз, що визначає значний обсяг аналітичного дослідження на основі аналізу стану підприємства в цілому. Такий аналіз буде включати багато методик та надавати оцінку ретроспективного та перспективного стану. В умовах потреб оцінювання стану підприємства, як об'єкта інвестиційної діяльності, для інвестора будуть важливі результати визначення стану окремих сфер його діяльності та окремих фінансових операцій, наприклад, прибутковість та аналіз руху грошових коштів.

На рис. 1 зображено класифікацію видів фінансового аналізу.

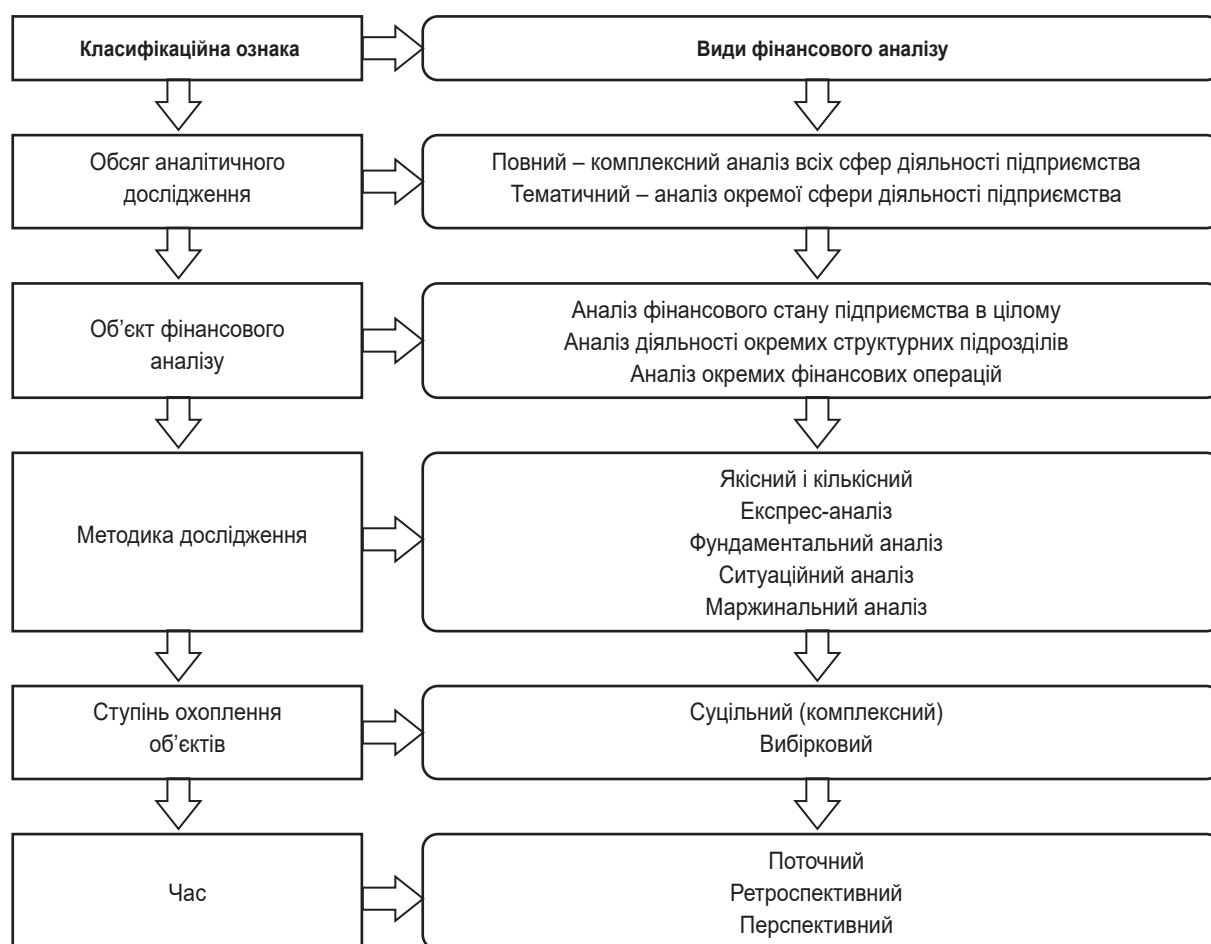


Рис. 1. Класифікація видів фінансового аналізу

Залежно від способів обробки аналітичних даних кількісні методи аналізу поділяються на формалізовані і неформалізовані [2].

Неформалізовані методи передбачають застосування суб'єктивних оцінок і суджень експертів щодо певних закономірностей та тенденцій у забезпеченні відповідного рівня фінансового стану підприємства. Результати оцінок зазвичай зводяться в аналітичні таблиці та візуалізуються графічно, що забезпечує наочність і сис-



темне відображення даних аналізу. Треба вказати, що неформалізовані методи більше спрямовані на надання якісної оцінки фінансового стану.

Кількісний аналіз та оцінка фінансового стану підприємства надається за допомогою формалізованих методів, на основі застосування економіко-математичних прийомів оцінювання статистичної та аналітичної інформації щодо діяльності об'єкта дослідження, його внутрішнього та зовнішнього середовища. До їх переліку належать: структурний, динамічний, коефіцієнтний, інтегральний методи; в окрему групу виділяються: факторний, кластерний, дискримінантний та інші.

Більшість з фінансових показників діяльності підприємства визначаються вартісним виміром їх оцінювання. Тому в основі їх аналізу закладають методи врахування часової вартості грошей, а саме: нарощення та дисконтування. Вони дозволяють здійснювати порівняльний аналіз результатів реалізації фінансових операцій в діяльності підприємства, здійснених в різні проміжки часу.

Основні прийоми фінансового аналізу, з виокремленням їх переваг та недоліків наведено у табл. 1. Кожний із прийомів, відповідно, відтворює своє функціональне призначення залежно від задач аналізу.

Таблиця 1

Основні прийоми фінансового аналізу

Прийом аналізу	Сутність	Переваги	Недоліки
Горизонтальний (часовий) аналіз	Порівнює кожну позицію звітності з попереднім періодом	Загальне уявлення про якісні зміни, які відбувались у структурі коштів і їх джерел; також динаміку цих змін	Низька достовірність отримання прогностичних тенденцій змін показників через неможливість врахування великої кількості факторів впливу. Не враховується інфляція
Вертикальний (структурний) аналіз	Визначає структуру підсумкових фінансових показників		
Трендовий аналіз	Визначає основну тенденцію динаміки показників	Дозволяє простежити за показниками тенденцію розвитку, зробити перспективний прогноз	Проблеми інтерпретації інформації та формування системи аналізованих показників; неточність даних за нестабільного ринкового середовища (найчастіше тренд короткостроковий)
Коефіцієнтний аналіз	Використовує відносні показники на основі співвідношення кількісних характеристик оцінювання досліджуваного процесу	Простота обчислення; точність розрахунків, закономірність відбору показників, простота їх інтерпретації	Трудомісткість; необхідність порівняння з середньогалузевими значеннями (труднодоступність) для отримання достовірної (реальної) оцінки
Факторний аналіз	Визначає вплив окремих факторів (причин) на результативний показник	Дозволяє отримати об'єктивну оцінку причинам змінюваності показників	Трудомісткий; складність у виборі та обґрунтуванні набору факторів впливу, їх вимірюваності та можливості оцінювання
Порівняльний (просторовий) аналіз	Надає результати порівняння з показниками конкурентів або середньогалузевими та середніми показниками	Гнучкий, динамічний, є основою комплексної оцінки показників фінансово-господарської діяльності	Трудомісткий; можливий при наявності доступної, повної і достовірної інформації

Джерело: узагальнено автором за [3; 4; 6]

Таким чином, під час фінансового аналізу використовуються найрізноманітніші прийоми, методи та моделі. Їх численність і варіативність застосування залежать від конкретних цілей аналізу та визначаються його завданнями в кожному окремому випадку. Найбільш продуктивно здійснити фінансовий аналіз можливо за рахунок комплексного підходу до поєднання, доповнення одного іншим, декількох прийомів, видів і методів аналізу.

Все частіше, з урахуванням розвитку інформаційних технологій, класичні методи аналізу реалізуються з використанням значної кількості програмного забезпечення. Це дозволяє скоротити час на проведення самого аналізу, але вимагає більш обґрунтованого, експертного підходу до формування бази даних аналізу та подальшої інтерпретації його результатів. За такого розуміння значущості фінансового аналізу неформальні методи оцінки стають більш продуктивними для отримання результатів. Компетенції, досвід, аналітичні здібності експерта дозволяють, за результатами кількісного виміру фінансових показників, надати поглиблену оцінку причин їх високого або низького рівня.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Алексеєнко І. І.



Література: 1. Багацька К. В., Говорушко Т. А., Шеремет О. О. Фінансовий аналіз : підручник. Київ : АртЕк, 2014. 320 с. 2. Павловська О. В. Удосконалення методів аналізу фінансового стану підприємств. *Фінанси України*. 2010. № 11. С. 54–62. 3. Мішура В. Б., Спіцин В. Є. Економічна сутність, аналіз та оцінка фінансового стану підприємства. *Научный вестник Донбасской государственной машиностроительной академии*. 2017. № 3. С. 121–126. 4. Берест М. М. Фінансовий аналіз : навч. посіб. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2017. 164 с. 5. Про затвердження Положення про порядок здійснення аналізу фінансового стану підприємств, що підлягають приватизації : Наказ Міністерства фінансів України від 26.01.2001 № 49/121. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0121-01#Text>. 6. Поддєрьогін А. М. Фінанси підприємств : підручник. Київ : ХНЕУ, 2000. 460 с.

Стаття надійшла до редакції 20.02.2023 р.



УПРАВЛІННЯ ПРОДАЖАМИ У СФЕРІ НЕРУХОМОСТІ

УДК 339.1:332.72

Балака Б. І.

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

Анотація. Статтю присвячено дослідженню проблем управління продажами в сфері нерухомості. Розглянуто основні принципи та стратегії управління продажем нерухомості, проаналізовано наявні практики та рекомендації щодо вдосконалення процесу продажу. Отримані результати можуть бути корисними для фахівців з нерухомості та всіх, хто цікавиться питаннями ефективного управління продажами.

Ключові слова: управління продажами, нерухомість, стратегії продажів, процес продажу, ефективність продажів.



Annotation. The article is dedicated to the research of sales management issues in real estate industry. The article considers the main principles and strategies of real estate sales management, analyzes existing practices and recommendations for improving the sales process. The obtained results can be useful for real estate professionals and anyone interested in effective sales management issues.

Keywords: sales management, real estate, sales strategies, sales process, sales effectiveness.



Нерухомість інтегрована в складну багаторівневу економіко-правову систему, у якій функціонують механізми фінансування, іпотечного кредитування, оподаткування інституційно-правової регламентації та життєзабезпечення, а відносини всіх прямих та опосередкованих суб'єктів санкціоновано специфікацією прав власності та імперативними вимогами держави.

Необхідність управління продажами нерухомості обумовлена не лише багатомірністю її економічної природи та складністю, а й важливою роллю в забезпеченні всіх суб'єктів суспільства, таких як: суб'єкти господарювання, населення, держави. Значний спектр послуг, що надаються на ринку нерухомості, від оцінки та девелопменту до фінансово-кредитного забезпечення діяльності суб'єктів, широке коло учасників, від прямих



учасників основних операцій, що проводяться на ринку інвестиційної нерухомості, до посередників та суб'єктів регулювання правовідносин на ринку нерухомості, визначає актуальність окресленої проблематики.

Теоретичні та прикладні засади, проблематика й основні питання управління продажу у сфері нерухомості стали предметом наукових досліджень низки учених, серед них: Crain R., Harris R., Iglinski B., Johnson C., McCallum B.

За результатами дослідження було виявлено відсутність єдиного підходу до питання управління продажу у сфері нерухомості, що впливає на достовірність її оцінки, правильність відображення в обліку та ефективність продажу об'єктів.

Метою статті є дослідження основних принципів і стратегій управління продажем нерухомості, аналіз існуючих практик та рекомендацій щодо вдосконалення процесу продажу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Управління продажами є одним з ключових аспектів успішної діяльності в будь-якій сфері бізнесу, але у сфері нерухомості воно має особливе значення. Завдяки швидкому розвитку технологій та зростанню конкуренції ефективне управління продажами стає важливішим, ніж будь-коли раніше. У цій статті ми розглянемо основні принципи та стратегії управління продажами у сфері нерухомості, а також проаналізуємо наявні практики та рекомендації щодо вдосконалення процесу продажу нерухомості. Отримані результати можуть бути корисними для фахівців у галузі нерухомості та будь-яких осіб, які цікавляться питаннями ефективного управління продажами.

Управління продажами є однією з ключових складових успішної діяльності будь-якої компанії. Це стосується і сфери нерухомості, де продаж нерухомості є складним і багатоетапним процесом. Управління продажами в нерухомості – це комплексний процес планування, взаємодії з клієнтом, оцінки нерухомості, реклами та маркетингу, проведення переговорів та укладення угоди.

Основні принципи та стратегії управління продажами в нерухомості базуються на дотриманні низки принципів ефективного продажу, які мають на меті забезпечити ефективну взаємодію між продавцем та покупцем нерухомості. Для досягнення успіху в продажу нерухомості необхідно розробляти та застосовувати різноманітні маркетингові та комунікаційні стратегії, щоб залучити більшу кількість потенційних клієнтів.

Управління продажами у сфері нерухомості складається з кількох етапів: планування продажу, взаємодії з клієнтом, оцінки нерухомості, реклами та маркетингу, проведення переговорів та укладення угоди. Кожен етап має свою вагому роль у процесі продажу, тому важливо не допустити помилок на жодному з етапів.

Важливо мати чітку стратегію та план дій на кожному етапі продажу. Це допоможе уникнути помилок і забезпечить успішний результат. У процесі продажу важливо бути відкритими до клієнта, демонструвати зацікавленість та увагу до його потреб, а також забезпечувати якісний сервіс та підтримку протягом всього процесу продажу.

Основними складовими успішного управління продажами в нерухомості є: розуміння особливостей ринку нерухомості, використання маркетингових інструментів, побудова ефективних комунікаційних каналів, підтримка відносин з клієнтами, використання новітніх технологій.

Один із основних аспектів ефективного управління продажами в нерухомості – це розуміння особливостей ринку нерухомості та потреб клієнтів. Кожна нерухомість унікальна, тому важливо надавати клієнтам персоналізовані послуги, враховуючи їхні індивідуальні потреби. Крім того, важливо мати відносини з потенційними клієнтами, використовуючи різноманітні канали комунікації, такі як соціальні мережі, месенджери, електронна пошта та інші.

Для досягнення успіху на ринку нерухомості важливо використовувати різноманітні маркетингові інструменти. Одним із таких інструментів є цифровий маркетинг, який може бути використаний для залучення більшої кількості потенційних клієнтів. Соціальні мережі також можуть бути ефективним каналом комунікації з клієнтами та просування нерухомості.

Побудова ефективних комунікаційних каналів з клієнтами також є ключовим аспектом успішного управління продажами в нерухомості. Клієнти повинні мати можливість легко зв'язатися з фахівцями компанії та отримати відповіді на свої запитання. Для цього можуть бути використані електронні засоби комунікації, такі як електронна пошта та чат-боти.

Використання новітніх технологій, таких як штучний інтелект та аналітика даних, може також допомогти у вдосконаленні процесу продажу нерухомості. Аналітика даних може допомогти у визначенні потенційних клієнтів та їх потреб, що дозволить компанії ефективніше налаштувати маркетингові кампанії та продажі.



Для ефективного управління продажами в нерухомості важливо також залучати новітні технології та інструменти. Один з них – це штучний інтелект, який допомагає швидко та ефективно обробляти великі обсяги даних та аналізувати їх, що може допомогти зрозуміти потреби та бажання клієнтів та відповідно до них підлаштувати стратегії продажу.

Застосування інтелектуальних технологій також дозволяє зменшити час, необхідний для проведення операцій, та збільшити точність обробки даних.

Іншим інноваційним інструментом, який може бути використаний для ефективного управління продажами в нерухомості, є аналітика даних. Аналітика даних дозволяє виявити тенденції на ринку нерухомості та розробити ефективні стратегії продажу.

Наприклад, аналіз даних може допомогти визначити, які типи нерухомості є найбільш популярними серед клієнтів, що може допомогти зосередитись на продажу цих типів нерухомості та збільшити кількість укладених угод.

Крім того, важливо використовувати маркетингові інструменти, такі як цифровий маркетинг та соціальні мережі, для залучення більшої кількості потенційних клієнтів. Цифровий маркетинг може допомогти залучити нових клієнтів за допомогою різних інтернет-інструментів, таких як пошукова оптимізація (SEO), контекстна реклама, e-mail-маркетинг та інші. Соціальні мережі також можуть бути ефективним інструментом для залучення нових клієнтів та побудови відносин з існуючими.

Отже, використання новітніх технологій та маркетингових інструментів може допомогти досягти успіху в управлінні продажами в нерухомості. Проте важливо пам'ятати, що успіх у продажу нерухомості залежить від великої кількості факторів, тому необхідно розробляти комплексні стратегії, які враховують усі ці фактори.

Одним із ключових аспектів успішного управління продажами в нерухомості є залучення та навчання висококваліфікованих співробітників, які мають глибокі знання у галузі нерухомості та продажів. Навчання персоналу та постійне підвищення їхньої кваліфікації може значно збільшити їхню ефективність та відповідальність в процесі продажу нерухомості.

Крім того, важливо забезпечувати високу якість обслуговування клієнтів, щоб забезпечити задоволеність та лояльність клієнтів.

Якість обслуговування може бути підвищена за допомогою вдосконалення процесів комунікації з клієнтами, надання ретельної консультації та підтримки в усіх етапах угоди, а також застосування інноваційних технологій та інструментів, які дозволяють підтримувати високу якість обслуговування.

Управління продажами у сфері нерухомості є складним і важливим процесом, який вимагає чіткого плану та стратегії дій. Для досягнення успіху на ринку нерухомості важливо мати глибокі знання про ринок та його особливості, використовувати маркетингові інструменти, побудову ефективних комунікаційних каналів та використовувати новітні технології. Виконання цих кроків дозволить компанії забезпечити успішний процес продажу нерухомості та збільшити свою конкурентоспроможність на ринку.

Для досягнення цих цілей компанії повинні мати належну увагу до відносин з клієнтами та забезпечити якісний сервіс та підтримку протягом всього процесу продажу. Крім того, компанії повинні постійно вдосконалювати свої методи та підходи до управління продажами, зокрема, використовувати новітні технології та інструменти, щоб залишатися конкурентоздатними на ринку.

Загалом управління продажами у сфері нерухомості є складним та важливим процесом, який вимагає уваги до деталей та постійного вдосконалення. Компанії, які зосереджуються на якості своєї роботи та вдосконаленні своїх підходів до управління продажами, мають всі шанси стати лідерами на ринку нерухомості та забезпечити стабільний та успішний розвиток своєї діяльності.

З вищесказаного можна зробити висновок, що управління продажами в нерухомості є складним та багатостадійним процесом, що вимагає від фахівців комплексного підходу та використання новітніх технологій та інструментів.

Для досягнення успіху в продажу нерухомості необхідно розробляти та застосовувати різноманітні маркетингові та комунікаційні стратегії, враховуючи індивідуальні потреби та бажання клієнтів. Крім того, важливо залучати та навчати висококваліфікованих співробітників, які мають глибокі знання у галузі нерухомості та продажів.



Застосування інноваційних технологій та інструментів може значно підвищити ефективність управління продажами в нерухомості та збільшити кількість укладених угод. Але важливо пам'ятати, що успіх у продажу нерухомості залежить від великої кількості факторів, тому необхідно розробляти комплексні стратегії, які враховують усі ці фактори. Навчання персоналу та постійне підвищення їхньої кваліфікації, а також забезпечення високої якості обслуговування клієнтів є також важливими факторами успіху в управлінні продажами в нерухомості.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Мартиненко М. В.

Література: 1. Crain R. The impact of artificial intelligence on real estate. *Journal of Property Management*. 2019. Vol. 84 (1). P. 18–23. 2. Harris R. The role of data analytics in real estate sales. *Journal of Real Estate Research*. 2020. Vol. 42 (1). P. 76–85. 3. Iglinski B. Digital marketing strategies for real estate sales. *Journal of Marketing Research*. 2021. Vol. 58 (2). P. 121–134. 4. Johnson C. Effective sales management in real estate. *Real Estate Management*. 2018. Vol. 36 (3). P. 40–46. 5. McCallum B. The importance of quality customer service in real estate sales. *Journal of Customer Service in Real Estate and Property Management*. 2019. Vol. 5 (1). P. 18–25.

Стаття надійшла до редакції 14.03.2023 р.



ПРОБЛЕМА МОЛОДІЖНОГО БЕЗРОБІТТЯ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПОДОЛАННЯ

УДК 331.5

Болотська А. Б.

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Досліджено проблему безробіття серед молодого населення України. Визначено головні причини дисбалансу між попитом і пропозицією на молодих спеціалістів. Запропоновано шляхи подолання сучасної проблеми зайнятості молоді з урахуванням змін в українському законодавстві.

Ключові слова: молодіжне безробіття, ринок праці, зайнятість, робоча сила.



Annotation. The problem of unemployment among the young population of Ukraine was studied. The main reasons for the imbalance between the demand and supply of young specialists have been identified. Ways to overcome the modern problem of youth employment have been established, taking into account changes in Ukrainian legislation.

Keywords: youth unemployment, labor market, employment, workforce.



Проблеми молоді в Україні мають свої особливості, що зумовлено нинішнім етапом швидкої трансформації суспільства. Саме молодь перебуває у найважчому становищі, бо, вступивши в життя, вона має визначити своє призначення. Властивістю сучасного ринку праці є те, що молодь конкурує з більш досвідченими кандидатами, а кількість вакансій не збільшується. Майбутнє країни залежить від населення віком від 15 до



29 років [4]. Крім викликів, з якими молодь стикалася протягом багатьох років, важливо також зазначити, що сьогоденні покоління живе в епоху політичних проблем і змушене боротися також і з демографічними проблемами, наприклад, зі старінням нації.

Враховуючи глобальні і динамічні зміни, як у зовнішньому середовищі, так і на внутрішньому ринку праці, необхідно проаналізувати актуальні причини високого рівня молодіжного безробіття в Україні та обґрунтувати шляхи подолання цієї проблеми.

Проблеми зайнятості, загальнотеоретичні основи розвитку ринку праці та зайнятості молоді в Україні розглядалися в працях таких учених, як Аксьонова І. В. [1], Ачкасова О.В. [2], Семенова Д. А. [3], Соляник О. М. [4], Яценко Н. М. [5].

Відомо, що молодь дуже постраждала від ситуації в світі, яку створила інфекція COVID-19. Студенти перейшли на дистанційне навчання, що не завжди давало змогу якісно проходили практику. Також багато населення позбулося робочих місць, бо не всі підприємства були готові змінювати формат роботи на віддалений.

У Європейському Союзі епідемія загострила безробіття серед молодого населення. Важливо зазначити, що до пандемії рівень безробіття серед молоді становив 15 %, то зараз він зріс до 18 %, що означає, що 4,7 мільйона молодих людей у віці 15–29 років є безробітними, або близько 10 мільйонів молодих людей в Європі загалом. У розрізі країн ця тенденція становить 33 % у Греції, 32,2 % в Іспанії та 27,1 % в Італії. Найнижчий рівень безробіття в Чехії та Німеччині (5 %), дещо вищий – у Нідерландах (6 %) та Польщі (8 %) [3].

Слід вказати, що криза COVID-19 стала потужним ударом для молоді. Пандемія не лише позбавила їх можливостей працевлаштування, вона також перервала навчання та практику, створивши серйозні перешкоди для тих, хто готується вийти на роботу або змінити роботу. Багато експертів вважають, що необхідно розробити ефективні стратегії працевлаштування молоді та вжити серйозних заходів для покращення становища молоді.

Аналітики МОП наголошують, що для реагування на кризу для підтримки молоді необхідні термінові, широкомасштабні та цілеспрямовані заходи, включаючи комплексні схеми гарантій зайнятості та професійного навчання в розвинених країнах, а також програми та відповідні гарантії для стимулювання зростання зайнятості в країнах, де рівень доходу є низьким і середнім.

Зазначимо, що головним активом економіки та суспільства будь-якої країни – це її молодь. Збільшення можливостей молодих людей шляхом розвитку їхніх талантів та створення умов, що підтримують їхню активну участь на ринку праці, є дуже важливим чинником як економічного, так і соціального розвитку. Інтеграція молоді на ринку праці вимагає комплексного підходу з боку держави.

Питання соціального захисту безробітного молодого населення недостатньо врегульоване на законодавчому рівні, що має значний вплив на її економічне становище. Молодь сподівається на підтримку держави та батьків, що негативно впливає на їхню мотивацію працювати.

Наразі більше третини від загального обсягу ринку праці становить безробітна молодь, представники якої належать до таких груп:

- випускники середніх, професійно-технічних закладів і ЗВО;
- молодь, яка припинила виконання обов'язків через зміни в процесах організації виробництва;
- військовослужбовці, які були звільнені зі строкової служби в армії;
- жінки у відпустці по догляду за дитиною;
- інші категорії (звільнені через плінність кадрів, учні 9–10 класів, молодь, яка є безробітною більше року тощо) [2].

Практика показує, що більшість випускників знаходять роботу завдяки знайомим, в Інтернеті чи газетах. Приблизно 10 % звертаються до служби зайнятості чи університетського центру кар'єри. Головними мотивами, що підштовхують молодь змінювати роботу чи шукати додатковий дохід, це:

- недостатній рівень оплати праці;
- відсутність можливості просування по службі;
- незадоволення умовами праці;
- розірвання або закінчення трудового контракту;
- нестабільні виплати заробітної плати [2].



Безробіття посилюється через дуже низькі зарплати, які українці отримують на початку кар'єри. Низькі виплати, відсутність перспективи і підтримки негативно впливає на можливості сучасної молоді.

Існує проблема з мотивацією працевлаштування випускників. Аналіз професійної орієнтації випускників ЗВО показує, що приблизно дві третини випускників не мають уяви щодо майбутнього місця роботи за декілька місяців до випуску. Можна сказати, що навчальні заклади так чи інакше формують неконкурентну робочу силу і витрачають значний бюджет через відсутність механізмів реалізації їхньої мотивації [6].

Освіта повинна не лише розвиватися відповідно до ринку праці, а й на кілька кроків заздалегідь передбачати потреби ринку праці, які фахівці потрібні на сьогодні і у майбутньому, а також якими професійними навичками повинні володіти випускники. МОН має враховувати глобальні, національні та регіональні тенденції розвитку ринку праці при формуванні державного замовлення.

З цього можна зробити висновок, що навчання має орієнтуватися на потреби ринку праці та постійно адаптуватися до змін.

Звичайно, повністю вирішити проблему молодіжного безробіття неможливо, але для зниження рівня безробіття серед молодіжного населення на державному рівні необхідно створити такі відповідні умови:

- на законодавчому рівні фінансування відповідних загальнодержавних програм і заходів, спрямованих на підвищення рівня зайнятості молоді, що передбачає створення та підтримання атмосфери соціальної стабільності та захищеності молодих людей;
- підвищувати цікавість до важливих у суспільстві професій, у тому числі матеріально;
- розроблення та впровадження механізмів стимулювання роботодавців до сприяння працевлаштуванню молодих фахівців, таких як пільгове оподаткування, квотування кількості молодих спеціалістів в організації, матеріальна допомога роботодавців у період випробування та адаптації молодих людей без досвіду тощо;
- покращення практичної підготовки молоді та формування у неї необхідних професійних компетенцій шляхом локалізації навчального процесу в межах навчальних закладів та запровадження ефективних систем залучення молоді до стажування та практики під час навчання та після його завершення;
- запровадження ефективних стратегічних механізмів та розроблення національних процедур прогнозування та планування актуальних професійних потреб у реальних секторах економіки з урахуванням тенденцій на ринку праці;
- проводити постійний моніторинг потреб роботодавців та налагоджувати зв'язок між освітніми послугами та ринком праці;
- надавати в центрах зайнятості послуги з професійного консультування, профорієнтації та психологічної підтримки з питань молодіжної зайнятості;
- розробити національну політику зайнятості молоді, приєднатися до відповідних угод про міжнародне співробітництво, а також інтегрувати зарубіжний досвід у боротьбі з молодіжним безробіттям [5].

Отже, основні причини молодіжного безробіття в Україні різноманітні, включаючи відсутність можливості працевлаштування, невідповідність навичок молодих людей потребам роботодавців, а також економічна та політична нестабільність.

Останніми роками українська економіка переживає важкі ситуації з високим рівнем інфляції та браком іноземних інвестицій, що призвело до відсутності робочих місць і високої конкуренції за доступні робочі місця. Крім того, системи освіти та професійної підготовки в Україні не в змозі встигати за мінливими потребами ринку праці, через що багато молодих людей не підготовлені до наявних робочих місць.

Високий рівень безробіття серед молоді також може призвести до втрати людського капіталу, оскільки багато молодих людей змушені залишати країну в пошуках кращої роботи.

Науковий керівник – канд екон. наук, доцент Ачкасова О. А.

Література: 1. Ахсьонова І. В. Структурно-динамічний аналіз ринку праці України: виклики сьогодення. *Економіка та суспільство*. 2021. № 25. С. 1–4. DOI: 10.32782/2524-0072/2021-25-20. 2. Ачкасова О. В. Роль соціального підприємництва у вирішенні проблеми молодіжного безробіття. *Регіональна економіка та управління*. 2021. № 1 (31). С. 5–8. 3. Семенова Д. А. Основні напрями подолання безробіття серед молоді в Україні. *Стратегічні пріоритети : наук.-аналіт. щоквартальний збірник*. 2012. № 2. С. 138–142. 4. Соляник О. М. Безробіття молоді:



причини, наслідки та шляхи вирішення // Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., присвяченої пам'яті проф. Балацького О. Ф. (Суми, 24–26 квіт. 2013 р.). Суми : СумДУ, 2013. С. 216–218. **5.** Яценко Н. М. Причини безробіття молоді в Україні. *Вісник КрНУ імені Михайла Остроградського*. 2013. Вип.1 (78). С. 143–147.

Стаття надійшла до редакції 01.03.2023 р.



ОПТИМІЗАЦІЯ ТРАНСПОРТНОЇ ЛОГІСТИКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

УДК 656.078

Васильєва В. В.

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

***Анотація.** У цьому дослідженні було подано думки авторів щодо оптимізації логістики на підприємстві, також зосереджено увагу на використанні новітніх технологій, оскільки вони впливають на розвиток підприємства.*

***Ключові слова:** конкуренція, оптимізація, транспортна логістика, ефективність.*



***Annotation.** In this study, the authors' opinions on the optimization of logistics at the enterprise were presented, and attention was also focused on the use of the latest technologies and how they affect the development of the enterprise.*

***Keywords:** competition, optimization, transport logistics, efficiency.*



На сьогодні розвиток ринкової економіки сприяє підвищенню конкуренції та пошуку нових ідей для розвитку. Логістична діяльність є важливою частиною у функціонуванні транспортної логістики. Значна кількість українських підприємств використовує транспортну логістику для повноцінного задоволення потреб споживачів у перевезенні вантажів, до того ж ефективні транспортні системи забезпечують економічні, соціальні переваги та можливості.

На фоні зростання вимог щодо необхідного рівня логістичного обслуговування посилюється попит на логістичні проекти з залученням новітніх інформаційних технологій і відкриває шлях до потреб кожного клієнта.

Проблематикою для цієї теми є те, що на сьогодні існування великого різноманіття новітніх технологій призводить до того, що підприємства можуть загубитися та втратити якісне обслуговування, тому узагальнення та виділення найбільш ефективних технологій та напрямків є доцільним і необхідним.

Тому є досить актуальним питання, як удосконалити логістичну діяльність на підприємстві та створити всі необхідні умови для задоволення потреб постачальника та споживача.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Незважаючи на те, що існує велика кількість досліджень і публікацій для загального споживання, це питання і досі залишається дискусійним та існує чимало різноманітних думок стосовного нього.



Значний внесок у розвиток, формування та дослідження теми оптимізації транспортної логістики зробило чимало вітчизняних і зарубіжних науковців. Серед них Кузнецов М. М., Казанська О. А., Маловичко А. С., Тридід О. М., Дроздов П. А., Колодізева Т. О., Сокур І. М. та інші.

Метою цієї роботи є узагальнення існуючих напрямів і технологій визначення ефективності транспортної логістики.

Оптимізація логістичних процесів є однією з ключових ланок підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства, оскільки транспортна логістика є важливою складовою економіки через інтенсивне використання інфраструктури. Мобільність людей та вантажів, а також інформаційні та комунікаційні технології з кожним роком відіграють все більшу роль у глобальній економіці та є індикаторами економічних можливостей тієї чи іншої країни. У сучасних умовах транспортна логістика повинна забезпечити функціонування логістики та забезпечити максимальний економічний ефект за допомогою новітніх технологій. Транспортна інфраструктура з високою щільністю та високов'язані мережі зазвичай асоціюються з високим рівнем розвитку.

Існує залежність між якістю та кількістю транспортної інфраструктури та рівнем економічного розвитку, на цю тему є багато думок авторів, які різняться у підходах.

Прикладом може слугувати міркування О. В. Церковної [1], на її думку, ця залежність ефективна лише при використанні транспортних засобів та інформаційних технологій, які забезпечують швидку доставку.

З метою порівняння розглянемо вислови іншої вченої – Трушкіної Н. [2], яка засвідчує, що більш ефективно здійснюється циклічний рух, якщо об'єднати всі види економічних потоків.

При порівнянні цих думок можна зробити висновок, що автори зосереджені на одному результаті, та їх формулювання схожі.

Коли транспортні системи ефективні, вони забезпечують економічні та соціальні можливості та переваги, що приводить до позитивних мультиплікаційних ефектів, таких як краща доступність до ринків, зайнятість і додаткові інвестиції.

Коли транспортні системи мають дефіцит по потужності або надійності, вони можуть мати економічну вартість, таку як зменшення або пропущені можливості та нижча якість життя. Транспортна логістика є важливою складовою логістичної діяльності в цілому, однією з цілей якої є створення додаткової вартості, що містить у собі економічне підґрунтя.

Також зосередимо увагу на тому, що зростання вагомості транспортної логістики вимагають вирішення завдань на новому рівні. Більшу вагомість мають логістичні підходи до організації перевезень, дві сторони угоди прагнуть використати ті маршрути, які будуть менш затратними. Правильно створена оптимізація дає змогу підвищити якість обслуговування та отримати додатковий прибуток.

Саме тому компанії, які володіють більшою кількістю транспортних засобів, мають гнучку логістичну систему. Молоді компанії зазвичай надають широкий спектр послуг, а саме: автомобільні вантажні перевезення, перевезення авіаційним транспортом, перевезення вантажів морським транспортом, залізничні вантажні перевезення, складська логістика, митноброкерські послуги; комплекс експортно-імпорتنих операцій, що дає змогу привабити значну частину клієнтів, а також по максимуму використовувати свої потужності.

Визначаючи організаційно-економічні напрями підвищення ефективності транспортної логістики підприємства, спостерігаємо, що за допомогою датчиків та трекерів покращуються функції контролю, мінімізація збитків, для надання більш конкретної інформації водіям при пошуку тієї чи іншої точки навантаження розвантаження, допомозі при непередбачуваних ситуаціях, підвищення рівня конкурентоспроможності компанії.

З метою вдосконалення організаційно-економічного механізму управління логістичною діяльністю підприємства доцільно розробляти й впроваджувати комплекс заходів з: управління взаємовідносинами з постачальниками на основі впровадження інформаційної системи, використання якої дозволить не лише удосконалити стратегію вибору постачальників і скоротити час циклів постачання, але й бюджети закупівель і вартість матеріальних ресурсів, а також оптимізувати роботу складів, структуру витрат на організацію логістичної діяльності [3].

Незважаючи на всі перелічені вище методи оптимізації, хочемо зосередити увагу на тому, що новітні технології не завжди добре впливають на розвиток. Є безліч прикладів, коли при впровадженні нової системи компанії не можуть їх правильно модернізувати та втрачають свої капітали.



Висновки. Отже, в сьогоденні транспортна логістика повинна забезпечити ефективне функціонування логістики, зосереджуючи обслуговування вантажовласників. При дослідженні думок авторів ми знайшли схожі думки та створили способи для підвищення функціонування підприємств, але не варто забувати про ризики, які може понести кожна з компаній, тому потрібно раціонально використовувати ресурс для надання покращених послуг. Це дослідження є підґрунтям для подальшого дослідження новітніх технологій логістичних підприємств.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Небилиця О. А.

Література: 1. Церковна О. В. Теоретичні аспекти логістичної діяльності у промисловому комплексі національної економіки. *Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління*. 2019. Т. 18. Вип. 2 (42). С. 186–192. 2. Трушкіна Н. Удосконалення організаційно-економічного механізму управління логістичною діяльністю підприємства. *Міжнародний науковий електронний журнал*. 2019. Вип. 5. № 4. С. 156–172. 3. Шрамко Н. В., Шкабура В. В., Мохонько Г. А. Цифровізація проектної діяльності в логістиці // *Економіка, облік, фінанси та право: пріоритети розвитку в умовах глобалізації* : тези доп. Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Полтава, 5 груд. 2019 р.). Полтава, 2019. С. 31–32.

Стаття надійшла до редакції 14.03.2023 р.



МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 338.2

Верховець А.

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

Анотація. У статті досліджено підходи щодо трактування сутності поняття «управління фінансовими результатами». Визначено теоретичні аспекти механізму управління фінансовими результатами підприємством. Надано структуру управління фінансовими результатами діяльності підприємства. Наведено механізм управління фінансовими результатами діяльності підприємства.

Ключові слова: фінансові результати, управління, механізм, прибуток.



Annotation. The article examines approaches to the interpretation of the essence of the concept of «management of financial results». The theoretical aspects of the mechanism of managing the company's financial results are determined. The structure of managing financial results of the enterprise is provided. The mechanism of managing financial results of the enterprise is presented.

Keywords: financial results, management, mechanism, profit.





Економічна необхідність розвитку та існування сучасних підприємств визначається їх фінансовим результатом. На сьогодні проблеми формування фінансових результатів є актуальними, отже, існує необхідність вивчення світового, прогресивного досвіду щодо даної проблеми та знаходження напрямків удосконалення управлінських аспектів стосовно формування фінансових результатів діяльності підприємства. Прибуток як економічний чинник дає змогу з'єднати економічний інтерес підприємства й держави, робітників і власника підприємства.

Прибуток є фундаментом економічного розвитку і головним джерелом задоволення споживчих потреб суспільства. Отримуючи позитивний фінансовий результат, підприємства забезпечують збільшення бюджету країни, позитивно впливаючи на інвестиційну складову привабливості галузі та підприємств, їх бізнесову активність тощо.

Сьогодні кожне підприємство самостійно формує та фінансує свої статті витрат, здійснює розподіл фінансових ресурсів з метою отримання кінцевого результату у формі прибутку. Саме цим обґрунтовано необхідність дослідження механізму формування та використання фінансових результатів підприємств [1].

Питання управління фінансовими результатами знайшли своє відображення у працях таких учених, як: Л. Бланк, Н. Пігуль, О. Вороніна, Т. Говорушко, С. Лелюк, Л. Приходько, О. Невмержицька, І. Чаус, О. Чернецька, С. Юшко та ін. Враховуючи значний вклад науковців у дослідження цього питання, велика кількість важливих аспектів в умовах розвитку ринкових відносин залишається малодослідженою і потребує подальших обґрунтувань.

Мета статті ґрунтується на дослідженні сутності та особливостей формування механізму управління фінансовими результатами діяльності підприємств.

Ефективність діяльності підприємства визначається на основі значень фінансових показників. Ключовими в цій системі є показники, що відображають фінансові результати. Фінансовий результат впливає на управлінські рішення, а також на рішення стейкхолдерів, від яких залежать економічні результати діяльності підприємства. Фінансові результати характеризують різні сторони постачальницької, виробничої, збутової, інвестиційної, фінансової та інших видів діяльності підприємства та відображаються у грошових одиницях в системі показників прибутку (збитку). Прибуток як фінансовий результат діяльності підприємства характеризується багатоаспектною роллю і різноманіттям форм, в яких він виступає [2].

Забезпечення ефективного управління фінансовими результатами господарської діяльності промислових підприємств є важливим стратегічним завданням для менеджерів суб'єктів господарювання, які повинні чітко усвідомлювати необхідність застосування комплексного та системного підходів до реалізації цього завдання, що дозволяє забезпечити його оптимальне вирішення. Управління фінансовими результатами підприємства є перманентним, ключовим процесом, ефективність якого впливає на успішність функціонування загальнокорпоративної системи менеджменту і темпи економічного розвитку промислових підприємств.

Існують різні підходи щодо трактування сутності поняття «управління фінансовими результатами». Так Говорушко Т. А. та Арич М. І. [4] під управлінням фінансовими результатами розуміють комплекс організаційно-управлінських заходів, методів та інструментів визначення і реалізації найбільш економічно-ефективних управлінських рішень щодо формування, розподілу та використання фінансово-економічного результату діяльності підприємства для досягнення його цілей та мети створення. Вороніна О. О. [3] стверджує, що це процес пошуку та реалізації найбільш ефективних рішень щодо формування, розподілу й використання фінансового результату, який базується на координації дій з іншими підсистемами управління підприємством, на підставі зворотного впливу, та здійснюється для досягнення стійкого фінансового стану й ефективної діяльності підприємства.

Лесогорова В. [5] у цьому контексті говорить про неперервний процес реалізації управлінських рішень у частині формування, розподілу та використання прибутку, який призводить до зростання вартості підприємства. Худа В. В. [6] трактує це поняття як цілеспрямований, систематичний процес підготовки, оцінки, відбору та реалізації альтернативних управлінських рішень по всіх питаннях його формування, розподілу та використання на підприємстві. Отже, можемо стверджувати, що управління фінансовими результатами – комплексний процес організаційно-управлінських заходів, інструментів, механізмів та методів щодо формування, розподілу і використання фінансового результату діяльності підприємства задля досягнення його головної мети та поточних цілей керівництва.



Дієвість механізму управління результатами діяльності підприємства базується побудові ефективної структури управління. При цьому формування ефективної структури управління результатами діяльності підприємства засноване на акцентуванні уваги на окремих етапах процесу управління з урахуванням використання сегментної складової. Структуру управління результатами діяльності підприємства з використанням сегментної складової наведено на рис. 1 [7].

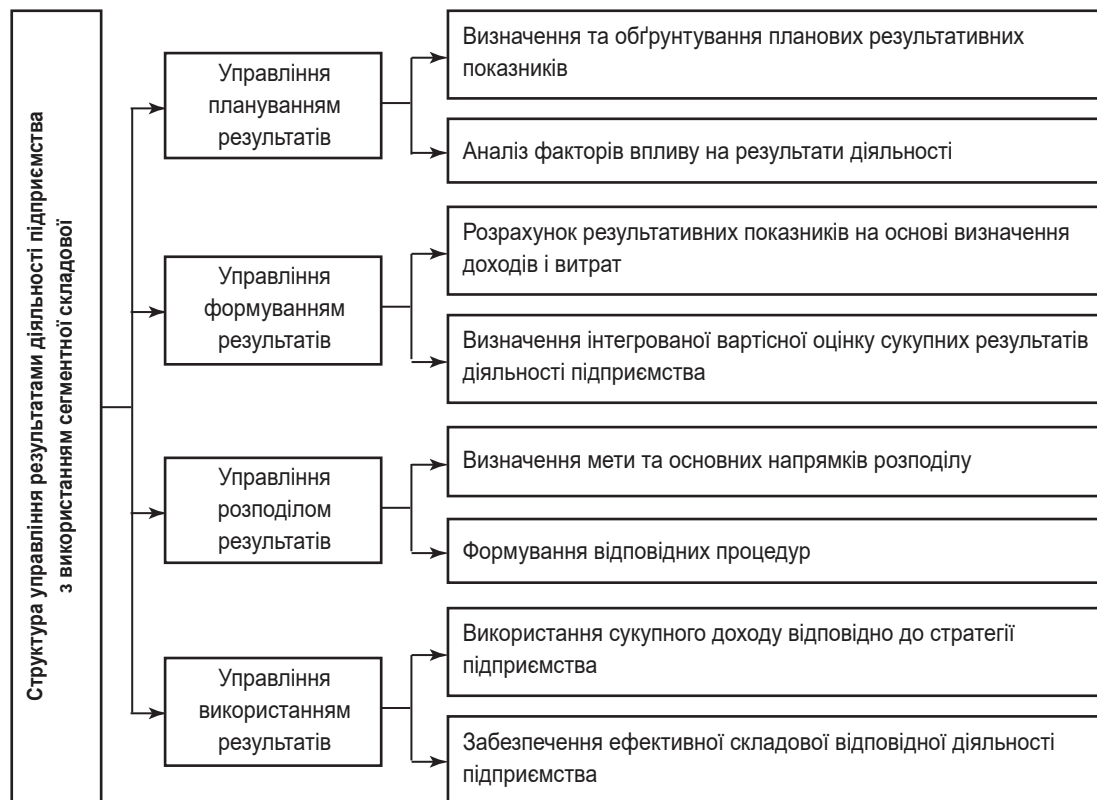


Рис. 1. Структура управління фінансовими результатами діяльності підприємства

Керування фінансовими результатами ґрунтується на загальних принципах управління, а саме: цілеспрямованості, стимулюванні, плановості, компетентності. Окрім того, головним є чинник взаємозалежності, тобто необхідно враховувати, що керування відбудеться під впливом зовнішніх і внутрішніх факторів. Також необхідно брати до уваги принципи оптимальності та гнучкості.

Принцип оптимальності вимагає вибір найкращого управлінського рішення в кожній окремо взятій ситуації, а принцип гнучкості вимагає можливість системи управління підстроюватися до змін навколишнього середовища. Метою управління фінансовими результатами підприємства треба вважати максимізацію абсолютної складової чистого прибутку та стабільності формування його у часовому просторі. При цьому прибуток, а відповідно і керування прибутком підприємства, розглядається як джерело утворення капіталізації акціонерів у грошовій формі дивідендних виплат та збільшення ринкової вартості підприємства і, як наслідок, збільшення його корпоративних прав [1].

Для формування оптимальної системи управління результатами діяльності підприємства необхідним є формування відповідної організаційно-управлінської структури, яка дозволить ефективно та комплексно реалізувати відповідні завдання та методи управління результатами в процесі функціонування даної структури для успішного досягнення стратегічної мети підприємства за умови застосування обліково-аналітичного інструментарію. При цьому необхідним є побудова відповідного механізму управління результатами діяльності підприємства, який повинен інтегруватись в загальну систему управління підприємством [7].

Механізм управління результатами діяльності підприємства являє собою систему взаємопов'язаних підсистем: організаційної, забезпечення та реалізації, які, наповнюючись відповідними елементами, забезпечують досягнення поставленої мети управління результатами на окремому промисловому підприємстві з урахуванням факторів впливу.



На рис. 2 наведено механізм управління фінансовими результатами діяльності підприємства, який включає окремі складові [7].

Кожна система на своєму етапі виконує поставлені цілі, що поступово наближає до виконання основної мети управління результатами діяльності підприємства – підвищення якісних та кількісних показників результативності та максимально ефективного використання отриманих результатів за всіма напрямками діяльності підприємства.

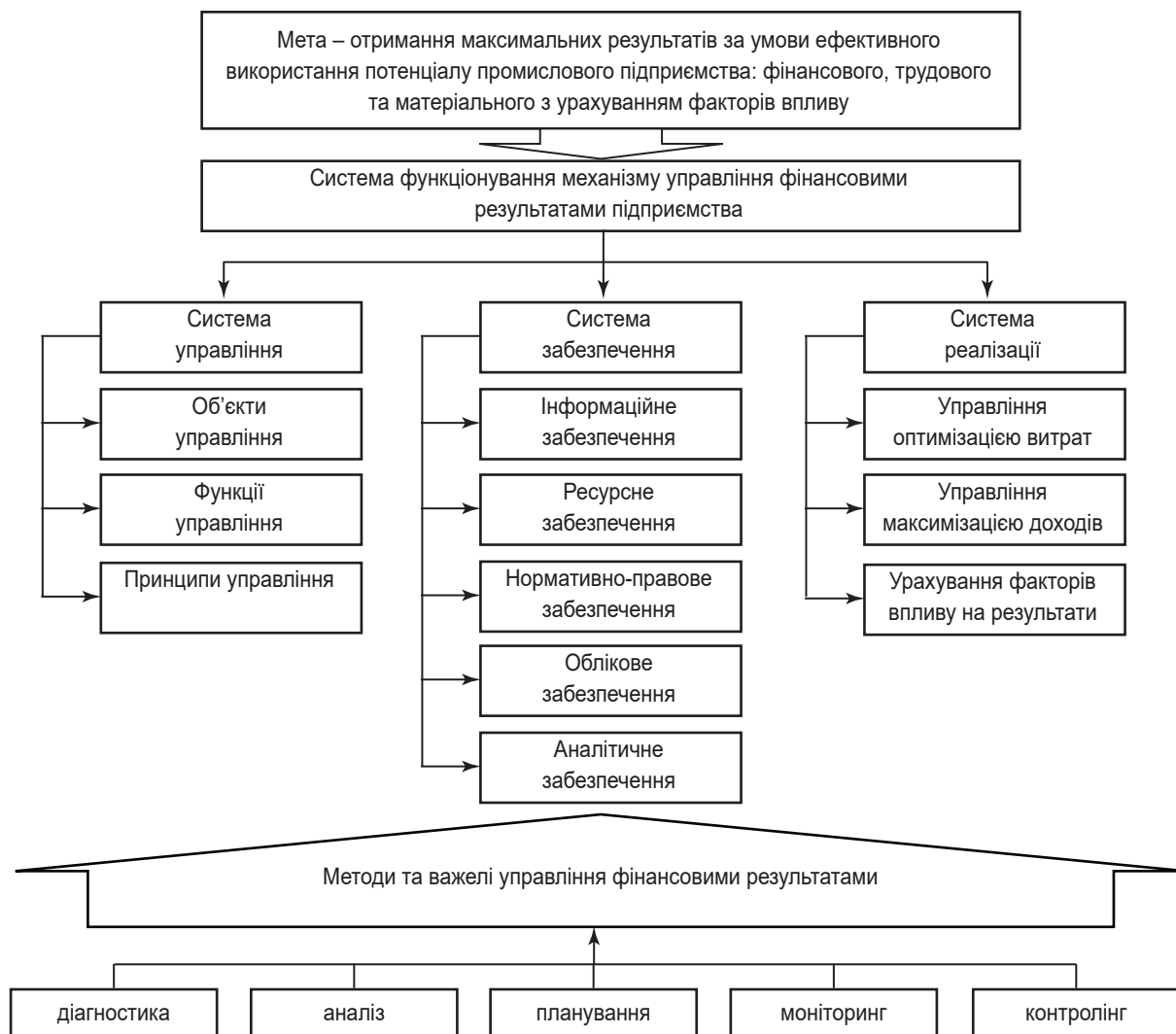


Рис. 2. Механізм управління фінансовими результатами підприємства

Організаційна складова управління базується на визначені суб'єктів та об'єктів управління з виділенням відповідних функцій та принципів: загальних і специфічних. Суб'єктами управління в зазначеному контексті виступають керівники відповідних підрозділів підприємства та працівники, які забезпечують процес управління під час даного механізму. Об'єктами є економічні, фінансові, соціальні та екологічні показники, які впливають на прийняття управлінських рішень.

Система забезпечення включає основні види потенціалу підприємства у відповідному взаємозв'язку. Інформаційне та нормативно-правове забезпечення являє собою сукупність документів, які створюють нормативно-методичне і правове забезпечення функціонування управління фінансовими результатами та своєчасність отримання необхідної інформації. Ресурсне забезпечення передбачає оптимальність функціонування всіх систем механізму управління результатами діяльності, враховуючи загальну стратегію підприємства. Облікове та аналітичне забезпечення системи управління результатами діяльності ґрунтується на даних бухгалтерського та статистичного обліку.



Система реалізації включає процес управління оптимізацією витрат та максимізацією доходів підприємства. При цьому обов'язковим є дослідження факторів впливу зовнішнього та внутрішнього середовища на результати діяльності.

Зазначені складові механізму управління фінансовими результатами підприємства взаємодіють між собою за допомогою відповідних методів і важелів, які забезпечують процес управління необхідним інструментарієм.

Таким чином, механізм управління фінансовими результатами підприємства залежить якісної взаємодії всіх підсистем та елементів у межах кожної підсистеми та забезпечує ефективність всієї системи управління підприємством.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Сабліна Н. В.

Література: 1. Миколенко І. Г., Дігтяр В. Ю. Механізм формування фінансових результатів діяльності підприємства. *Економіка та суспільство*. 2021. № 32. URL: <https://www.economyandsociety.in.ua>. 2. Масюк Ю. В., Боюн В. Ю. Управління фінансовими результатами діяльності сільськогосподарського підприємства. *Економіка та держава*. 2021. № 10. С. 93–96. 3. Вороніна О. О. Управління фінансовим результатом промислового підприємства : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Харків, 2009. 25 с. 4. Говорушко Т. А. Теоретичні аспекти сутності управління фінансово-економічними результатами діяльності підприємства. URL: <http://dspace.nuft.edu.ua>. 5. Лесогорова В. Підвищення ефективності управління фінансовими результатами аграрного підприємства. URL: <http://confnarv.at.ua/>. 6. Худа В. В. Управління прибутком торговельних підприємств : автореф. дис. канд. екон. наук : 08.00.04. Київ, 2017. 24 с. 7. Побережець О. В. Механізм управління результатами діяльності промислового підприємства. *Економіка: реалії часу*. 2015. № 6 (22). С. 199–205 URL: <https://economics.net.ua/files/archive/2015/No6/199.pdf>.

Стаття надійшла до редакції 20.02.2023 р.



УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ЛОГІСТИЧНОГО СЕРВІСУ НА ПІДПРИЄМСТВІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

УДК 658.7

Вопілов Є. Р.

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

Анотація. У сьогоденних умовах ринку конкуренція між продавцями стала значно жорсткішою, тому, щоб стати одними з кращих на ринку, все більше продавців намагаються забезпечити високий рівень сервісного обслуговування товарів або послуг. Метою статті є теоретичне обґрунтування необхідності удосконалення логістичного сервісу.

Ключові слова: послуга, сервіс, логістика, логістичне обслуговування, конкуренція.





Annotation. *In today's market conditions, the competition between sellers has become much tougher. In order to become one of the best in the market, more and more sellers are trying to provide a high level of service for goods or services. The purpose of the article is the theoretical justification of the need to improve the logistics service in modern conditions.*

Keywords: *service, logistics, logistics services, competition.*



У сьогоднішніх умовах ринку конкуренція між продавцями стала значно жорсткішою. Щоб стати одними з кращих на ринку, все більше продавців намагаються забезпечити високий рівень сервісного обслуговування товарів або послуг. Сервісне обслуговування в окремих випадках стає рівнозначним і невід'ємним елементом конкурентоспроможності поряд із такими його складниками, як ціна та якість.

Логістика широко орієнтована на споживача. Її мета – доставка продукції точно в строк при мінімальних витратах на постачання, зберігання, виробництво, упаковку, збут, транспорт, завдяки чому значно поліпшуються умови функціонування всієї економіки. Реалізується головна мета логістики шляхом вирішення великого комплексу завдань.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Незважаючи на велику кількість публікацій і досліджень питання логістичного сервісу, його аспекти залишаються дискусійними, тому ця тема є актуальною і досі. Більшість учених розуміють логістичний сервіс як комплекс послуг. Таким чином, Ларина Р. Р. наголошує на тому, що логістичний сервіс є певною сукупністю послуг, які надаються в процесі безпосереднього постачання товарів споживачам, що є завершальним етапом просування матеріального потоку логістичними ланцюгами.

Схожою є думка Бутріна А. Г., який розуміє логістичний сервіс як сукупність послуг, що надаються в процесі безпосередньої поставки товарів споживачам на завершальному етапі ланцюга. Природа логістики передбачає надання різноманітних послуг споживачеві логістичного потоку. Логістичний сервіс нерозривно пов'язаний з забезпеченням попиту споживачів і, таким чином, на думку Дудар Т. Г., являє собою сукупність нематеріальних логістичних операцій в процесі управління логістичними потоками при оптимальному рівні витрат.

Метою статті є теоретичне обґрунтування принципів логістичного сервісу, які необхідно враховувати в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Логістичний сервіс являє собою здійснення комплексу послуг, супутніх матеріальному потоку на шляху його просування по логістичному ланцюгу, що забезпечують максимальне задоволення попиту споживачів найбільш оптимальним з точки зору витрат способом.

Більшість учених розуміють логістичний сервіс як комплекс послуг. На думку Лариної Р. Р., логістичний сервіс – це сукупність послуг, які надаються в процесі безпосереднього постачання товарів споживачам, що є завершальним етапом просування матеріального потоку логістичними ланцюгами [1]. Гайдабрус Н. В. вважає логістичний сервіс нематеріальним комплексом послуг, що супроводжуються постачанням товарів для максимального задоволення споживачів найбільш оптимальним з точки зору витрат способом [2]. Зубар Н. В. розуміє логістичний сервіс як забезпечення необхідного рівня задоволення вимог обслуговування споживачів за умови найнижчих сукупних витрат, що передбачає гарантоване отримання клієнтом продукту відповідної якості, кількості та асортименту у визначеному місці, у визначений за визначеною ціною [3]. Дудар Т. Г. визначає поняття логістичного сервісу як сукупність нематеріальних логістичних операцій, які забезпечують максимальне забезпечення попиту споживачів в процесі управління логістичними потоками при оптимальному рівні затрат. Зарубіжні науковці розглядають логістичний сервіс як процес [4]. Зокрема, Ламберт Д. та Сток Дж. визначають що це процес, який відбувається між споживачем, продавцем та третьою стороною [5].

Узагальнюючи, можна дійти висновку, що поняття логістичного сервісу є багатограним та розглядається з багатьох сторін, але немає найбільш повного та узагальнюючого поняття. Таким чином, логістичний сервіс – це комплекс послуг, що супроводжують постачання товарів з метою задоволення споживачів найбільш оптимальним з точки зору витрат способом.

Розвиток електронної торгівлі підвищив попит на логістичний сервіс, особливо доставку. Доставка «останньої милі» – термін, який використовують при вивченні логістичних операцій, в управлінні ланцюгами постачання для опису руху товарів і людей з початкового (нульового) транспортного вузла до кінцевого пункту призначення (отримання). Вперше термін «остання миля» («last mile delivery») почали використовувати в Америці в галузі телекомунікацій. Вчасна та якісна доставка стає важливішою, ніж будь-коли, через під-



вищення попиту онлайн-замовлень. Зосередившись на доставці «останньої милі», підприємства роздрібною торгівлі мають змогу забезпечити і гарантувати своїм клієнтам винятковий рівень обслуговування та пристосуватися до постійно мінливих умов роздрібною торгівлі.

Підтвердження актуальності проблем логістичного сервісу дає і досвід розвинених країн, в яких активно створюються і удосконалюються регіональні, національні та транснаціональні транспортно-логістичні системи, що забезпечують ефективні транспортні, науково-виробничі та постачальницько-збутові комунікації між економічними агентами.

Новий етап російсько-української війни став випробуванням для бізнесу. Більшість підприємств змушені переналаштуватися на інший режим роботи. Складнощі з вантажоперевезенням спонукали негайно трансформувати та оптимізувати бізнес-процеси. Один із ключових викликів, з якими змушені зіткнутися українські компанії, – переформування логістики.

Виклики для логістичної галузі з'явилися за декілька років до нового етапу російсько-української війни. Через пандемію ринок почав прискорено локалізуватися та переносити ланцюги постачання ближче до країни виробництва чи реалізації продукції. Але у 2022 році компанії змушені були приймати рішення максимально швидко. Попри проблеми, які існують, значна частина компаній продовжує працювати. Підприємці закупають товари за кордоном, переважно в Європі й Америці, та реалізують в Україні. Європейські й американські виробники вражають асортиментом, якістю товарів та доступними цінами, що робить імпорт продукції вигідним навіть з урахуванням витрат на логістику.

Послуги доставки з інтернет-магазинів, інтернет-аптек, інтернет-кафе та інших стала повсякденним помічником для багатьох українців. Але зі збільшенням попиту якість послуг почала падати. Більшість споживачів, які здійснюють покупки через інтернет-магазини, дуже ретельно вибирають логістичного оператора, аналізують відгуки щодо якості та швидкості доставки. На українському логістичному ринку існують ряд операторів, які співпрацюють із інтернет-магазинами. Серед них: «Нова Пошта», «МістЕкспрес», «Justin», «НП Логістик», «LogisticPlus», «Укрпошта» та інші. Виробники, які націлені бути успішними та конкурентоспроможними, теж ретельно слідкують за діяльністю логістичних організацій, за їх розвитком та нововведеннями, щоб вчасно оцінити й уникнути численних витрат. За даними Української асоціації дірект-маркетингу, лідером у цій галузі є «Нова Пошта», логістичний сервіс якої стає прикладом для інших операторів, які націлені на результат. Якщо згадати, то декілька років тому доставка «Укрпоштою» була схожа на лотерею, дійде – не дійде. Грати в таку лотерею, втрачаючи клієнтів, лідери e-commerce та і самі клієнти не були готові. Але декілька років тому інтернет-магазини, такі як, наприклад, Prom, Lamoda, Rozetka, LeBoutique, Parfums.ua, Yakaboo, Makeup і інші, стали пропонувати доставку «Укрпоштою». Одним з нововведень, які запропонувала «Укрпошта» клієнтам, – це гарантована доставка на наступний день в містах і районах обласного сполучення.

Сьогодні перед підприємствами, що працюють на логістичному сервісі, стоїть завдання знайти ефективні рішення, що дозволили би швидко виконувати замовлення в умовах сьогодення. Комендантські години, блокпости, огляди, – все це ускладнює перевезення вантажів. Крім того, необхідно заздалегідь планувати запасні маршрути, оскільки є ризик нових атак. Тому детальне вивчення, аналіз і освітлення проблемних питань, завдань та функцій логістичного сервісу, ключових методів підвищення якості логістичного сервісу підприємства, оцінка якості логістичного сервісу дає змогу знайти вирішення питань удосконалення логістичного сервісу.

Проаналізувавши всі завдання і принципи логістичного сервісу, можна зробити висновок, що обслуговування споживачів у процесі реалізації замовлень часто є вирішальним інструментом маркетингу і стратегічним засобом поліпшення конкурентних позицій на товарному ринку.

Питанням удосконалення логістичного обслуговування необхідно надавати першочергового значення тому, що установка на вдосконалення сервісу повинна діяти у всьому логістичному ланцюгу, гармонізуючи взаємозв'язок між технологічними компонентами і елементами логістичних систем. При організації логістики має виконуватися вісім її правил: потрібний вантаж, потрібної якості і кількості повинен бути доставлений в потрібний час, потрібне місце, потрібного споживачеві з мінімальними витратами і системою обслуговування, визначеної для даного замовлення.

Висновки. Це дослідження є підґрунтям для практичних засад удосконалення логістичного сервісу. Щоб займати лідируючі позиції на ринку, необхідно надавати якісний логістичний сервіс клієнтам, постійно контролювати зміни в запитах клієнтів і пропонувати нові послуги.



Логістичним компаніям, як і іншим підприємствам, необхідно переформувати свою діяльність до нової реальності, в якій звичний ритм життя сповільнюється. В Україні у клієнтів підвищені вимоги до швидкості взаємодії, доставки і, можливо, їх треба буде переглядати з урахуванням всіх факторів. Тому постачальникам логістичних послуг необхідно вдосконалювати свій сервіс за рахунок інновацій та он-лайн-послуг.

До початку війни логістична сфера розвивалася стрімко, хоча й не без ускладнень. Треба розуміти, що військовий та економічний фронти є різними, але вони взаємопов'язані. Кожен зараз на своєму полі бою, а представники логістичної галузі, своєю чергою, забезпечують постачання в населені пункти усього необхідного, аби міста й села могли жити життям, максимально наближеним до довоєнного. Зараз важко говорити про динамічний розвиток логістичної сфери, але зрозуміло, що швидкість і зваженість приймання рішень, трансформування та оптимізація бізнес-процесів – це рішення для удосконалення логістичного сервісу підприємств в сьогоденних умовах.

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

Література: 1. Ларіна Р. Р. Логістика : навч. посіб. Донецьк : ВІК, 2005. 335 с. 2. Гайдабрус Н. В., Біловодська О. А. Аналіз сервісу як складової логістичного забезпечення інноваційної діяльності підприємства. *Проблеми науки*. 2013. № 2. С. 37–44. 3. Зубар Н. М., Григорак М. Ю. Логістика у ресторанному господарстві : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2010. 312 с. 4. Дудар Т. Г., Волошин Р. В. Основи логістики : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2012. 202 с. 5. Сток Дж. Р., Ламберт Д. М. Стратегическое управление логистикой. Москва : Инфра-М, 2005. 830 с.

Стаття надійшла до редакції 14.03.2023 р.



ОСОБЛИВОСТІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 658:005.334

Воробйов В. В.

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

Анотація. У статті розглянуто зміни питань антикризового управління підприємства, чинники невизначеності та ефективності антикризового управління підприємством. Також розглянуто сутність поняття «антикризове управління», зроблено аналіз оцінки учених відносно зрозуміння значення антикризового менеджменту та його суті у життєдіяльності підприємства.

Ключові слова: криза, антикризове управління, ефективність, невизначеність.



Annotation. This article examines changes in issues of anti-crisis management of the enterprise, factors of uncertainty and effectiveness of anti-crisis management of the enterprise. The essence of the concept of «anti-crisis management» was also considered, an analysis of the assessment of scientists regarding the understanding of the importance of anti-crisis management and its essence in the life of the enterprise was made.

Keywords: crisis, anti-crisis management, efficiency, uncertainty.





Факт повномасштабного вторгнення до України викликає динамічні зміни у ринковому середовищі та нестабільність, це призводить до негативних явищ, які, своєю чергою, мають негативний вплив на функціонування підприємств. Ще однією причиною є недостатній професійний рівень управлінського персоналу, який повинен був адаптувати працю підприємств під сучасні умови.

Залежно від причин виникнення кризи настають унаслідок об'єктивних чинників, які зумовлені настанням однієї із фаз життєвого циклу підприємства, чи обставинами, які були викликані зовнішніми чи внутрішніми чинниками. Тому для запобігання новій кризі потрібно застосовувати аналіз і планування, щоб забезпечити подальші перспективи розвитку підприємства.

Усі чинники, наведені вище, зумовили значну актуальність і велике практичне значення щодо дослідження умов виникнення криз у підприємствах та застосування антикризового управління, щоб запобігти та подолати їх наслідки.

Теоретичні та прикладні засади, проблематика й основні питання антикризового управління підприємствами стали предметом наукових досліджень низки учених, серед них: Крутова А., Михалюк Н., Василенко В., Скібіцький О., Лігоченко Л., Войнаренко М. та ін.

Однак проблематика антикризового управління пов'язана з формуванням механізму антикризового управління у підприємствах, незважаючи на кількість досліджень у цій сфері, висновки авторів цих досліджень розбігаються.

Метою статті є вивчення й обґрунтування теоретичних питань антикризового управління, а також вивчення способів запобігання кризі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Питання антикризового управління зазнають деяких змін в умовах посилення конкурентної боротьби та поглиблення нестабільності в світі, ці зміни відбуваються за такими напрямками:

- моніторинг ринку, зіставлення існуючих стратегій антикризового менеджменту та маркетингу з потребами ринку; у сфері реорганізації, маркетингу та фінансового оздоровлення компаній, виникає велика потреба у наявності аналітичного матеріалу, щоб проводити комплексний аналіз та приймати управлінські рішення;

- при появі ознак загрози чи самої загрози банкрутства та розборки сценаріїв при плануванні діяльності підприємства з'явилася необхідність використовувати більш ширші методи прогнозування банкрутства.

На будь-який суб'єкт підприємницької діяльності впливають чинники невизначеності, які також присутні і у самому процесі антикризового управління. Потрібно визначити передумови для виникнення невизначеності в управлінні підприємством, серед них основними є:

- невчасне коригування стратегії розвитку підприємства;
- цілий рад причин, який може призвести до неправильної оцінки економічного стану підприємства та його місця на конкурентному ринку;
- відсутність оцінки кінцевого результату діяльності підприємства та його системи контролю;
- відсутність розгорнутого інформаційного забезпечення про можливості розвитку підприємства та ринку, а також рішень, прийнятих на її підставі;
- відсутність чіткого формулювання цілей фінансового оздоровлення підприємства та неправильні вибори пріоритетів у цілях, які можуть бути викликані присутністю низки альтернативних цілей антикризової програми підприємства;
- розмитість у визначенні необхідних виробничих, фінансових чи матеріальних ресурсів і часового відрізка, на який повинна розроблятися антикризова стратегія підприємства.

У складних, кризових умовах, антикризова стратегія підприємства повинна формуватися з урахуванням усіх зазначених вище передумов «виникнення невизначеності на кожному з етапів фінансового оздоровлення: на етапі визначення періоду антикризової стратегії, яка розробляється, на етапі формування стратегічних цілей фінансового оздоровлення, при розробці шляхів реалізації стратегії антикризового управління» [1].

Система антикризового управління базується на таких основних принципах:

1. адекватна оцінка небезпеки, яка загрожує підприємству;
2. повне залучення потенціалу підприємства для виходу з кризових ситуацій;



3. вчасна діагностика кризових явищ і ситуацій, які виникають у функціонуванні підприємства;
4. негайне реагування на виникнення кризових явищ.

На будь-якому підприємстві інколи виникають кризові ситуації, що несуть загрозу життєдіяльності підприємства, для запобігання пагубному впливу кризових процесів на організацію застосовується антикризове управління. Отже, процес антикризового управління – це дії, які спрямовані не тільки на вирішення проблем, що були спричинені кризовими ситуаціями чи виводу підприємства із кризового стану, а і дії для запобігання цим ситуаціям.

Щодо визначення сутності антикризового управління, то вже існує багато його інтерпретацій. Аналізуючи визначення, які були відображені у працях міжнародних та вітчизняних науковців, можна зробити висновок, що антикризове управління – це функція менеджменту. Ця функція допомагає забезпечити високий рівень платоспроможності, зменшити впливання кризи, ліквідувати її наслідки на підприємстві або зовсім уникнути кризових ситуацій.

Існують різні варіанти визначення сутності та змісту антикризового управління (табл. 1).

Таблиця 1

Варіанти визначення сутності антикризового управління

Автор	Сутність поняття «антикризове управління»
Г. М. Романюк [2, с. 9]	Управлінська система комплексного характеру, що запобігає кризовим явищам, виявляє тип кризи, її стадії та логіку, перебіг, сценарії її майбутнього розвитку, визначає інструменти, що допомагають подолати кризу для продовження функціонування підприємства
О. М. Скібіцький [4, с. 9]	Управління, що спрямоване на запобігання ймовірним серйозним ускладненням діяльності підприємства, забезпечення його успішного функціонування
В. І. Кошкін [2, с. 26]	1) Комплекс запобіжних заходів, що спрямовані на запобігання кризи: системний аналіз сильних і слабких сторін фірми, впровадження системи превентивних заходів, оцінювання можливості банкрутства та управління ризиками. 2) Система управління підприємством, що має вивести його з кризи, у тому числі за допомогою санації чи реструктуризації фірми
А. В. Череп [2, с. 26]	Комплексна система заходів, що зосереджується на запобіганні кризи та забезпеченні обставин, які б усували передумови і наслідки її появи згідно з прогнозуванням соціально-економічного розвитку підприємства, та втіленням антикризової стратегії для зміцнення конкурентних позицій підприємства в умовах ринку
О. О. Терещенко [2, с. 26]	Процес управління фінансовими й економічними ризиками, а також фінансовою санацією для профілактики та нейтралізації кризи і забезпечення безперервного функціонування підприємства за допомоги методів і прийомів управління фінансами
В. О. Василенко [3, с. 16]	Таке управління, яке передбачає загрозу кризи, аналізує її симптоми, пропонує заходи для зменшення дії негативних наслідків кризи та застосовує використання цих наслідків для позитивного розвитку
Л. О. Лігоненко [5, с. 28]	Спеціальне, постійно діюче управління, спрямоване на найоперативніше виявлення прикмет кризового стану, для створення відповідних умов, щоб його своєчасно подолати і забезпечити відновлення життєздатності підприємства та недопущення його банкрутства

Функції антикризового управління розкриваються через дії, які потрібно зробити, щоб успішно керувати підприємством в умовах кризи, що тільки насувається, в умовах самої кризи та у післякризовий період. У міру здобуття цілей антикризового управління можна визначити його ефективність (рис. 1).

В економічній теорії західних країн термін «антикризове управління» (crisis management) має такі поширені значення:

1. Turnaround management – це процес, який призначено для фінансового оздоровлення підприємства.
2. Financial recovery – це процес фінансового оздоровлення підприємства, тобто процес оздоровлення його фінансів.
3. Corporate recovery – це процес реалізації комплексних антикризових заходів для оздоровлення організації за допомогою менеджменту або консалтингових фірм у рамках законодавства корпорації [2, с. 15].
4. Financial recovery – це процес фінансового оздоровлення підприємства, тобто процес оздоровлення його фінансів.
5. Corporate recovery – це процес реалізації комплексних антикризових заходів для оздоровлення організації за допомогою менеджменту або консалтингових фірм у рамках законодавства корпорації [2, с. 15].

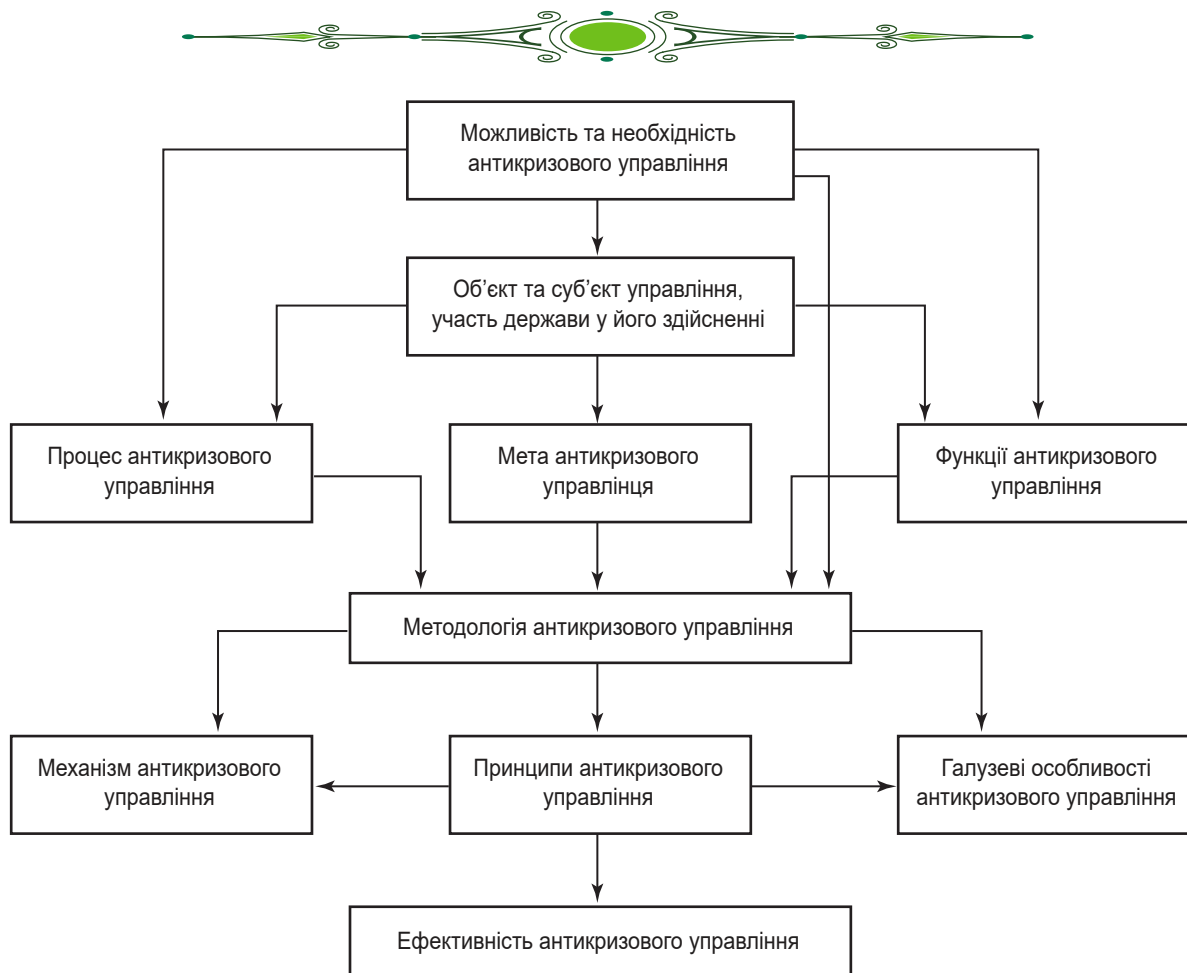


Рис. 1. Ефективність антикризового управління підприємством

Формулювання щодо змістового навантаження антикризового управління можна узагальнити у його особливостях:

- процес пошуку інноваційних здобутків у всіх сферах діяльності підприємства – це основа антикризового управління;
- антикризове управління має бути невід’ємною частиною загальної стратегії фірми;
- забезпечення стійкості підприємства в умовах динамічно змінного оточення – це основна мета антикризового управління;
- антикризове управління повинне своєчасно та результативно реагувати на зміни зовнішнього середовища [3, с. 56–59].

Тобто об’єктом антикризового управління є поява та поширення кризи, що розвивається на підприємстві, її усунення та запобігання повернення у майбутньому, а суб’єкт – це управлінський персонал підприємства, який приводить у дію антикризові заходи.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у цьому напрямі. Отже, щоб оцінювати вплив кризових явищ на підприємство, потрібно розуміти не тільки причини їх появи, а й наслідки, до яких вони можуть призвести, ними можуть стати не тільки руйнування підприємства, а й його оновлення, оздоровлення та виникнення нового витка кризи. Для запобігання дурному впливу цих процесів на підприємство і були розроблені антикризові заходи, які дозволяють менеджерам здійснювати свої функції так, щоб оптимально усувати усі проблеми.

Тобто антикризове управління підприємством являє собою комплекс заходів, які допомагають підприємству оптимально існувати та усувати усі проблеми, які можуть виникнути під час цього існування.



Література: 1. Крутова А., Лачкова Л., Ставерська Т. та ін. Управління фінансовою безпекою підприємств торгівлі в умовах невизначеності : кол. моногр. / за заг. ред. А. С. Крутової. Харків : Видав. Іванченко І. С., 2017. 264 с. 2. Планування діяльності підприємств : навч. посіб. / за ред. Н. І. Михалюк. Львів : Новий світ – 2000, 2015. 620 с. 3. Василенко В. О. Антикризове управління підприємством : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2003. 504 с. 4. Скібіцький О. М. Антикризівий менеджмент : навч. посіб. Київ : Центр учб. літ., 2009. 568 с. 5. Лігоненко Л. О. Антикризове управління підприємством : підручник. Київ : КНТЕУ, 2005. 824 с. 6. Войнаренко М. П., Єпіфанова І. Ю. Управління інвестиційною діяльністю промислових підприємств : монографія. Вінниця : ВНТУ, 2011. 188 с.

Стаття надійшла до редакції 14.03.2023 р.



ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 336.71

Гаркавий Д. М.

Студент 4 курсу
факультету фінансів і обліку, ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті проаналізовано економічну категорію «Вартість підприємства». Розглянуто підходи, що використовуються при оцінці вартості підприємства. Наведено позитивні та негативні сторони прибуткового підходу до оцінки вартості підприємства, сфери його застосування. Наведено методики розрахунку оцінки вартості підприємства.

Ключові слова: вартість підприємства, прибутковий підхід, порівняльний підхід, витратний підхід, коефіцієнт дисконтування, ліквідаційна вартість.



Annotation. The article analyzes the economic category «Cost of the enterprise». The approaches used in estimating the value of the enterprise are considered. The positive and negative sides of the profitable approach to estimating the value of the enterprise and its scope of application are given. Methodology for calculating the value of the enterprise is given.

Keywords: enterprise value, income approach, comparative approach, cost approach, discount factor, liquidation value.



Поступальний розвиток сучасної економіки неможливий без ефективного функціонування інституту оцінки вартості підприємства. З розвитком ринкових відносин постійно розширюється коло економічних операцій, які потребують використання оціночних процедур. Нині все частіше визнається, що саме вартість має бути критерієм ефективності проведення структурних перетворень підприємств. У зв'язку з цим значно зростає потреба в оцінці вартості підприємств, що знаходяться в процесі реорганізації та реструктуризації діяльності.

Представниками вітчизняної економічної школи, які займаються дослідженнями питань оцінки вартості, є В. Н. Гавва, І. А. Єгерев, О. Г. Мендрул, О. О. Терещенко, В. С. Пономаренко, Н. А. Мамонтова. Представниками зарубіжної економічної школи, які займаються дослідженнями питань оцінки вартості, є Г. Брейлі, Г. М. Десмонд, Т. Коллер, Т. Коупленд, Р. Е. Келлі, М. Кехілл, С. Майерс, Дж. Муррін, Ш. П. Пратт, Г. В. Елред, Є. В. Шпілевська, О. М. Щербакова.



Основними підходами до оцінки вартості підприємства є дохідний, порівняльний та витратний. Розглянемо докладніше кожен із підходів.

При оцінці вартості підприємства на основі дохідного підходу основним чинником, що визначає вартість, є дохід підприємства. Чим вищий рівень доходів, які приносить об'єкт, що оцінюється, тим вища його вартість на ринку. При цьому враховується термін отримання доходу, ступінь і види ризиків, пов'язаних із його отриманням.

Оцінюючи підприємство на основі дохідного підходу, воно розглядається не як сукупність майна або як діяльність, здатна принести прибуток. При використанні в якості бази для оцінки вартості підприємства планових доходів майбутніх періодів необхідно враховувати положення концепції зміни вартості грошей у часі, виходячи з якої грошова сума, отримана в поточний період часу має більшу цінність, ніж така сама сума, отримана в майбутньому.

Прибутковий підхід – це комплекс методів оцінки вартості підприємства, які засновані на визначенні запланованих доходів, отриманих від використання об'єкта, що оцінюється [3].

У загальному вигляді переваги та недоліки прибуткового підходу до оцінки вартості підприємства відображені у табл. 1.

Таблиця 1

Переваги та недоліки дохідного підходу

Переваги	Недоліки
<ul style="list-style-type: none"> – Враховує основну мету діяльності підприємства та інтереси інвесторів – отримання прибутку. – Відображає перспективи розвитку підприємства, майбутні очікування. – Враховує економічне старіння об'єктів. – Через ставку дисконту бере до уваги ринковий аспект, рівень ризику та інфляційні тенденції. – Результати прибуткового підходу дозволяють керівникам підприємств виявляти проблеми, що гальмують розвиток бізнесу. – Дозволяє ухвалювати рішення, спрямовані на зростання доходу 	<ul style="list-style-type: none"> – Характеризується трудомісткістю та потребує високої кваліфікації оцінювачів. – Властивий високий рівень суб'єктивізму під час прогнозування доходів. – На точність прогнозу впливає стабільність зовнішнього економічного середовища. – Висока частка ймовірностей та умовностей. – Великий вплив факторів ризику на прогнозований дохід. – Проблематично достовірне визначення реального доходу. – Не враховує вартість майна підприємства. – Складний облік непрофільних і надлишкових активів. – Не враховує кон'юнктури ринку. – Носить імовірнісний характер. – Некоректною є оцінка збиткових підприємств

Джерело: [5]

Основним принципом прибуткового підходу можна назвати принцип очікування, тому що під вартістю підприємства розуміється поточна вартість прав, які принесуть очікуваний зиск для свого власника.

Основними факторами вартості при прибутковому підході є: перспективи підприємства; рівень доходів; частка капіталу, здатного приносити прибуток; рівень доходів; ступінь ризику.

Прибутковий підхід використовується у випадках, коли підприємство, що оцінюється, після перепродажу новому власнику не планується закривати (ліквідувати). Цей підхід розглядає підприємство як сукупність наступних факторів: збутові та закупівельні лінії компанії; доступні підприємству технології виробництва, а також патенти та ліцензії; майновий комплекс, необхідний для функціонування бізнесу; кваліфікований та навчений персонал.

Складністю дохідного підходу є процес перетворення величини доходу підприємства на її вартість. У рамках дохідного підходу існує два методи такого перетворення: метод дисконтованих грошових потоків і метод капіталізації доходу (рис. 1).

Сутність обох методів полягає у прогнозуванні доходів підприємства у майбутніх періодах і приведення їх до поточної вартості. Відмінні методи за способом трансформації: дисконтування чи капіталізація.

Галузі застосування методів дохідного підходу наведено в табл. 2.

Саме ці чинники враховуються під час використання методу дисконтування грошових потоків. Цей метод ґрунтується на припущенні про те, що сума грошей, яку інвестор готовий буде віддати за дане підприємство,



визначається шляхом прогнозування його доходів у майбутньому, які інвестор отримає від володіння таким підприємством [3, с. 64].

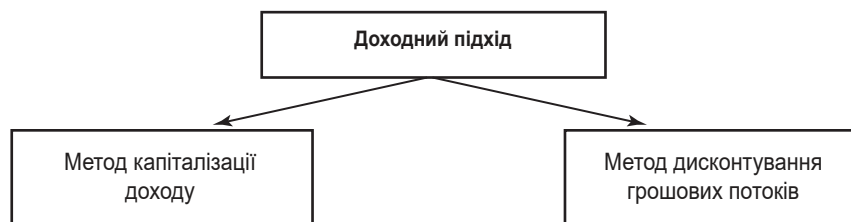


Рис. 1. Методи доходного підходу [2]

Таблиця 2

Галузі застосування методів доходного підходу

Метод дисконтування грошових потоків	Метод капіталізації доходів
<ul style="list-style-type: none"> - Потенціал підприємства отримувати дохід суттєво підвищує її вартість. - Очікується, що дохід у майбутньому істотно відрізнятиметься від поточного рівня. - Майбутній дохід підприємства можна достовірно передбачити. - Доходи протягом усього прогнозного періоду будуть значними та позитивними. - Дохід останнього року прогнозного періоду буде значним і позитивним. - Потоки доходів і витрат мають сезонний характер. - Підприємство має певну історію. Підприємство є великим функціональним комерційним об'єктом. - Підприємство є об'єктом придбання. - Оцінка провадиться з метою управління підприємством через вартість 	<ul style="list-style-type: none"> - Підприємство перебуває у стійкому стані. - Оцінювач має достовірні дані для оцінки майбутніх доходів. - Дохід підприємства, що оцінюється, значний і позитивний. - Очікується, що дохід у майбутньому приблизно дорівнює поточному рівню. - Прогнозовані темпи зростання доходу незначні та передбачувані. - Здатність підприємства заробляти дохід суттєво підвищує його вартість. - Вартість підприємства суттєво збільшується за рахунок наявності кваліфікованої праці та нематеріальних активів. - Підприємство нещодавно утворене, його бізнес лише розпочинається

Джерело: [5]

Метод дисконтування грошових потоків передбачає визначення вартості підприємства як суми вигід, які можна отримати від володіння підприємства у майбутньому, наведеної до поточної вартості.

Вартість підприємства за методом дисконтованих грошових потоків розраховується за формулою (1):

$$C_{np} = Пч_1 \times a_1 + \dots + Пч_n \times a_n, \tag{1}$$

де C_{np} – вартість підприємства;
 $Пч$ – чистий прибуток підприємства;
 a – коефіцієнт дисконтування;
 n – порядковий номер періоду оцінки.

Коефіцієнт дисконтування розраховується за формулою (2):

$$a_n = \frac{1}{(1+r)^n}, \tag{2}$$

де r – ставка дисконту;
 n – порядковий номер періоду оцінки.

Ставка дисконту розраховується за формулою (3):

$$r = WACC + i + WACC \times \frac{i}{100}, \tag{3}$$

де r – ставка дисконту;



WACC – середньозважена вартість капіталу;

I – рівень інфляції.

Середньозважена вартість капіталу розраховується за формулою (4):

$$WACC = k_{зк} \times \frac{ЗК}{СК + ЗК} \times (1 - T) + k_{ск} \times \frac{СК}{СК + ЗК}, \quad (4)$$

де WACC – середньозважена вартість капіталу;

$k_{зк}$ – відсоткова ставка за позиковим капіталом;

$k_{ск}$ – відсоткова ставка за власним капіталом;

T – ставка податку на прибуток;

ЗК – сума позикового капіталу підприємства;

СК – сума власного капіталу підприємства.

Метод капіталізації доходу передбачає перерахунок прибутку за допомогою відповідного коефіцієнта капіталізації в єдину суму поточної вартості. Ця сума і визначає вартість підприємства.

Сутність методу капіталізації доходу виражається формулою (5):

$$C_{np} = \frac{Пч}{K_k}, \quad (5)$$

де C_{np} – вартість оцінюваного підприємства;

Пч – чистий прибуток (збиток) підприємства за рік;

K_k – коефіцієнт капіталізації.

Коефіцієнт капіталізації дозволяє перетворити річний прибуток підприємства на його вартість.

Сутність порівняльного підходу полягає у порівнянні оцінюваного підприємства з підприємствами-аналогами, інформація про вартість яких доступна та відома. Порівняльний підхід включає такі методи: ринку капіталу, угод і галузевих коефіцієнтів (рис. 2).



Рис. 2. Методи порівняльного підходу [2]

Метод ринку капіталу ґрунтується на ринкових цінах аналогічних компаній. У разі діє принцип заміщення, при якому інвестор може придбати або оцінювану компанію, або аналогічну.

При оцінці вартості підприємства за методом угод аналізується ціна придбання контрольних пакетів акцій подібних підприємств.

Метод галузевих коефіцієнтів оцінює вартість підприємства за формулами, розробленими на основі статистичних даних по галузі.

Витратний підхід до оцінки вартості підприємства полягає у визначенні вартості виходячи з понесених витрат.

Основна ідея витратного підходу полягає у тому, що власник підприємства, реалізованого на ринку, зобов'язаний цілком компенсувати власні витрати, пов'язані зі створенням підприємства. Цей підхід побудований на тому, що покупець не заплатить за підприємство суму більшу, ніж та, за якою йому обійдеться придбання аналогічної ділянки під забудову [5].

Витратний підхід представлений двома основними методами: метод вартості чистих активів та метод ліквідаційної вартості (рис. 3).

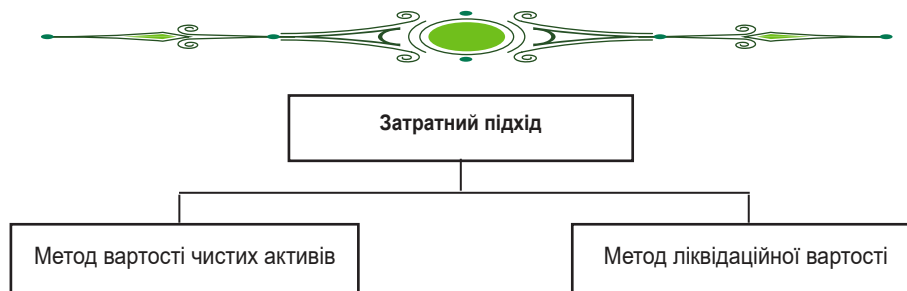


Рис. 3. **Методи витратного підходу** [2]

Сутність методу чистих активів полягає у визначенні ринкової вартості активів підприємства та відніманні зобов'язань підприємства, скоригованих на величину поточної вартості. Передбачається, що ринкова вартість підприємства визначається переважно величиною майнової цінності її активів.

Метод ліквідаційної вартості застосовується, коли підприємство знаходиться на стадії банкрутства, або є сумніви про можливість подальшого функціонування підприємства і приймається рішення про його закриття.

Ліквідаційна вартість підприємства розраховується за формулою (6):

$$C_{np} = C_A + Пч \times ЗК, \quad (6)$$

де C_{np} – вартість підприємства;

C_A – вартість активів підприємства;

$Пч$ – чистий прибуток (збиток) за період;

$ЗК$ – позиковий капітал підприємства.

Таким чином, узагальнивши наявні підходи до оцінки підприємства, можна зробити висновок про доцільність використання декількох методів, оскільки реальна вартість підприємства знаходиться в проміжку між максимальною за величиною оцінкою та мінімальною.

Отже, жоден із перерахованих підходів не взаємовиключний, а, навпаки, доповнює один одного; вартість підприємства істотно залежить від того, що планують зацікавлені сторони щодо об'єкта оцінки, також їх готовність ризикувати; визначення вартості підприємства необхідне, щоб зрозуміти різницю між припущенням про наявну вартість конкретного підприємства та її точним розрахунком.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Сабліна Н. В.

Література: 1. Бочаров В. В., Самонова И. Н., Макарова В. А. Управление стоимостью бизнеса : учеб. Пособие. Санкт-Петербург : Изд-во СПбГУЭФ, 2009. 124 с. 2. Гриценко О. А. Оцінка вартості бізнесу. Харків : Нац. ун-т ім. Ярослава Мудрого, 2020. 32 с. 3. Гурунян Т. В., Щербина О. Ю. Оценка стоимости бизнеса (предприятия) : учеб. пособие. Новосибирск : Изд-во СибАГС, 2015. 259 с. 4. Бабій О. М., Малишко В. С., Пудичева Г. О. Управління вартістю підприємства : навч. посіб. Одеса : ОНЕУ, 2016. 207 с. 5. Полтініна О. П. Управління вартістю підприємства : навч. посіб. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2017. 140 с.

Стаття надійшла до редакції 20.02.2023 р.



CURRENT ISSUES REGARDING THE DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL TRANSPORTATION IN THE CONDITIONS OF MARTIAL LAW

UDC 656.022

V. Holubova

Bachelor's student of 4 years of study
of the Faculty of International Relations and Journalism KhNEU them. S. Kuznets

Annotation. The article examines the issue of the development of international transportation under martial law. The issue of air transportation was analyzed. It is noted that in the conditions of wartime, the peculiarities of ground transportation were formed both during transportation by road transport and during transportation by railway transport. It was concluded that the conducted analysis of the features of the institution of transportation in the conditions of martial law makes it possible to assert that the government is doing everything possible to simplify those types of transportation that in the conditions of war can really function and bring benefits to society and the state.

Keywords: transportation by road, transportation by rail, transportation by water, transportation by air, cargo transportation contract, passenger and baggage transportation contract, martial law.



Анотація. У статті розглянуто питання щодо розвитку міжнародних перевезень в умовах воєнного стану. Проаналізовано питання щодо перевезень повітряним транспортом (авіаперевезень). Зазначено, що в умовах воєнного часу сформувалися особливості наземних перевезень як при перевезенні автомобільним транспортом, так і при перевезенні залізничним транспортом. Зроблено висновок, що проведений аналіз особливостей інституту перевезень в умовах воєнного стану дає можливість стверджувати, що уряд робить все можливе, аби спростити ті види перевезень, які в умовах війни можуть реально функціонувати та приносити користь суспільству й державі.

Ключові слова: перевезення автомобільним транспортом, перевезення залізничним транспортом, перевезення водним транспортом, перевезення повітряним транспортом, договір перевезення вантажу, договір перевезення пасажирів та багажу, воєнний стан.



Transportation as such, and transportation contracts, in particular, directly depend on the situation in the country (economic, political, environmental, etc.). We cannot imagine life without transportation, because every day we encounter passenger transportation, or transportation of goods, luggage, and mail. Moreover, transportation can be carried out by land, water or air modes of transport. Since 2014, as a result of the annexation of Crimea and the beginning of the war in the east of Ukraine, we have only lost economically (and this is confirmed by the reports of international organizations), because we were limited in some opportunities, in particular, the supply of goods, the full use of resources, etc., which affected the confidence of investors in the economy of Ukraine. At the same time, there were projects that were designed to increase the level of providing such a service as transportation, in particular, the construction and renewal of highways. Since February 24 of this year, all of Ukraine felt what a real war is like. Some regions were less affected, some very badly.

The introduction of martial law on the territory of Ukraine was the result of a large number of changes, including those of a legal nature. There was a rapid predominance of public interest over private interest, the need to live by "new rules" with various restrictions, in particular, the interests of private individuals. As for transportation, significant changes have taken place in absolutely all their types, new "rules" or restrictions have been introduced, some types of transportation (such as air transportation) have ceased to be used altogether. All of the above indicates the relevance and timeliness of the analysis of issues transportation as such, and transportation contracts in wartime conditions, the realities of their conclusion and execution [1; 2].

Step 1. Maritime transport under martial law.

As a result of the full-scale invasion of the aggressor country on the territory of Ukraine, all spheres of life "froze" or began to function in a different way. This also applies to transportation as such.



One of the important directions of economic development in Ukraine was the industry of shipping and air transport. The war that is taking place today on the territory of Ukraine has severely undermined the development of these industries, and not only in Ukraine.

In particular, in the international aspect, delivery routes are overlapping, logistics companies are effectively suspending their services, and air freight rates are rising rapidly, as reported by suppliers. This has had (and continues to have) a negative impact not only on the economic situation in Ukraine, but also on the situation in the whole world! Thus, as a result of the closure of shipping in and out of the Sea of Azov, there was a large accumulation of ships waiting to pass through the Kerch Strait. Given that 70% of Ukrainian exports are carried out by sea, traffic jams are constantly increasing. Part of the Black and Azov seas are dangerous or impassable [3]. The missile strikes on ships, the arrests of ships and the blocking of routes for commercial shipping" that have taken place also have a negative impact on the situation. The danger of transporting goods at this level is too high, because we are talking not only about possible material damage, but also about the possibility of injury or killing of sailors.

Odesa port, as the largest in Ukraine and the main grain export port, is used as much as possible in the current situation. However, experts already note that by the end of the agreement, they will not have time to export all the necessary grain. However, against the background of the mined sea and the fact that nothing worked at all (before the agreement), it can be argued that the current situation is acceptable. Another problem in this context is rapidly increasing prices. In particular, this is related to additional "rules" that were introduced during the execution of this agreement, a kind of monopolization of the process; increase by insurers of the premium for the delivery of goods in the Black Sea.

Step 2. Air transport under martial law.

As for air transportation, the closure of the airspace over Ukraine for civilian flights and the avoidance of Russian airspace by airlines, etc., also have negative consequences [4]. In the context of the world, this is a rapid increase in tariffs for air transportation. After all, logistics connections have changed, shippers have a double load, many flights have been canceled, as a result of which the carrying capacity provided by carriers has sharply decreased.

It should be noted that the introduction of martial law affected not only international transportation, but also domestic transportation.

Step 3. Ground transportation under martial law.

As for ground transportation, there are also peculiarities here, both when transporting by road transport and when transporting by rail. If we talk about the transportation of goods, then in wartime conditions, in addition to the need to ensure the contracts for the supply of goods, both within the region, international obligations (as far as possible), there was an urgent need to provide goods to the affected regions, to organize the rapid delivery of humanitarian aid (water, food, clothing, medicine, etc.) in order to prevent a humanitarian disaster. Here we are talking about both international transportation and transportation within the country, to particularly dangerous regions, in particular. Thus, at the beginning of March 2022, the government approved resolutions concerning the passage of humanitarian aid through the customs border of Ukraine under martial law conditions [5] and features of the implementation of humanitarian aid, which is transported by railway transport in conditions of martial law [6]. In particular, during the period of martial law, the passage of humanitarian aid from donors through the customs border of Ukraine is carried out at the point of crossing the customs border of Ukraine by submitting a declaration filled out by the person transporting the relevant goods, without applying measures of non-tariff regulation of foreign economic activity.

Step 4. Transportation of humanitarian aid by railroad transport under martial law.

As for the transportation of humanitarian aid by rail transport, the resolution provided for the possibility of classifying goods as such aid, for which the accompanying and/or transport documents contain a corresponding entry that such goods belong to humanitarian aid. JSC "Ukrzaliznytsia" acts as a recipient of humanitarian goods and is not a recipient of humanitarian aid in the sense of the Law of Ukraine "On Humanitarian Aid" [6]. The analyzed resolution of the CMU determined the peculiarities, taking into account which JSC "Ukrzaliznytsia" carries out the transportation of humanitarian cargo, in particular: carrying out transportation taking into account the sequence of receipt of applications of recipients of humanitarian aid to the railway stations of destination for direct transfer to recipients of humanitarian aid on the basis of applications and/or to motor carriers authorized by such recipients; conclusion of contracts in electronic form by recipients of humanitarian aid on the organization of railway transportation of humanitarian goods. Therefore, it can be stated that the procedure of transportation humanitarian aid by both rail and road transport is simplified as much as possible, and the driver can fill out the declaration by clicking on the



appropriate electronic link. As we can see, information technologies also help us as quickly as possible and to process the necessary information in a high-quality way, to help more people in such a difficult time.

The conducted analysis of the peculiarities of the institution of transportation in the conditions of martial law makes it possible to state that the government is doing everything possible to simplify those types of transportation that can actually function and benefit the society and the state in the conditions of war. Simplification of relevant procedures, provision of the possibility of issuing documentation in electronic form, conclusion of new agreements (such as visa-free) have a positive effect on the development of the transport sector, in particular, and the economy, as a whole. Gives strength and encouragement to carriers and everyone who takes part in this process, helps to believe in a peaceful future!

Supervisor – Doctor of Economics, Professor Ivashchenko G. A.

Literature: 1. Павлюк С. М. Правове регулювання перевезення вантажів у прямому змішаному сполученні : дис. ... д-ра філос. : 081. Вінниця, 2020. 2. Сірко Р. Б. Відповідальність учасників цивільних правовідносин, що виникають з перевезення вантажів, пасажирів та багажу залізничним транспортом, за законодавством України : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.03. Одеса, 2015. 3. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15>. 4. How the Russia-Ukraine war is worsening shipping snarls and pushing up freight rates. URL: <https://www.cnbc.com/amp/2022/03/11/russia-ukraine-war-impact-on-shipping-ports-air-freight.html>. 5. Про затвердження Правил перевезення вантажів, пасажирів і багажу внутрішнім водним транспортом : Наказ Мінінфраструктури від 15.04.2022 № 220. URL: <https://document.vobu.ua/doc/13370>. 6. Деякі питання пропуску гуманітарної допомоги через митний кордон України в умовах воєнного стану : Постанова Кабінету Міністрів України від 01.03.2022 № 174. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/174-2022-п>. 7. Про особливості здійснення гуманітарної допомоги, яка перевозиться залізничним транспортом в умовах воєнного стану : Постанова Кабінету Міністрів України від 27.03.2022 № 379. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/379-2022-п>.

Стаття надійшла до редакції 19.02.2023 р.



ПОНЯТІЙНИЙ АПАРАТ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА НА МІЖНАРОДНИХ РИНКАХ

УДК 339.137.2

Горобець В. О.

Студент 4 курсу
факультету міжнародних відносин і журналістики ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. В умовах сучасного економічного стану одним з найпоширеніших і найефективніших джерел фінансування міжнародної діяльності підприємства є покращення конкурентоспроможності підприємства. Системний характер змін, обумовлених сучасними економічними умовами, спрямованих на вихід національної економіки на траєкторію сталого зростання, визначає необхідність адаптації господарюючих суб'єктів до мінливого зовнішнього середовища і, з урахуванням посилення конкурентоспроможності на ринку товарів і послуг, до розробки стратегічних напрямків подальшого розвитку для збереження і нарощування своїх конкурентних переваг. У процесі еволюційного розвитку в суспільстві відбувається зміна як техніко-економічного укладу, так і парадигми різних теорій, що описують



з позицій еволюційного підходу становлення стратегічного менеджменту, в рамках якого досліджуються конкурентні стратегії та конкурентні переваги в системі основоположних категорій ринкової економіки.

Ключові слова: конкурентоспроможність, переваги, оцінка, аналіз, міжнародний бізнес.



Annotation. In the conditions of the modern economic situation, one of the most common and effective sources of financing the international activity of the enterprise is the improvement of the competitiveness of the enterprise. The systemic nature of the changes caused by modern economic conditions, aimed at the exit of the national economy on the path of sustainable growth, determines the need for adaptation of economic entities to the changing external environment and, taking into account the strengthening of competition on the market of goods and services, to the development of strategic directions for further development in order to preserve and building up your competitive advantages. In the process of evolutionary development in society, there is a change in both the technical and economic structure, as well as the paradigm of various theories that describe the formation of strategic management from the standpoint of an evolutionary approach, within which competitive strategies and competitive advantages are investigated in the system of fundamental categories of the market economy.

Keywords: competition, advantages, evaluation, analysis, international business.



Постановка проблеми. В умовах реформування економіки України однією з найбільш важливих проблем є забезпечення діяльності її господарюючих суб'єктів необхідним обсягом фінансових ресурсів і конкурентних переваг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні питання щодо дослідження конкурентної привабливості підприємств та розробки методики її оцінювання розглядаються у роботах таких учених: Бланк І. А. [1], Васильцова А. М. [3], Буднікова Ю. В. [2], Гунько В. І. [4] та ін.

Метою статті є дослідження наявних теоретичних підходів до сутності конкурентоспроможних переваг підприємства на міжнародних ринках.

Основні результати дослідження. Конкурентоспроможність – складна концепція, яка не має єдиного визначення, незважаючи на численні дослідження в рамках різних дисциплін і підходів.

Конкурентоспроможність формується, щонайменше, на чотирьох самостійних, але взаємопов'язаних рівнях, чотирирівнева схема включає [1]:

1. Товарний (конкурентоспроможність реалізованих товарів і послуг).
2. Мікрорівень (конкурентоспроможність організація, фірма, підприємство).
3. Мезорівень (підприємство, регіон, галузь), де складаються передумови для конкурентоспроможності бізнесу; об'єднання товаровиробників (організація, фірма, підприємство) галузі.
4. Макрорівень – (країна) головний майданчик, на якому створюються умови для національної конкурентоспроможності держави.

Визначення сучасних джерел конкурентних переваг підприємства на міжнародних ринках неможливо без підходів до формування цих переваг і досягнення кожного з них, які свого часу визначили ключові напрямки розвитку підприємств усього світу.

Основними з таких підходів вважалися теорія конкуренції, теорія конкурентних переваг М. Портера, школа стратегічного планування та ресурсна теорія. Науковою базою формування конкурентних переваг є методологічні підходи, сформовані в рамках теорії конкуренції. У вітчизняній економічній літературі також зустрічається ряд визначень цього поняття. Гунько В. І. [4] та Бланк І. А. [1] визначають конкурентну перевагу як набір відмінностей, який робить один бізнес перспективніше інших і, в кінцевому підсумку, привабливіше для клієнта.

Буднікова Ю. В. вважає, що конкурентна перевага може мати відсутні відмінності навіть серед компаній одного розміру, що пропонують однаковий продукт або послугу. А для малого бізнесу і стартапів це є найважливішим елементом всієї маркетингової стратегії [2].

Особливе місце в дослідженні соціально-економічної сутності конкурентних переваг займають питання їх класифікації, оскільки дозволяють встановити фактори, що на них впливають, і джерела формування конкурентних переваг. У спеціальній економічній літературі не існує єдиного підходу до класифікації конкурентних



переваг підприємства. Значна частина дослідників, погоджуючись з М. Портером, в якості базових виділяють два конкурентні переваги: більш низькі витрати, які дозволяють встановлювати більш низькі ціни і отримувати більш високий прибуток, і диференціацію (унікальність) товару, що забезпечує високу споживчу цінність. Причому вважається, що ці конкурентні переваги властиві саме товарам (рис. 1).



Рис. 1. Види конкурентоспроможних переваг за Портером [2]

Р. Азоев і А. Челенков виділяють 2 групи конкурентних переваг:

- унікальні – імітація, відтворення яких неможливо;
- імітовані – переваги, які можуть бути повторені конкурентами [2].

Зарубіжні вчені більше уваги приділяють чіткому виділенню конкурентних переваг, ніж критеріям їх класифікації. Як показують результати аналізу, найчастіше в основі класифікації конкурентних переваг лежить авторське розуміння їх сутності.

В результаті аналізу робіт, присвячених критеріям класифікації конкурентних переваг, встановлено, що існує ряд критеріїв, які однакові за змістом в роботах вчених, а саме: належність до підприємства, походження, рівень ієрархії, тривалість дії і ін.

Не вдаючись в критичні роздуми з приводу сутності критеріїв класифікації, а також доцільності їх виділення, окремо слід зазначити, що найбільш загальними критеріями є [2]:

- приналежність до підприємства (внутрішні та зовнішні конкурентні переваги);
- походження (конкурентні переваги, засновані на різних факторах);
- ініціатор (кон'юнктура ринку, державна політика в галузі регулювання конкуренції, діяльність конкурентів і безпосередньо підприємства);
- тривалість дії (довго-, середньо- і короткострокові);
- характер динаміки (стійкі і нестабільні);
- щодо ціни (цінові та нецінові).

В результаті вивчення критеріїв класифікації конкурентних переваг встановлено, що найбільш прийнятною як з наукової, так і з практичної точки зору є класифікація конкурентних переваг підприємств за шістьма критеріями:

- середовище формування;
- сфера формування;
- джерела формування і можливість імітації;
- тривалість дії;
- місце формування;
- вид ефекту від реалізації переваги (табл. 1).

Отже, за критерієм приналежності до підприємства його конкурентні переваги можна поділити на внутрішні та зовнішні.

Внутрішніми конкурентними перевагами вважаються характеристики внутрішніх аспектів діяльності підприємства (рівень витрат, продуктивність праці тощо), що перевищують аналогічні показники конкурентів. Зовнішні конкурентні переваги ґрунтуються на здатності підприємства створювати більш значущі цінності для споживачів своєї продукції, що формує можливості більш повного задоволення їх потреб, скорочення витрат або підвищення ефективності діяльності [3].



Таблиця 1

Критерії класифікації видів конкурентоспроможних переваг підприємств [1]

Критерій класифікації	Види конкурентних переваг
Щодо середовища функціонування	– Зовнішні. – Внутрішні
Щодо сфери формування	– Поставок. – НДДКР – Виробництва. – Реалізації. – Сервісу і експлуатації
За джерелами формування і можливості імітації	– Базового рівня. – Середнього рівня. – Вищого рівня
За тривалістю дії	– Стратегічні. – Тактичні
За місцем формування	– На робочому місці. – В окремих структурних підрозділах
За видами ефекту від реалізації конкурентної переваги	– На підприємстві в цілому. – Науково-технічний. – Економічний. – Соціальний. – Екологічний

Слід підкреслити, що основою «загальної» конкурентної переваги підприємства є його внутрішні переваги, тобто його потенціал досягнення підприємством своїх конкурентних позицій. Зовнішні конкурентні переваги направлені на задоволення потреб споживачів та орієнтовані на ринок збуту.

Висновок. Отже, конкурентні переваги дозволяють створювати впізнавані споживачами ключові атрибути підприємства (товарів, робіт, послуг), що визначають унікальність споживчої вартості в конкурентному середовищі. Існує різна класифікація конкурентних переваг підприємства.

За критерієм приналежності до підприємства його конкурентні переваги можна поділити на внутрішні і зовнішні. Особливе значення для підприємства має поділ конкурентних переваг за джерелами формування і можливості імітації.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Пархоменко Н. О.

Література: 1. Бланк І. А. Конкурентний менеджмент. Київ : МП «ІТЕМ» ЛТД, 2006. 404 с. 2. Буднікова Ю. В. Конкурентна привабливість підприємства та фактори впливу на неї. *Інноваційна економіка*. 2017. С. 194–197. 3. Васильцова А. М. Порівняльний аналіз трактувань і методик оцінки інвестиційної привабливості підприємства. *Економіка і менеджмент інноваційних технологій*. 2013. № 8. С. 15–25. 4. Гунько В. І. Фактори та показники формування інвестиційної привабливості підприємств. *Фінансовий простір*. 2013. № 1. С. 85–88.

Стаття надійшла до редакції 25.12.2022 р.





ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ МИТНОГО ОФОРМЛЕННЯ ІМПОРТНОЇ ПРОДУКЦІЇ

УДК 336.2:339.5

Жувак Я. В.

Студент 4 курсу
факультету міжнародних відносин і журналістики ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто особливості митного оформлення імпоротної продукції та виявлено переваги діджиталізації митної справи. Визначено напрями вдосконалення інформаційного забезпечення митного оформлення продукції. Охарактеризовано основні інструменти діджиталізації митного оформлення імпоротної продукції, такі як Єдине вікно та Смарт-митниця.

Ключові слова: митне оформлення, суб'єкти міжнародного бізнесу, митниця, діджиталізація, інформаційне забезпечення.



Annotation. The peculiarities of customs clearance of imported products considered. The advantages of digitalization of customs affairs revealed. Areas of improvement of information support for customs clearance of products determined. The main tools of digitization of customs clearance of imported products, such as the Single Window and Smart Customs, characterized.

Keywords: customs clearance, international business entities, customs, digitization, information support.



Постановка проблеми. Діджиталізація процесів митного оформлення продукції при здійсненні імпорتنих операцій міжнародного бізнесу потребує інформатизації міжнародного бізнесу. Діджиталізація митного оформлення має переваги як для суб'єкта міжнародного бізнесу, так і для держави. Діджиталізація процесів митного оформлення імпоротної продукції дозволяє державі відстежувати рух імпорту продукції, підвищити прозорість митних операцій, відстежувати та ідентифікувати імпортні товари в режимі реального часу, підвищити збирання митних платежів від імпортних операцій, спростити збір статистичних даних. Цифрові канали також можуть допомогти суб'єктам міжнародного бізнесу уникнути помилок і зробити весь митний процес прозорим та ефективним. Внесення імпортних товарів до електронного реєстру митної служби дозволяє суб'єктам міжнародного бізнесу стандартизувати процеси, необхідні для митного оформлення продукції. Це дозволяє мінімізувати час на подання декларації, спростити процедуру митного оформлення, що позитивно відобразатиметься на витратах для суб'єктів міжнародного бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання теоретичного обґрунтування доцільності митного оформлення та контролю знайшло своє відображення в наукових працях: Івашова Л. та Кийда Л. І. [1], Сидорович О. та Герчаківський С. [2], Тищенко В., Остапенко В., Карпова В. [3], Угрин В. [4]. Саме ці праці зробили істотний внесок в дослідження процесів діджиталізації митної справи. Однак значущість діджиталізації митного оформлення імпоротної продукції саме для суб'єктів міжнародного бізнесу є недостатньо дослідженою.

Метою статті є обґрунтування доцільності процесів діджиталізації митного оформлення імпоротної продукції.

Виклад основного матеріалу. Тенденції світового розвитку економічних процесів в умовах діджиталізації встановлюють нові завдання щодо спрощення митного оформлення продукції, для реалізації чого необхідним є забезпечення функціонування інноваційних, доступних, безпечних та електронних інформаційних систем, які дозволяють підвищити ефективність інформаційного забезпечення митної складової.

Широке розповсюдження інформаційних та електронних технологій в митних інституціях провідних країн світу розпочалось в останні десятиліття минулого століття. Аналізуючи генезис поширення інформаційних технологій митного оформлення в світовій практиці, слід зосередити увагу на практичному досвіді таких країн, як: Німеччина, Японія, Корея, США, Китай та Франція.



У процесі митного оформлення імпоротної продукції суб'єкт міжнародного бізнесу подає до митниці заповнені власноруч або з використання інформаційних засобів такі документи: митну декларацію, картку обліку особи, що здійснює операції з товарами (картка акредитації), зовнішньоекономічний договір (контракт) з додатками до нього, а також їх переклад на державну мову, договір на перевезення та калькуляція транспортних витрат (залежно від умов поставки), товаротранспортні документи та накладні на перевезення (CMR, ТТН, Air WayBill, Bill of Lading), навантажувальні відомості, пакувальні аркуші, специфікації тощо, комерційні документи (рахунок-фактура, рахунок-проформа, invoice), а також їх переклад на державну мову, документи, що підтверджують країну походження товару (сертифікат походження, заява відправника тощо), документи, які, відповідно до законодавства України, видаються державними органами для завершення митного оформлення товарів (дозволи та відмітки органів санітарно-епідеміологічного, ветеринарного, фітосанітарного, радіологічного, екологічного контролю та ін.), документ контролю доставки вантажу (попередня декларація), документи, що дають право на отримання пільг в оподаткуванні, інші документи на вимогу митних органів. На основі їх вивчення та опрацювання митниця надає дозвіл суб'єкту міжнародного бізнесу на імпорт продукції.

Функціонування автоматизованої інформаційної системи митниці дає змогу: контролювати поставку товарів до митниць призначення; приймати та обробляти вантажні митні декларації, здійснювати контроль над заповненням митних документів, формувати звіти та аналізувати зовнішню торгівлю за різними критеріями, систематизувати інформацію митної статистики, дієво користуватися митними довідниками щодо товарної номенклатури, митного тарифу, наявності пільг щодо сплати митних зборів, курсу валют тощо), застосовувати санкції до порушників митного законодавства та здійснювати обмін оперативною інформацією про митні вимоги, проводити дистанційне навчання щодо оформлення митних документів, здійснювати обмін інформацією з державними інституціями та недержавними організаціями.

Інструментом ефективної діджиталізації митного оформлення продукції є Смарт-митниця, яка працює як інтелектуальна система оцінки ризиків та єдиний портал надання дозвільних документів, електронне декларування, здійснюватиметься управління та контроль над ланцюгами поставок, постмитний контроль та постаудит тощо.

Інструментом діджиталізації митного оформлення продукції також є система «Єдиного вікна», яка дозволяє українським суб'єктам міжнародного бізнесу налагоджувати взаємодію у форматі «митниця – підприємство», автоматизувати процес митного оформлення продукції, мінімізувати час для здійснення необхідних митних процедур, спростити процедуру подачі документації для проходження митного оформлення та контролю, зменшити безпосередні контакти працівників підприємств з посадовими особами митних органів, що сприятиме зниженню рівня корупційної складової в цій сфері.

Вдосконалення інформаційного забезпечення митної справи відповідно міжнародних та європейських вимог в умовах цифрової стратегії розвитку країни здійснюється в трьох напрямках:

- 1) технологічному – забезпечення високого рівня розвитку інформаційних систем, а саме безпекових, технічних і сертифікаційних характеристик;
- 2) інституційному – нормативно-законодавче та методологічне забезпечення обробки, аналізу та систематизації інформації у митній справі, що відповідає міжнародним вимогам до інформаційних систем та технологій;
- 3) інфраструктурному – забезпечення інформаційними продуктами, які дозволяють обмінюватися інформацією між суб'єктами міжнародного бізнесу, митними органами України та міжнародними учасниками.

Висновки. Процес діджиталізації митного оформлення продукції викликає потребу в розробці інноваційних цифрових продуктів в цій сфері та опанування суб'єктами міжнародного бізнесу навичок щодо їх використання. Впровадження цифрових засобів у процесі митного оформлення імпоротної продукції сприяє оптимізації робочого процесу, зниженню витрат, забезпеченню швидкого обслуговування клієнтів з боку митниці, а також підвищенню попиту на кваліфікованих фахівців, здатних працювати з використанням сучасних цифрових технологій. IT-продукти, що мають значний вплив на оптимізацію митних процедур з високим рівнем клієнтоорієнтованості, – це система Єдиного вікна та Смарт-митниця.

Активне впровадження нових технологій, діджиталізації митних процедур, взаємодопомога між країнами – учасниками зовнішньоекономічної діяльності дозволять уніфікувати вимоги, мінімізувати строки та витрати на митне оформлення імпоротної продукції. Інтенсифікація процесу електронного надання послуг



з митного оформлення з метою скорочення контактів, скорочення часових та фінансових витрат тощо сприятиме розвитку зовнішньоекономічної діяльності, покращенню міжнародної торгівлі та призведе до виходу України на новий рівень міжнародної торгівлі, виходу імпортованих товарів на національний ринок, збільшення експорту. Використання сучасних інформаційних технологій має перевагу в економії часу, а також дозволяє порівняти можливості електронного документообігу, декларування та дистанційної сплати необхідних митних платежів суб'єктами міжнародного бізнесу.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Пархоменко Н. О.

Література: 1. Івашова Л. М., Кийда Л. І. Діджиталізація митних процедур: сучасний стан та перспективи розвитку митної справи. *Публічне управління та митне адміністрування*. 2019. № 3 (22). С. 218–230. 2. Сидорович О., Герчаківський С. Інформаційне забезпечення митної справи України в контексті цифрової стратегії розвитку суспільства. *Світ фінансів*. 2021. № 1 (66). С. 210–225. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/42498/1/%d0%a1%d0%98%d0%94%d0%9e%d0%a0%d0%9e%d0%92%d0%98%d0%a7.pdf>. 3. Тищенко В., Остапенко В., Карпова В. Цифровізація в управлінні ризиками митниці. *Економіка та суспільство*. 2022. № (37). DOI: 10.32782/2524-0072/2022-37-35. 4. Угрин В. В. Діджиталізація митного контролю в Україні. *Гроші, фінанси і кредит*. 2020. № 47. С. 168–173. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/47_2020_ukr/33.pdf.

Стаття надійшла до редакції 19.02.2023 р.



ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЗАКУПІВЕЛЬНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 656.13

Козіна К. Ю.

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

Анотація. Розглянуто управління закупівельною діяльністю в процесі управління товарним портфелем по етапах. Визначено стратегію в процесі планування закупівельної діяльності, розглянуто чотири сучасні стратегії в маркетингу закупівель. Також розглянуто типові завдання щодо управління закупівлями для підприємства.

Ключові слова: управління, закупівельна діяльність, стратегії, підприємство.



Annotation. The following management of the purchasing activity in the process of managing the commodity portfolio was reviewed by stages. A strategy was identified in the process of planning the procurement activity, a review was made of current strategies in the marketing of the buyers. Also looked at the typical manager of how to manage purchases for business.

Keywords: management, purchasing activity, strategy, entrepreneurship.



Постановка проблеми. Сьогодні яким би видом діяльності не займалося підприємство, воно здійснює закупівлі сировини, матеріалів, інших товарів або послуг. Виробництво продукції потребує поставок, торгові компанії закуповують товари з метою перепродажу, а організації та установи беруть участь у процесі за-



купівель. Закупівлі є невід'ємним елементом діяльності всіх підприємств, проте найбільшу значущість вони становлять для компаній, які працюють на ринку роздрібною торгівлі. Актуальність оптимізації закупівельної діяльності, постійне зростання інтересу до неї обумовлені потенційними можливостями підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями формування закупівельної діяльності підприємства займалися такі автори, як: Васелевський М. [1], Коноваленко В. [2], Лігоненко Л. [3], Фролова Л. [4], Ястремська О., Письмак В. [5], Прокоренко О. [6]. Але, незважаючи на велику кількість наукових публікацій, це питання остається й досі дискусійним.

В умовах сучасного розвитку економіки для підвищення якості формування закупівельної діяльності актуальність зазначених проблем, теоретична важливість і практична значущість обумовили вибір теми роботи, постановку її мети і завдань.

Метою роботи є розгляд особливостей управління закупівельною діяльністю підприємства

Виклад основного матеріалу дослідження. Дослідження у сфері логістики і логістичного управління все частіше вказують на зростання значення ланцюгів поставок. Ланцюг поставок становить, з одного боку, сучасний вимір логістики, з іншого – певний етап в її розвитку. Основною задачею управління закупівельною діяльністю виявляється здійснення закупки конкурентоспроможних товарів відповідно до вимог і запитів потенційних споживачів і до договірних зобов'язань з привабливими, надійними постачальниками [1].

Торговельним підприємствам слід управляти закупівельною діяльністю в процесі управління товарним портфелем за такими етапами:

- планування закупівельної діяльності;
- організація закупівельної діяльності;
- контроль закупівельної діяльності;
- регулювання закупівельної діяльності.

У процесі планування закупівельної діяльності важливо визначити її стратегію. Залежно від типів постачальників виділяються чотири сучасні стратегії в маркетингу закупівель [3]:

1. *Вибір глобальних постачальників.* Припускає організацію закупівель на міжнародних ринках. Асортиментні можливості закупівель при цьому, природно, досить розширюються, гарантованість постачання підвищується, зростає конкуренція постачальників, а за нормальних умов імпорту розширюються і можливості цінової економії.

2. *Вибір одиничних постачальників.* Свідому відмову від одночасного співробітництва з багатьма (декількома) постачальниками: поставка певних товарів тривалий час здійснюється силами єдиного постачальника. Скорочення числа постачальників звичайно здійснюється з метою зниження витрат по закупівлі та логістиці. Вибираються, звичайно, тільки великі, найбільш конкурентоспроможні та спеціалізовані постачальники.

3. *Модульні поставки, закупівля модулів.* Являє собою ще один різновид стратегії з орієнтацією на скорочення числа постачальників або обмеження числа закуповуваних товарів та стосується не окремих видів товарів, а цілих комплексів – модулів поставок.

4. *Комплексний функціонально-вартісний аналіз.* Розширено реалізує відомий метод планомірного й систематичного дослідження функцій цього товару й визначення умов, що забезпечують роботу необхідних функцій при одночасній мінімізації витрат [2].

Значущість окремих критеріїв по вибору постачальника встановлена експериментальним методом працівниками служби постачання. Розраховуючи рейтинг для різних постачальників і порівнюючи отримані значення, визначають найкращого партнера. Якщо рейтинг джерела постачання нижчий за припустиму величину, то договір постачання може бути розірваний навіть за умови ініціювання санкцій.

Управління закупівельною діяльністю проводиться за такими напрямками: правове регулювання та внутрішньофірмове регулювання.

Правове регулювання здійснюється за допомогою законів та інших правових актів, а саме, договорами на поставку товарів з постачальниками.

Внутрішньофірмове регулювання включає: раціональний розподіл прав та обов'язків по закупівлі товарів між працівниками підприємства; закріплення вищевказаного в Посадових інструкціях і Положеннях про



функціональні підрозділи; погоджена робота всіх ланок, що беруть участь у закупівельній діяльності; усунення відхилень від плану закупівлі товарів від норми; своєчасне поповнення товарного портфеля підприємства необхідними товарами; маневрування фінансовими, трудовими та матеріальними ресурсами [5].

Управління закупівлями для підприємства містить в собі набір типових завдань, які наведені в табл. 1.

Таблиця 1

Типові завдання управління закупівлями

Найменування	Коротка характеристика
Ідентифікація (або переоцінка) потреб	Визначення постачальницьких транзакцій, які повинні бути встановлені між відділом закупівель і конкретних споживачів (підрозділами) МР всередині підприємства. У деяких випадках, наприклад, при зміні асортименту готової продукції переглядається склад внутрішніх споживачів чи номенклатури МР
Визначення та оцінка вимог споживачів	Як тільки визначено внутрішні споживачі й номенклатура МР, встановлюються вимоги до ваги, розмірів, параметрів поставок, планів і специфікації на кожну позицію номенклатури й визначену номенклатурну групу МР
Рішення «робити або купувати» («make or buy»)	Вирішити питання роботи певні види МР на самому підприємстві або купувати в інших. У цьому випадку для прийняття остаточного рішення оцінюються відповідні витрати й досяжний рівень якості
Визначення типів закупівель	У цей час існують три основні типи організації закупівель МР залежно від тривалості й складності: сталі закупівлі, модифіковані закупівлі, нові закупівлі
Аналіз поведінки ринку	Джерело МР для підприємства (постачальник) може функціонувати в різноманітному ринковому середовищі й типі ринку: монопольному, олігопольному, висококонкурентному. Знання й аналіз ринку постачальників допомагають логістичному персоналу підприємства визначити число можливих постачальників, позицію на ринку, професіоналізм й інші фактори, дозволяючи правильно організувати закупівлі
Ідентифікація всіх можливих постачальників	Визначення всіх можливих постачальників певного виду (номенклатури) МР, які можуть задовольнити вимоги всередині – користувачів підприємства. Важливо включити в цей список ті підприємства-постачальники, послугами яких товаровиробник раніше не користувався
Попередня оцінка всіх можливих джерел	Попередня оцінка можливих джерел закуповуваних МР полягає в порівнянні пропонуваного (рекламованого) постачальниками якості МР і сервісу з необхідними внутрішньофірмовими користувачами. Оцінку роблять експерти виробничого й логістичного менеджменту
Доставка МР і супутній сервіс	Включає ряд завдань, пов'язаних з поставками конкретної номенклатури МР від постачальника підприємству-виробникові: оформлення договірних відносин, передача прав власності на МР, процедури формування замовлень, транспортування, грузопереробка, зберігання, складування. У ряді випадків включає рішення у відношенні організаційної структури власних логістичних каналів просування МР від постачальника
Контроль й оцінка виконання закупівель	Вхідний контроль якості МР (дана процедура у відношенні надійних постачальників, особисто при технології ЛТ, може не застосовуватися). Ефективність керування закупівлями оцінюється за результатами безперервного контролю й аудита виконання умов договорів по строках, цінах, параметрах поставок, якості МР і сервісу

В умовах розвинутого ринку головна проблема логістичної ланки міститься в тому, що ринкова потреба постійно змінюється в проміжок часу між початком поставок і використанням компонентів. Це призводить до ситуації, коли терміни поставок можуть бути відсунені через те, що з виробництва та від постачальників надходять деталі, в яких немає більше потреби, у той час як не достає інших компонентів для виконання точних замовлень клієнтів [4].

Правильній орієнтації політики закупівель слугує ряд заходів, що встановлюють зв'язок між виробничою програмою, збутом і потребою в матеріалах. Для своєчасної закупівлі матеріалів складається прогноз збуту, якщо він не забезпечений замовленнями клієнтів [7].

Отже, підсумовуючи, без сумніву, орієнтація на мінімізацію витрат, як головної мети логістичного управління, є актуальною, але за умови досягнення необхідного рівня забезпечення інших системних критеріїв і показників управління закупівлями. Тому більш адекватним є багатокритеріальне оцінювання ефективності управління закупівлями, яка за своїми критеріями має відповідати системному підходу. На жаль, такий підхід поки що не знайшов широкого застосування. Як правило, рекомендації щодо комплексного багатокритеріального оцінювання ефективності управління закупівлями зводяться до порівняння фактичних результатів



діяльності (економії, виручки, витрат) до максимально досяжного ефекту або величини логістичних витрат в системі закупівель. Застосування найбільш прийнятної для конкретного підприємства стратегії закупок забезпечує стабільність виробництва та підвищує ефективність діяльності будь-якої організації.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Демченко Г. В.

Література: 1. Васелевський М. Формування та оптимізація логістичних систем. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Логістика. 2018. № 424. С. 274–279. 2. Коноваленко В. М. Закупівельна діяльність підприємства в логістичній системі товароруху. *Вісник ХНЕУ*. 2005. № 4. С. 54–59. 3. Лігоненко Л. О. Управління закупівельною діяльністю на підприємствах торгівлі: концептуальні рішення. *Наука й економіка*. 2021. С. 181–186. 4. Фролова Л. В. Логістичне управління підприємством: теоретико-методологічні аспекти : монографія. Донецьк : ДонДУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2019. 260 с. 5. Ястремська О. М., Письмак В. О. Особливості ухвалення рішень про закупівлю та вибір постачальника в процесі інноваційної діяльності. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 2. С. 131–138. 6. Prokopenko O., Kichuk Y., Ptashchenko O., Yurko I., Cherkashyna M. Logistics Concepts to Optimise Business Processes. *Estudios de Economía Aplicada*. 2021. Vol. 39. No. 3. P. 13–20. (Web of Science Core Collection).

Стаття надійшла до редакції 14.03.2023 р.



ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.5:164.01

Кравченко Б. В.

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

Анотація. Статтю присвячено дослідженню питань формування логістичних стратегій підприємства в умовах сьогодення як однієї з важливих складових конкурентоспроможності підприємства. Узагальнено погляди науковців щодо основних типів логістичних стратегій: логістичні стратегії мінімізації логістичних витрат, логістичні стратегії поліпшення якості сервісу, стратегії мінімізації інвестицій в логістичну інфраструктуру та логістичні стратегії аутсорсингу. Проаналізовано та виділено основні етапи розроблення та впровадження логістичних стратегій.

Ключові слова: логістична стратегія підприємства, логістика, етапи впровадження, конкурентоспроможність.



Annotation. The article is devoted to the study of the formation of logistics strategies of the enterprise in the current conditions, as one of the important components of the competitiveness of the enterprise. The views of scientists on the main types of logistics strategies are summarized: logistics strategies for minimizing logistics costs, logistics strategies for improving the quality of service, strategies for minimizing investments in logistics infrastructure and logistics outsourcing strategies. The main stages of development and implementation of logistics strategies are analyzed and highlighted.

Keywords: enterprise logistics strategy, logistics, stages of implementation, competitiveness.





Постановка проблеми в загальному вигляді. Побудова ефективної логістичної стратегії підприємства в сучасних умовах розвитку економіки стає необхідною умовою розвитку, ефективної діяльності та отримання істотних конкурентних переваг у галузі транспортних і логістичних послуг. За останні роки економічний світ помітно змінився: по-перше, докорінно змінилося ціннісне значення пропонованих товарів і послуг, оскільки тепер котирується той продукт, який найбільше пристосований до конкретних потреб певного споживача і доставляється найвідповіднішим методом у потрібний час; по-друге, ринок перебуває під контролем споживачів, що чітко розуміють своє становище і всі переваги та можливості, які з цього випливають. І, по-третє, з'явилися нові засоби технології та виробництва, а також істотно зросло значення інформаційних технологій, які з бази для безлічі інших технологій тепер перетворилися на інструмент донесення інформації до покупців.

Однак, навіть незважаючи на вищезазначені особливості господарювання, більшість компаній у своїй діяльності продовжують керуватися застарілими управлінськими принципами та ідеями. Актуальність теми дослідження зумовлена тим, що питання побудови ефективної логістичної стратегії та впровадження сучасних методів управління підприємством належать сьогодні до числа пріоритетних завдань вітчизняної економічної науки і практики

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням формування та впровадження логістичних стратегій на підприємстві займалися такі провідні вітчизняні та зарубіжні вчені, як Т. О. Водолажська, В. О. Дорош, Н. О. Кондратенко, М. М. Новікова, О. М. Криворучко, А. Г. Овчаренко, І. М. Пальчик, В. С. Редька, О. А. Рудківський, В. І. Сергєєв, О. М. Тимошук, О. В. Мельник, О. А. Сьомін, Sifted Team, Donald J. Bowersox.

Водночас, незважаючи на значну кількість досліджень і публікацій, що присвячено вивченню логічних стратегій, залишається значна низка питань щодо процедури формування, вибору, етапів впровадження логістичної стратегії залежно від галузі діяльності підприємства.

Метою цієї статті є дослідження теоретичних аспектів впровадження логістичної стратегії, види логістичних стратегій та алгоритм їх формування на основі аналізу наукових публікацій вітчизняних і закордонних науковців.

Виклад основного матеріалу дослідження. Логістична стратегія – це напрям логістики, який є якісним і довгостроковим напрямком. Цей напрям стосується форм і засобів реалізації логістики у фірмі, який формується вищим менеджментом компанії. Формування відбувається відповідно до тих цілей, які поставлені перед усією компанією [5]. Стратегія ж описує принциповий образ дій, якого слід дотримуватися, щоб досягти поставлених цілей. Загальний опис поняття «Логістична стратегія» (як і будь-яка інша) має цілі. У цьому випадку цілі залежать від того, якого профілю і виду діяльності дотримується підприємство, від рівня економічного розвитку контори. Під час розроблення цілей також важливо враховувати якість забезпечення підприємства інформаційними та матеріальними ресурсами. Важливу роль відіграє рівень підготовки персоналу [7]. Приміром, метою логістичної стратегії торговельної фірми може стати впровадження нових підходів, інноваційних ідей, прогнозування майбутнього споживчого попиту і здатність його задоволення. Щодо інших виробничих фірм, то до тих цілей, що вже були перераховані, можна додати ще й такі, як забезпечення високоякісного логістичного сервісу.

Варто зазначити, що в наукових статтях можна зустріти значну кількість логістичних стратегій, якими можуть користуватися підприємства та фірми [1; 3–6]. Однак варто виділити кілька базових напрямків, які є основами для розвитку інших, більш вузькоспрямованих стратегій.

Так, Водолажська Т. О. в своїй статті «Класифікація логістичних стратегій підприємства» виокремлює наступні основні напрями: логістичні стратегії мінімізації логістичних витрат, логістичні стратегії поліпшення якості сервісу, стратегії мінімізації інвестицій в логістичну інфраструктуру та логістичні стратегії аутсорсингу. Таку класифікацію логістичних стратегій можна зустріти в більшості наукових публікацій.

Застосування цієї технології свідчить про те, що підприємство надаватиме цілий комплекс логістичних послуг, які починатимуться від доставки товару та адресного зберігання до управління цими замовленнями, а також надання послуг з відстеження товару, що доставляється. Якщо компанія є 3PL-провайдером, то вона займається всіма видами послуг, які стосуються перевезення, відстеження вантажів, роботи з документацією тощо [5].

Другий основний тип: логістичні стратегії поліпшення якості сервісу. Їх також виділяють у своїй роботі «Розробка стратегій якості логістичного обслуговування споживачів» Криворучко О. М. й Овчаренко А. Г. [4].



Наступний вид логістичних стратегій – це логістичні стратегії мінімізації інвестицій в логістичну інфраструктуру. Редька В. С. у своїй статті «Сутність та основні види логістичних стратегій та їхнє місце у системі управління підприємством» [6] наголошує на тому, що щоб реалізувати цей метод, потрібно дотримуватися таких принципів:

- оптимізувати конфігурацію логістичної структури: можливо, налаштувати пряму доставку вантажів споживачам, щоб минути етап складування;
- якщо є така можливість, то варто використовувати склади загального призначення;
- можна використовувати логістичних посередників у таких типах послуг, як перевезення, складування та переробка наявних вантажів;
- існує такий логістичний метод, як «точно в строк». Це також один зі способів реалізації подібної стратегії;
- можна також оптимізувати розташування об'єктів, що входять до системної структури [6].

Четвертий вид стратегій, що їх виділяють більшість авторів, є стратегіями логістичного аутсорсингу [1–3; 5].

Стратегія логістичного аутсорсингу (як і три інших варіанти) ґрунтується на тому, що потрібно мінімізувати або ж максимізувати показники одного ключового напрямку. Наприклад, можна зайнятися загальними логістичними витратами. Однак у такого підходу є недолік, який полягає в тому, що доведеться ввести обмеження на розвиток інших показників. Якщо йдеться про основну логістичну стратегію, метою якої є мінімізація логістичних витрат, то в такому разі доведеться пожертвувати якістю сервісу. Якщо говорити дещо простіше, то чим вищими будуть споживчі вимоги до якості сервісу, тим вищими будуть витрати, необхідні для реалізації необхідного рівня [5].

Висновки. Проведено аналіз видів логістичних стратегій та визначено, що, незважаючи на значну кількість робіт, присвячених цій проблематиці, єдиної класифікації логістичних стратегій не існує. Таке становище пояснюється значною різноманітністю класифікаційних ознак і залежністю логістичних стратегій від стану розвитку галузі, підприємства, впливу зовнішнього та внутрішнього середовища.

Найбільш відповідною до сучасних умов розвитку економіки є класифікація, запропонована Пальчиком І. М.: стратегія мінімізації логістичних витрат та інвестування у логістичну мережу, максимізації та покращення логістичного сервісу, максимізації доходу та прибутку, підвищення конкурентних переваг підприємства, логістичного аутсорсингу.

Науковий керівник – д-р екон. наук, професор Мартиненко М. В.

Література: 1. Водолажська Т. О. Класифікація логістичних стратегій підприємства. *Економіка транспортного комплексу*. 2022. Вип. 39. С. 103–114. 2. Дорош В. О. Формування логістичної стратегії підприємства // 2021: II Міжнародна науково-практична конференція «Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи», Секція 4. Управління ланцюгами поставок у стратегії розвитку підприємств. URL: confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/231021. 3. Кондратенко Н. О., Новікова М. М. Побудова логістичної стратегії підприємств. URL: https://mmgh.kname.edu.ua/images/Novikova/Pobudova_logistichnoy_strategii.pdf. 4. Криворучко О. М., Овчаренко А. Г. Розробка стратегій якості логістичного обслуговування споживачів. *Економіка транспортного комплексу*. 2021. № 38. С. 61–76. URL: <http://etk.khadi.kharkov.ua/article/view/249632/246995>. 5. Пальчик І. М. Формування логістичної стратегії підприємства у сучасних умовах господарювання. *Ефективна економіка*. 2018. № 11. URL: www.economy.nauka.com.ua/?or=1&z=3575. 6. Редька В. С. Сутність та основні види логістичних стратегій та їхнє місце у системі управління підприємством. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Сер.: Логістика. 2012. № 735. С. 187–191. URL: <http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/16034/1/27-Redka-187-191.pdf>. 7. Рудківський О. А. Логістична стратегія підприємства, орієнтована на продуктивність: показники оцінки. *Економіка та управління підприємствами*. 2018. № 20. С. 125–131.

Стаття надійшла до редакції 14.03.2023 р.





ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ

УДК 336.71

Кушниренко В. В.

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

Анотація. У статті проаналізовано теоретичні основи фінансової стійкості банків і фактори, які мають на неї вплив. Досліджено підходи визначення фінансової стійкості банку.

Ключові слова: банк, оцінка, фінансова стійкість, ризики, ліквідність, платоспроможність банку, показники фінансової стійкості.



Annotation. In this article we have analyzed theoretical base of bank's financial stability and factors which have influence on it. Research has been made on approaches of evaluation bank's financial condition. The article contains comparison between domestic approaches and international ones.

Keywords: bank, evaluation, financial stability, risks, liquidity, bank's solvency, indicators of financial stability.



Фінансова система відіграє важливу роль у сучасній економіці. Стабільна та добре функціонуюча фінансова система сприяє досягненню збалансованого та довгострокового економічного розвитку. Події політичного та економічного характеру мають безпосередній вплив на стан «реальної» економіки, такі як ВВП та безробіття, і можуть значно понизити довіру до фінансового сектора країни.

Повномасштабна війна в Україні кардинально вплинула на економіку України та банківський сектор. За 10 місяців цього року кількість працюючих банків зменшилася з 71 до 67, або на 6 %. При цьому надалі погіршується відношення доходів до витрат банків, зростає частка непрацюючих кредитів (NPL), існує залежність від рефінансування, спостерігається масова міграція людей за кордон. Населення масово знімає грошові кошти зі своїх банківських рахунків і переводить гривню у більш стійкі іноземні валюти або взагалі виводять гроші за межі країни.

Зменшення депозитної бази банку впливає на ліквідність фінансової установи, яка безпосередньо впливає на загальну фінансову стійкість системи. У зв'язку з цим гостро стоїть питання оцінки фінансової стійкості банку, тобто здатності установи виконувати свої зобов'язання перед контрагентами при настанні несприятливих умов зовнішнього та/або внутрішнього характеру.

Питання оцінки фінансової стійкості банків досліджували у своїх роботах вітчизняні та закордонні вчені, такі як: О. С. Вовченко [1], С. П. Вольська [2], Б. Ю. Кишакевич [3], О. В. Крехмаль [4], Л. В. Юрчишена [5] та ін.

Метою статі є аналіз теоретичних методів і практичних аспектів оцінки фінансової стійкості банківської установи в сучасних умовах розвитку банківського сектора.

Розглядаючи поняття «стійкість банку», можна зазначити, що воно є багатовимірним і складається з декількох компонентів: організаційна стійкість, комерційна стійкість, фінансова стійкість, функціональна стійкість. Ці елементи не є різними поглядами, а взаємодоповнюють один одного у розумінні функціонування банку. На рис. 1 показані підходи до виявлення стійкості банку [3, с. 76].

Організаційна стійкість банківської установи характеризує стан структури управління, відповідної цілям банку. Організаційна структура та механізм її управління мусять відповідати як за здійснення його основної функції, так і за встановлений асортимент послуг і продуктів, які пропонуються банком. Комерційна стійкість банківської установи визначається діяльністю, яка узгоджується з ідеологією та практикою ринкових відносин і виражає характер зв'язків установи з іншими суб'єктами ринку, міцність та розвиненість взаємовідносин

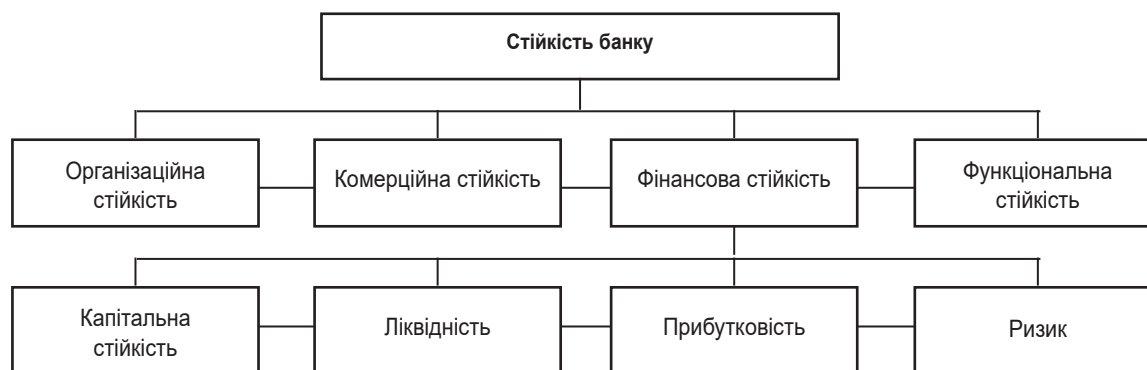


Рис. 1. Основні елементи стійкості банківської установи

з органами держави. Фінансова стійкість характеризує результати діяльності банку, його ресурсну базу, дохідну та витратну частину, капітал, прибутки та збитки. Ця характеристика діяльності включає зазначені показники, які відображають результативність інших елементів стійкості банку [4, с. 69]. Функціональна стійкість залежить від двох факторів: спеціалізації та універсалізації банківських операцій. Спеціалізація банку дає можливість ефективніше надавати певний пакет послуг [6].

Виходячи з цього стійкість є фундаментальним внутрішнім показником, за допомогою якого забезпечується стабільний розвиток банківської установи при заданій траєкторії і згідно з обраною стратегією в умовах конкуренції.

Спроба систематизувати підходи до визначення поняття «фінансова стійкість» банку показує відсутність одного єдиного погляду науковців. Більша частина авторів визначають фінансову стійкість банківської установи більш вузько, пропонуючи один або два показники, які характеризують індикатори внутрішнього стану банку. З іншого боку, частина авторів виражають фінансову стійкість банку системою якісних і кількісних показників, які описують капіталізацію установи, достатній рівень фінансування активів за рахунок джерел різної ліквідності, різного строку та ступеня сталості.

На думку автора, фінансова стійкість банку – це якісна та кількісна характеристика банку, яка дає змогу оцінити здатність банку ефективно виконувати свої ключові економічні функції за наявності ризиків як внутрішнього, так і зовнішнього характеру, та повертатися у рівноважний стан при настанні несприятливих умов.

Проводячи аналіз факторів впливу на фінансову стійкість банку, є необхідність розглядати їх у комплексі як одну єдину систему, що обумовлює можливості для більш повного та глибокого розуміння причин погіршення фінансового становища того чи іншого банку. На нашу думку, найбільш повним є розмежування факторів на зовнішні (соціально-політичні, економічні, фінансові) та внутрішні (адекватність капіталу банку, якість активів, рівень менеджменту, рівень рентабельності, ліквідність балансу банку, платоспроможність банку).

На рис. 2 наведено фактори, які мають вплив на фінансову стійкість.

Аналізуючи вітчизняні публікації, можна побачити, що оцінка фінансової стійкості банку подається у вигляді оцінки його фінансового стану, саме тому в багатьох випадках складно знайти відмінності в методах аналізу фінансової стійкості, фінансової стабільності, платоспроможності, надійності банківської установи.

Дані методики, за своєю суттю, є ідентичними, оскільки використовують узагальнені характеристики банку, однак наявні підходи оцінки фінансової стійкості банків відрізняються за комплексом факторів, що використовуються, системою показників, які характеризують рівень фінансової стабільності, пороговими значеннями показників.

Оцінка фінансової стійкості представляється як підсистема аналітичної функції управління, що базується на інформаційній системі банку, реалізується за допомогою сукупності аналітичних прийомів і способів, які дозволяють виявляти і вимірювати вплив факторів на фінансову стійкість і обґрунтовувати відповідні управлінські рішення [5, с. 73].

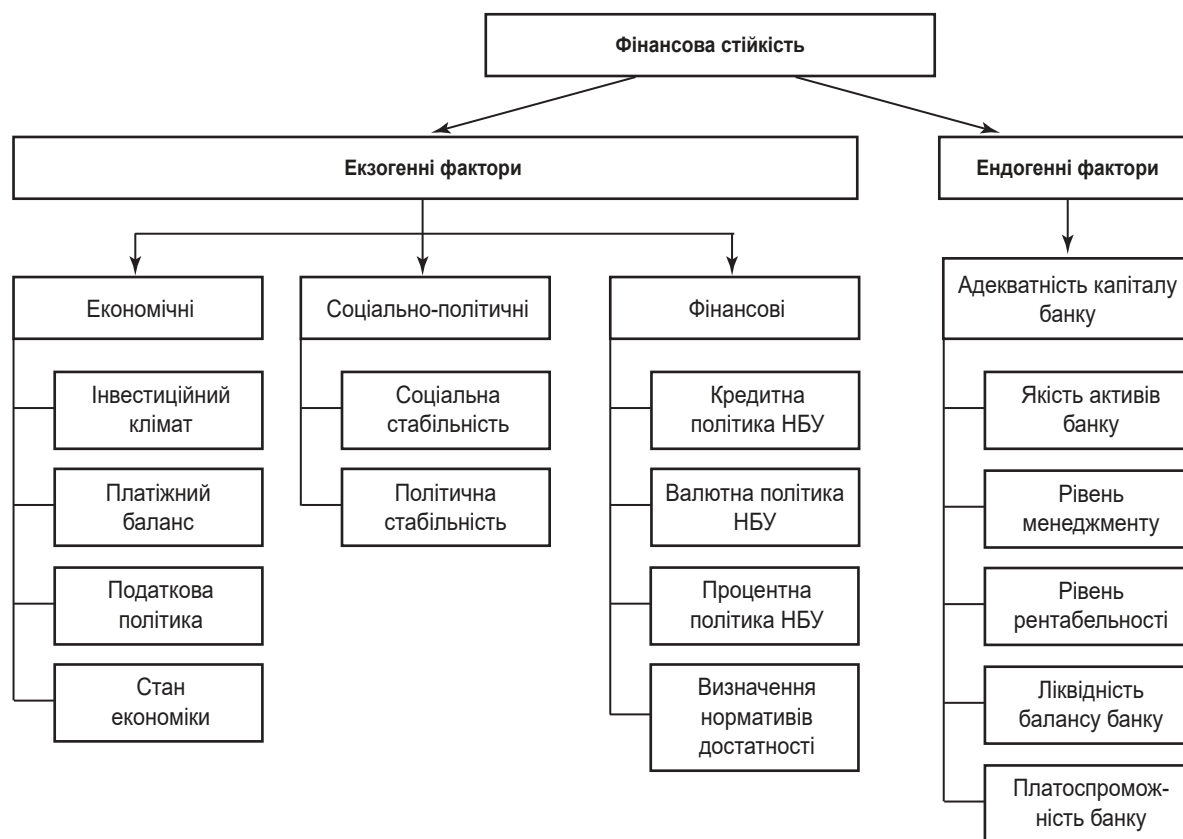


Рис. 2. Фактори впливу на фінансову стійкість банку

На цей час в економічній літературі можна виділити чотири основних методи оцінки фінансової стійкості банків: метод коефіцієнтів, рейтинговий метод, економіко-математичні методи, інтегральний метод (рис. 3).

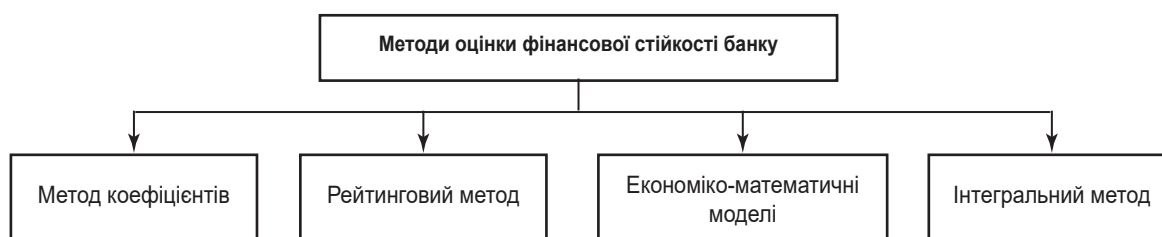


Рис. 3. Методи оцінки фінансової стійкості банку

Коефіцієнтний аналіз базується на обчисленні фінансових коефіцієнтів, які характеризують фінансовий стан установи, з подальшим порівнянням отриманих результатів із нормативними (рекомендованими) значеннями. Завдяки високій деталізації банківських статей звітності існує можливість розрахувати значну кількість фінансових коефіцієнтів, що буде забезпечувати глибину аналізу, дозволить виявити специфічні ознаки функціонування банківської установи.

Рейтинг – це комплексний економічний показник, який базується на аналізі діяльності установи і присвоює певну оцінку, яка характеризує його поточний фінансовий стан і прогноз діяльності на майбутнє. Використання рейтингів дозволяє швидко та ефективно приймати адекватні управлінські рішення, оцінювати ризики вкладання грошових коштів та оцінку тенденцій розвитку банківського сектора загалом.

Економіко-математичні методи оцінки фінансової стійкості банків дають змогу отримувати точні результати через опосередковане пізнання об'єкта дослідження. Ці методи дозволяють розрахувати вплив зміни внутріш-



нього та зовнішнього середовища на фінансову стійкість банку, проаналізувати причинно-наслідкові зв'язки між економічними змінними, розробити пошук покращених альтернативних шляхів забезпечення фінансової стійкості [1, с. 165].

Інтегральний метод дозволяє угрупувати показники фінансової діяльності в єдиний показник якості, який дозволяє визначити відмінності досягнутого стану об'єкта від бази порівняння у цілому по групі вибраних показників.

Кожний метод має свої особливості, переваги та недоліки. У табл. 1 міститься порівняльна характеристика означених методів оцінки фінансової стійкості банків [2, с. 180].

Таблиця 1

Порівняльна характеристика методів оцінки фінансової стійкості

№	Ознака	Метод коефіцієнтів	Рейтингові методи	Математично-статистичні методи	Інтегральний метод
1	Доступність інформаційної бази	-	+	+	-
2	Точність аналізу	+	-	+	+
3	Простота обчислень	+	+	-	+
4	Комплексність аналізу	+	+	+	+
5	Громіздкість	+	-	-	+
6	Можливість узагальненої оцінки	-	+	+	-
7	Можливість порівняльної оцінки з іншими банками	-	+	+	+
8	Математична складність	-	-	+	-
9	Експертні технології	-	+	+	-
10	Програмне забезпечення	-	-	+	-

Проаналізувавши методи оцінки фінансової стійкості банку, ми вважаємо рейтингові та математично-статистичні підходи найбільш ефективними для оцінки стану та прогнозування подальшої діяльності банківської установи. Хоча ці методи і є трудомісткими та вимагають спеціальної підготовки та програмного забезпечення, вони дають більш комплексну та глибоку оцінку.

Підсумовуючи, можна зазначити, що повномасштабна війна в Україні спричинила серйозний тиск на банківський сектор. Кількість діючих банків в Україні зазнала скорочень, при цьому решта відчуває нехватку ліквідності через відтік капіталу та міграції населення. Постає актуальним питання оцінка фінансової стійкості банківських установ, яка дає можливість визначити поточний стан банку та запровадити, у разі необхідності, корегувальні заходи.

Фактори, які впливають на фінансову стійкість, поділяються на екзогенні (зовнішні) та ендогенні (внутрішні). У вітчизняній практиці використовується методи коефіцієнтів, рейтинговий метод, економіко-математичні методи, інтегральний метод. Кожен з методів має свої переваги та недоліки. На нашу думку, рейтингові та математично-статистичні методи оцінки є найбільш доцільними для використання у вітчизняній практиці.

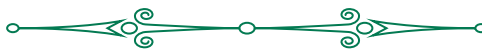
Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Холодна Ю. Є.

Література: 1. Вовченко О. С. Сучасні методичні підходи до оцінки фінансової стабільності банку. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2016. № 5 (77). С. 161–166. 2. Вольська С. П. Порівняльна характеристика методів оцінювання фінансової стійкості банку. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Економічні науки*. 2015. № 10. С. 178–181. 3. Кишакевич Б. Ю., Лучаківський А. О. Фінансова стійкість банку в контексті концепції економічної рівноваги. *Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки*. 2014. № 2. С. 72–81. 4. Крухмаль О. В. Теоретичні підходи до визначення поняття стійкості банку та її фінансової складової. *Актуальні проблеми економіки*. 2004. № 12. С. 65–71. 5. Юрчишена Л. В., Подолян С. В. Оцін-



ка фінансової стійкості комерційного банку. *Регіональна бізнес-економіка та управління*. 2013. № 3. С. 72–79.
6. Фактори стійкості банку. URL: https://stud.com.ua/73509/bankivska_sprava/faktori_stiykosti_banku.

Стаття надійшла до редакції 20.02.2023 р.



ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ХІМІЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ

УДК [338.45:54](47)

Лавроненко О. В.

Студент 4 курсу
факультету міжнародних відносин і журналістики ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті досліджено сучасний стан, основні проблеми та перспективи розвитку підприємств хімічної галузі України. Також розглянуто роль, яку несе діяльність підприємств хімічної галузі для конкурентоспроможності країни на світовому ринку в умовах глобалізації.

Ключові слова: розвиток, підприємства хімічної галузі, експорт, конкурентоспроможність, виробництво, світовий ринок, аналіз.



Annotation. The article examines the current state, main problems and prospects of development of enterprises of the chemical industry in Ukraine. The role played by the activity of enterprises of the chemical industry for the country's competitiveness in the world market in the context of globalization is also considered.

Keywords: development, enterprises of the chemical industry, export, competitiveness, production, world market, analysis.



Хімічна промисловість є однією з найдинамічніших галузей, що забезпечує розвиток національної економіки країни, тому що сприяє збільшенню сировинної бази багаточисленних галузей матеріальної сфери: від будівництва до харчових і фармацевтичних виробництв. На сьогодні у багатьох країн з розвинутою економікою хімічна промисловість під впливом глобалізації та НТП прискорено розвивається за допомогою наукомісткості високого рівня та інноваційної активності.

Наразі найбільшими проблемами майбутнього розвитку українських підприємств хімічної галузі є нестабільна внутрішня економічна ситуація через вторгнення РФ, що вже значним чином позначилося на показниках зовнішньоекономічної діяльності України, залежність від сировини та енергії, висока ресурсовитратність, низька конкурентоспроможність на зовнішньому ринку через обмежений товарний асортимент та низьку цінову гнучкість.

С. І. Сак у своїх дослідженнях розглянув економічні проблеми та перспективи хімічної промисловості України. Він стверджує, що хімічна галузь має значний виробничий потенціал, на який негативно впливають нестача ринків збуту та сировини.

Він доходить висновку, що основними чинниками більш повного використання наявного потенціалу є формування ефективнішого внутрішнього ринку та збільшення коштів оборотів підприємств за допомогою банківських кредитів під знижені відсотки [1].



С. О. Тульчинська у своєму дослідженні проаналізувала стан вітчизняних підприємств хімічної галузі та подальші тенденції їх розвитку, виділила основні проблеми їх діяльності та фактори, які впливають на рівень прибутковості вітчизняних підприємств. Вона зробила висновок, що на даний момент хімічна галузь знаходиться у кризовому стані, однак ті підприємства, що зосереджені на експортній діяльності, менш схильні до негативних тенденцій. Для можливості виходу з кризи необхідне повне використання виробничого потенціалу підприємств та модернізація виробничого процесу [2].

Метою цієї статті є аналіз сучасного стану підприємств хімічної галузі України в умовах складної економічної ситуації, виділення перспектив подальшого розвитку.

Хімічна галузь України займається виробництвом широкого асортименту продукції, яка орієнтована на кінцеве та промислове споживання [3]. Також вона характеризується міжгалузевими і внутрішньогалузевими зв'язками та експортним потенціалом, що робить хімічну промисловість одним з найбільш вагомих та, з огляду на високий рівень технологічності виробництва, перспективних секторів української економіки. Перш ніж визначити проблеми та перспективи розвитку підприємств хімічної галузі в Україні, необхідно проаналізувати місце цієї галузі в національній та світовій економіці.

Сучасна хімічна галузь України складається з близько шести з половиною тисяч суб'єктів господарювання. Найбільш розвинутими складовими є багатогалузева хімія та нафтохімія. Загалом хімічна промисловість охоплює хімічний, фармацевтичний та нафтохімічний підсектори [3].

У 2019 році обсяг виробництва української хімічної продукції склав 2,8 млрд дол. США, а показник середньорічного темпу зростання (GAGR) за останні декілька років становив 8 %. Україна сильно залежить від імпорту хімічної продукції, зокрема, фармацевтичної та нафтохімічної продукції, мінеральних добрив. У 2019 році імпорт хімічної продукції дорівнював 7,5 млрд дол. США, що становить 12 % від частки вітчизняного імпорту. Це свідчить про великий попит на хімічну продукцію на внутрішньому ринку, який не в змозі задовільнити локальні підприємства хімічної галузі [3].

На цей момент хімічна галузь України працює не на повну силу і за рівнем показника річного валового обороту (2–5 млрд дол. США) є близькою до Індонезії, Румунії, Болгарії, В'єтнаму. Водночас у країнах з розвинутою економікою річний оборот хімічної галузі частіше за все перевищує 8–10 млрд дол. США [4].

Однією з причин такого низького обороту хімічної промисловості є залежність від попиту з боку галузей, що використовують її продукцію – машинобудування, легка промисловість, будівництво та аграрний комплекс. Окрім цього, хімічна галузь розвивається в умовах значного зовнішнього конкурентного ризику, котрий обумовлений збільшенням обсягів реалізації хімічної продукції країнами Азії [4].

Частка хімічної промисловості у вітчизняному ВВП становила близько 3 %. Залежно від року у структурі промислового виробництва ця галузь становила 9–10 %. Виходячи з даних за 2021 рік частка експорту хімічної продукції від загального експорту становила 5,7 %. Найбільш прибутковими видами продукції хімічної галузі були:

- полімерні матеріали, пластмаси та вироби з них (28,3 % від загального експорту хімічної продукції);
- продукти неорганічної хімії (25,1 %);
- добрива (15,9 %);
- органічні хімічні сполуки (8,2 %);
- фармацевтична хімічна продукція (8 %) [4].

Слід зазначити, що на початку 2022 року загальна зовнішня торгівля України зростала прискореними темпами, що могло б стати суттєвим підкріпленням макроекономічного середовища країни. Проте в березні ситуація кардинально змінилася як через безпосередньо воєнні дії на території України, так і блокування морських вантажних перевезень. Загальний експорт товарів зменшився на 52,4 % порівняно з попереднім роком, а імпорт – на 65,2 %. Експорт хімічної промисловості скоротився на 59,1 %. [5, с. 74]

Наразі більшість підприємств хімічної галузі призупинили виробництво, серед них переважно небезпечні виробництва в зоні активних бойових дій та на тимчасово окупованих територіях.

Актуальними проблемами хімічної галузі в Україні є:

- економічна нестабільність;
- домінування імпортової продукції на хімічному ринку;
- залежність від імпортової сировини, незважаючи на потужну сировинну базу країни;



- пошкоджена інфраструктура міст, де розташовані підприємства;
- знищена або пошкоджена транспортна інфраструктура підприємств;
- порушені логістичні ланцюги;
- велика частина працівників вимушено переселилася у більш безпечні райони;
- проблеми з постачанням сировини;
- гостра конкуренція на світових ринках;
- енергозалежність;
- брак власних коштів підприємств [3].

Водночас перевагами вітчизняної хімічної галузі є:

- близьке територіальне розташування кордонів до ЄС, яке являється найбільшим ринком збуту України (близько 40 % від загального експорту припадає на країни Європейського Союзу);
- наявність наукових установ, що мають досвід розробки та впровадження технологій;
- кваліфіковані робочі кадри.

Головними завданнями є збереження та відновлення науково-технічного та виробничого потенціалу, підвищення ефективності виробництва, переміщення частини виробництва до більш безпечних регіонів України, пошук нових маршрутів та каналів збуту для експорту продукції.

На цей момент підприємства хімічної галузі зазнали великих збитків: жоден із заводів не відновив виробництво на 100 %, а повністю зупинили свою діяльність близько 40–50 % підприємств. Пошкодження критичної інфраструктури та порушені логістичні ланцюги суттєво ускладнюють діяльність заводів. Також є наявною тенденція до змінення структури виробництва хімічної продукції унаслідок зменшення частки мінеральних добрив, основної хімії та первинних пластмас, які Україна заборонила експортувати [4].

Перспективами хімічної галузі можуть стати антикризові заходи, що допоможуть попередити негативні наслідки, наблизити діяльність підприємств до попереднього рівня, наприклад: релокація підприємств у безпечніші зони; збільшення енергетичної незалежності виробництва; покращення ефективності використання ресурсів; розширення асортименту товарів критичного імпорту, що необхідні для галузі; залучення іноземних інвестицій. [4] Також у разі ефективного використання даних заходів перспективами розвитку стануть модернізація хімічної промисловості та підвищення інвестиційної активності.

Отже, хімічна галузь суттєво впливає на розвиток багатьох пов'язаних з нею галузей та на стан економіки країни в цілому. Українська хімічна продукція є конкурентоспроможною та має великий потенціал. Однак через складну ситуацію у державі цей потенціал не може бути використаний повністю. Для адаптації та відновлення виробництва у даних реаліях були запропоновані антикризові заходи, які також допоможуть здобути більш позитивні перспективи розвитку підприємств хімічної галузі.

З урахуванням сучасних світових тенденцій розвитку хімічної промисловості, подальших досліджень вимагають актуалізація стану хімічної галузі України у майбутньому та пошук нових стратегій розвитку.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Іващенко Г. А.

Література: 1. Сак С. І. Економічні проблеми та перспективи хімічної промисловості України. *Е-ЕКОНОМІКА*. 2017. № 1 (1). С. 145–149. URL: <http://e-economics.hpi.kh.ua/index.php/e-economics/issue/view/3/showToc>. 2. Тульчинська С. О., Кашук О. А. Аналіз проблем забезпечення прибутковості діяльності підприємств хімічної галузі України. *Сучасні проблеми економіки і підприємництва*. 2019. Вип. 24. С. 126–134. 3. Покровська Н. М. Актуальні тенденції інвестування хімічних підприємств України. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія економічна. Серія юридична*. 2021. Вип. 29/2021. URL: <https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/47245/1/Current.pdf>. 4. Аграрний бізнес, металурги, ІТ, хімія та інші: як справи в гігантів української економіки. *Економічна правда*. 2022. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/06/6/687837/#4>. 5. Пищуліна О., Юрчишин В., Маркевич К., Міщенко М., Добровольський Д. Соціально-економічні та гуманітарні наслідки російської агресії для українського суспільства. URL: https://razumkov.org.ua/uploads/article/2022_Gum.pdf.

Стаття надійшла до редакції 19.02.2023 р.





ПОНЯТІЙНИЙ АПАРАТ І ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 347.77

Молодецький Г. Г.

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Розглянуто сутність та уточнено визначення інтелектуального капіталу; визначено структуру інтелектуального капіталу підприємства; проаналізовано теоретичні засади та методи управління інтелектуальним капіталом підприємства.

Ключові слова: інтелектуальний капітал, людський капітал, організаційний капітал, клієнтський капітал, механізм управління, методи управління.



Annotation. The essence and definition of intellectual capital was considered; the structure of the enterprise's intellectual capital is determined; the theoretical principles and methods of intellectual capital management of the enterprise are analyzed.

Keywords: intellectual capital, human capital, organizational capital, client capital, management mechanism, management methods.



Досвід світової практики показує, що на сучасному етапі ринкової економіки основною рушійною силою є творча діяльність та її результати у вигляді «інтелектуального капіталу». Наразі такі фактори нематеріального характеру, як знання, уміння працівників, їх професійна кваліфікація, патенти, торговельні марки, інформаційні технології та інше, при їх ефективному використанні набувають найбільшого сенсу у лідерстві країн і сучасних підприємств. На сьогодні у світовій практиці все більше спостерігається тенденція до заміщення товарно-матеріальних запасів на основні засоби знань та інформацію.

У світовому господарстві формується нова парадигма зростання на базі використання знань та інновацій як найважливіших економічних ресурсів, набуває розвитку нова концепція «інтелектуальної економіки», «економіки знань».

Вагомий внесок у зміст інтелектуального капіталу як економічної категорії зробили зарубіжні вчені і практики Л. Едвінсон, Т. Стюарт, М. Мелоун, Г. Беккер, Є. Брукінг, Д. Даффі.

Метою статті є уточнення теоретичних засад управління інтелектуальним капіталом підприємства.

У сучасному вигляді концепцію інтелектуального капіталу було сформульовано наприкінці 50-х та початку 60-х років ХХ століття. Прийнято вважати, що вперше «інтелектуальний капітал» як термін було вжито у 1969 р. Дж. Гелбрейтом. Дещо пізніше, у своїх роботах визначення сутності та економічної ролі інтелектуальних ресурсів на підприємствах надали Й. Шумпетер та Д. Белл. Так, на думку Л. Едвінсона та М. Мелоуна, інтелектуальний капітал – це сума людського і структурного капіталів [16].

На особливу увагу заслуговує підхід дослідників Д. Клейна і Л. Прусака до визначення інтелектуального капіталу – «інтелектуальний матеріал, формалізований і зафіксований, що використовується для виробництва більш цінного майна» [17].

Найбільш вдалим є функціональне визначення «інтелектуального капіталу», запропоноване Х. Макдональдом: «інтелектуальний капітал – це знання, які є в організації і можуть використовуватися для одержання різних переваг перед конкурентами» [9].

Зацікавленість проблемою «інтелектуального капіталу» вітчизняних науковців стає активною у 90-ті роки минулого століття. Опубліковано низку монографічних досліджень і наукових статей, серед яких на особливу увагу заслуговують роботи Л. Антонюка, О. Амоші, В. Геєця, Е. Марчука, Б. Малицького, А. Кендюхова, Е. Бородіної, В. Семиноженка та інших.



Як вважає, наприклад, український науковець В. Кузьмінський, сутність інтелектуального капіталу як економічної категорії визначається системою відносин економічних суб'єктів щодо раціонального, стійкого його відтворення на основі прогресивного розвитку науки для виробництва конкурентних товарів і послуг, підвищення рівня життя, розв'язання проблем нерівномірності світового і регіонального розвитку на основі персоніфікованих економічних інтересів суб'єктів [10].

Однак це визначення не є повним, оскільки занадто звужує категорію і має на увазі тільки відносини економічних суб'єктів.

Варті уваги і дослідження Н. Гавкалової та Н. Маркової, які дають таке визначення інтелектуальному капіталу – це 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 [6].

Водночас більшість вітчизняних дослідників в галузі економіки схиляються до думки, що найбільш вдале трактування категорії «інтелектуальний капітал» належить українському науковцю О. Кендюхову. За його визначенням, «здатні створювати нову вартість інтелектуальні ресурси підприємства, представлені людським і машинним інтелектами, а також інтелектуальними продуктами, створеними ним самостійно або залученими зі сторони як засоби створення нової вартості» [8].

З огляду даної проблеми та узагальнюючи основні трактування, можемо представити своє бачення «інтелектуального капіталу підприємства» через призму вартості накопичених і сформованих в результаті інвестицій здібностей, знань, навичок персоналу, інтелектуальних продуктів та інформації, доцільне використання яких сприяє отриманню економічної вигоди.

Загалом основні наукові та методичні підходи до інтерпретації поняття «інтелектуальний капітал» наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Морфологічний аналіз визначення поняття «інтелектуальний капітал»

Автори	Визначення
Л. Едвінсон, М. Мелоун [16]	Інтелектуальний капітал – це всі ті ресурси, які не піддаються традиційним оцінкам і складаються із сукупності людського і структурного капіталів
Д. Даффі [5]	Інтелектуальний капітал – це сукупність знань, якими володіє організація в особі своїх співробітників, а також у вигляді методологій, патентів, архітектур і взаємозв'язків
Д. Клейн, Л. Прусак [7]	Інтелектуальний капітал – це інтелектуальний матеріал, формалізований і зафіксований, що використовується для виробництва більш цінного майна
Х. Макдональд [9]	Інтелектуальний капітал – це знання, які є в організації і можуть використовуватися для одержання різних переваг перед конкурентами
Е. Брукінг [12]	Інтелектуальний капітал – це термін для визначення нематеріальних активів, без яких компанія не може існувати у сучасному світі
О. Кендюхов [8]	Здатні створювати нову вартість інтелектуальні ресурси підприємства, представлені людським і машинним інтелектами, а також інтелектуальними продуктами, створеними ним самостійно або залученими зі сторони як засоби створення нової вартості
В. Кузьмінський [10]	Інтелектуальний капітал – це система відносин економічних суб'єктів щодо раціонального, стійкого його відтворення на основі прогресивного розвитку науки для виробництва конкурентних товарів і послуг, підвищення рівня життя, розв'язання проблем нерівномірності світового і регіонального розвитку на основі персоніфікованих економічних інтересів суб'єктів
Н. Гавкалова, Н. Маркова [6]	Інтелектуальні ресурси, що втілені у сукупності наукових, професійних та 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
Авторське визначення	Інтелектуальний капітал підприємства – це вартість накопичених та сформованих в результаті інвестицій здібностей, знань, навичок персоналу, інтелектуальних продуктів та інформації, доцільне використання яких сприяє отриманню економічної вигоди



Отже, визначення економічного змісту інтелектуального капіталу створює певні засади для формування системи управління даним ресурсом. Повне розкриття сутності обраної категорії, визначення конкретного змісту механізму управління даним ресурсом ґрунтується на аналізі структури й видів інтелектуального капіталу. Слід зазначити, що інтелектуальний капітал формується з людського капіталу, організаційного та клієнтського (рис. 1).

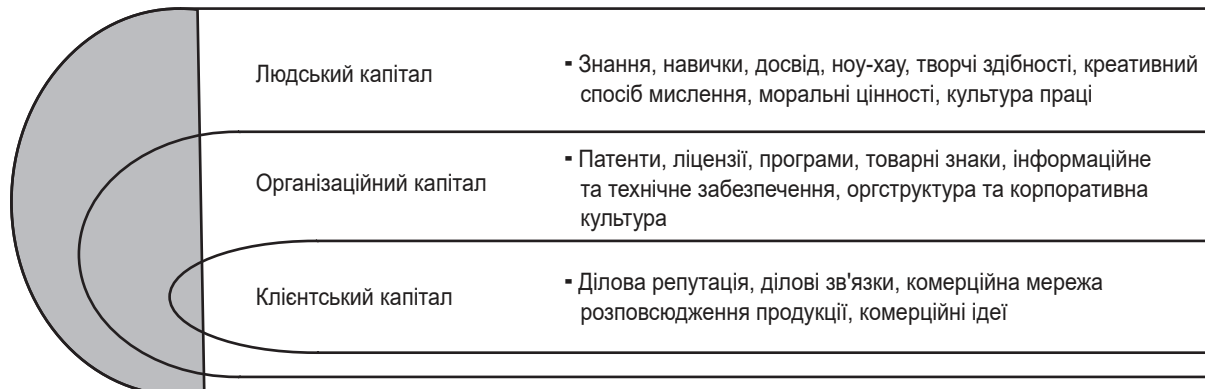


Рис. 1. Складові інтелектуального капіталу

Людський капітал – це сформований або розвинений у результаті інвестицій і накопичений людьми певний потенціал фізичних і духовних здібностей індивіда та інших продуктивних якостей, які цілеспрямовано використовуються у відповідній сфері економічної діяльності, що сприяє підвищенню продуктивності праці, й завдяки цьому впливає на зростання доходів його власника [8]. Визначається людський капітал, передусім, такими аспектами, як освіта, вміння, кваліфікація, здібності, навички, досвід, набутий в процесі діяльності, моральні цінності, культура праці тощо.

Організаційний капітал як складова інтелектуального капіталу, перш за все, має відношення до організації в цілому. Він розглядається з погляду на те, як людський капітал, перетворюючи інформацію, використовується в організаційних системах. Організаційний капітал поєднує продукти творчої праці, інформаційні технології та ресурси підприємства, електронні мережі, організаційну структуру та систему управління в цілому [13].

Клієнтський капітал розглядається як система довгострокових, надійних, взаємовигідних відносин підприємства з клієнтами та контрагентами, які побудовані на довірі. Він включає комерційні ідеї та ділові зв'язки, комерційну мережу розповсюдження продукції, участь в комерційних партнерствах, ділову репутацію підприємства [13].

Наразі управління інтелектуальним капіталом здебільшого носить інтуїтивний характер та не пов'язується з економічними цілями, які переслідують підприємства. Це наслідок недостатнього вивчення даного питання з теоретичного боку та відсутність досвіду застосування аналітичних процедур у стратегічному менеджменті інтелектуального капіталу в практиці вітчизняного господарювання, що робить проблему управління інтелектуальним капіталом підприємства досить актуальною.

Під управлінням інтелектуальним капіталом прийнято вважати процес внесення змін у параметри формування та використання інтелектуального капіталу для досягнення підприємством поставлених економічних цілей [15]. Цей процес потребує створення організаційного механізму, який дозволяє відстежувати зміни в організації і сприяє розробці конкретних рекомендацій щодо ефективного управління його складовими [14].

З погляду О. Лапіна, механізм управління інтелектуальним капіталом – це «сукупність дій і заходів, спрямованих на забезпечення ефективного планування, організації та контролю процесів формування, розвитку та використання результатів інтелектуальної діяльності, а також мотивації процесів накопичення і зростання інтелектуального потенціалу» [11].

Першочерговим завданням механізму управління інтелектуальним капіталом є забезпечення розвитку і його ефективне використання. Виходячи з цього, призначенням механізму управління інтелектуальним капіталом є формування системи управління, забезпечення ефективного функціонування і відтворення інтелек-



туального капіталу, сприяння створенню нормативної бази управління інтелектуального капіталу та раціональне використання всіх його види.

Реалізація виконання визначених призначень механізму управління здійснюється шляхом застосування відповідних методів управління інтелектуальним капіталом. До таких методів відносять організаційні, економічні, соціально-психологічні та правові.

Організаційні методи використовуються безпосередньо при визначенні структури, цілей, задач та функцій управління інтелектуальним капіталом.

Економічні методи управління здійснюють свій вплив на хід використання і відтворення інтелектуальних ресурсів за допомогою інвестицій до інтелектуального капіталу, ціни на інтелектуальні ресурси, оплати праці суб'єктів управління інтелектуальним капіталом тощо.

Соціальні та психологічні методи, як правило, знаходять своє застосування відносно персоналу як суб'єкта управління і відносно цілого ряду видів інтелектуального капіталу як об'єктів управління: корпоративної культури, відносин із клієнтами та ін.

Правові методи управління реалізуються шляхом дотримання цілого ряду законодавчих актів, передусім законів та інших нормативних документів про інтелектуальну власність [1–4].

Отже, підсумовуючи вищевикладене, можна дійти висновку, що інтелектуальний капітал – це системне, збірне поняття, в якому перебувають у тісному поєднанні його складові: людський, організаційний та клієнтський капітал. Тому для забезпечення примноження та посилення розвитку інтелектуального капіталу доцільним є інвестування усіх його складових елементів. Вибір методів управління у сфері інтелектуального капіталу зазвичай має враховувати тип інтелектуального капіталу і підрозділ організації, в якій здійснюється управління. Жоден окремо використовуваний метод не може бути універсальним – поєднання одночасно кількох методів є найбільш ефективним.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Мішина С. В.

-
- Література:** 1. Про авторське право і суміжні права : Закон України від 15.12.93 № 3686-XII // Відомості Верховної Ради України. 1994. №13. Ст. 64. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3792-12#Text>. 2. Про охорону прав на винаходи і корисні моделі : Закон України від 15.12.93 № 3687-XII // Відомості Верховної Ради України. 1994. № 7. Ст. 32. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3687-12#Text>. 3. Про охорону прав на знаки для товарів і послуг : Закон України від 15.12.93 № 3689-XII // Відомості Верховної Ради України. 1994. № 7. Ст. 36. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3689-12#Text>. 4. Про охорону прав на промислові зразки : Закон України від 15.12.93 № 3688-XII // Відомості Верховної Ради України. 1994. № 13. С. 34. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3688-12#Text>. 5. Бондаренко С. М., Бігун М. С. Інтелектуальний капітал як чинник забезпечення конкурентних переваг підприємства. *Науковий вісник Херсонського держуніверситету*. 2018. Т. 1. № 28 (Серія Економічні науки). URL: <https://ejournal.kspu.edu/index.php/ej/article/view/53>. 6. Гавкалова Н. Л., Маркова Н. С. Формування та використання інтелектуального капіталу. Харків : Вид-во ХНЕУ, 2006. 252 с. 7. Кендюхов О. Гносеологія інтелектуального капіталу. *Економіка України*. 2003. № 4. С. 28–33. 8. Кендюхов О. В. Ефективне управління інтелектуальним капіталом. Донецьк : Дон УЕП, 2008. 363 с. 9. Коваленко М. А., Ломоносов А. В., Ломоносова О. Е., Житченко Г. О. Інтелектуальний капітал підприємства : навч. посіб. для студентів вищ. навч. закл. Херсон : Олді-плюс, 2019. 458 с. 10. Кузьмінський В. О. Теоретичні основи інтеграції капіталів. *Фінанси України*. 2003. № 2. С. 124–132. 11. Лапін О. В. Організаційно-економічні основи підвищення ефективності використання інтелектуального капіталу промислових підприємств : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01. Одеса, 2006. 19 с. 12. Ляшенко Г. П. Інтелектуальний капітал – результат людського вибору в структурі матеріальних активів підприємства. URL: <https://www.researchgate.net/publication/352788241>. 13. Непляха Ю. В. Сутність та структура інтелектуального капіталу. *Інтелектуальна власність*. 2009. № 9. С. 19–22. 14. Ступнікер Г. Л. Інтелектуальний капітал як основа розвитку вітчизняних промислових підприємств. *Вісник Придніпровської державної академії будівництва та архітектури*. 2008. № 12. С. 40–43. 15. Ткач І. І. Дослідження сутності інтелектуального капіталу. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки»*. 2010. № 5. С. 50–53. 16. Edvinsson L., Malone M. S. *Intellectual Capital. Realizing Your Company's True Value by Finding Its Hidden Brainpower*. NY : Harper Business, 1997. 226 p. 17. Stewart T. A. *Intellectual Capital. The New Wealth of Organization*. NY : Doudleday&Currency, 1997. 278 p.

Стаття надійшла до редакції 01.03.2023 р.





THE ROLE OF LOGISTICS ACTIVITIES OF A SMALL ENTERPRISE

UDC 658.7:334.012.64

I. Nikolyyukin

The 4-th year student
of the Faculty of Management and Marketing KhNEU them. S. Kuznets

Annotation. This article examines the peculiarities of logistic activities of a small enterprise. The article describes the main stages of logistics activities, and also considers the problems that small businesses face in organizing their logistics. In particular, the authors of the article discuss issues related to the selection of optimal suppliers, organization of warehousing, transportation of finished products, and inventory management.

Keywords: logistics, enterprises, role, human resources, activities.



Анотація. У статті розглянуто особливості логістичної діяльності малого підприємства. Описано основні етапи логістичної діяльності, а також розглянуто проблеми, з якими стикаються малі підприємства з організацією своєї логістики. Зокрема, автори статті обговорюють питання, пов'язані з вибором оптимальних постачальників, організацією складського зберігання, транспортування готової продукції, управлінням запасами.

Ключові слова: логістика, підприємства, роль, людські ресурси, діяльність.



Relevance. The topic of logistics activities of small businesses is relevant in today's world, as there are many small businesses that depend on the efficiency of their logistics to operate successfully and survive in the marketplace.

Optimization of logistics processes can significantly reduce the cost of production and delivery of products, as well as improve the quality of customer service.

However, many small businesses often lack the resources and expertise to develop and implement an effective logistics strategy. Therefore, a study of the topic of logistics activities of small businesses can help them understand the basic principles of logistics organization and determine the most effective methods to improve their logistics processes.

Analysis of recent research and publications. Experts from around the world are actively engaged in studying the logistics activities of small businesses and developing effective supply chain management strategies. The names of such experts as Christian K. Jensen, Joseph F. Harrington, Robert Coyle, Alexander V. Yatsenko and Jonathan L.

Caldwell are widely known in the global academic community. However, it is also important to mention experts from Russian and Ukrainian universities, such as Victoria Lavrova, Alexander Ivanov, Yuri Ivanov, Andrey Anikin, and Lyubov Belyavskaya, who also make significant contributions to the field. Their work and research help develop effective supply chain management methods for small businesses and ensure successful logistics activities in this business sector.

Problem Statement. The purpose of this article is to consider the peculiarities of logistic activities of small enterprises and study the problems they face in organizing their logistics. In addition, the article aims to offer recommendations and methods to optimize logistics processes in small businesses, which will help them to increase the efficiency of their logistics activities and improve the quality of service to their customers [1].

Summary of the main research material. The main logistics activities of small businesses, such as selection of suppliers, organization of warehousing, transportation and inventory management, have some problems.

One of the main problems of small enterprises in the organization of their logistics is limited resources and lack of expertise in the field of logistics. In addition, inadequate coordination between departments can also affect the efficiency of logistics processes in small businesses.



Various optimization methods can be used to improve the logistics performance of small businesses, such as using information technology, outsourcing logistics functions, improving inventory and transportation management, and improving coordination between departments [2].

Also, an important aspect is government support and infrastructure development, which can contribute to more efficient logistics for small businesses.

It is very important to study examples of successful logistics activities of small enterprises and the methods they use to optimize their logistics processes.

It is also important to consider the environmental aspects of logistics activities in small businesses. For example, the use of more environmentally friendly modes of transportation and better waste management can reduce the negative impact on the environment and improve the overall reputation of the enterprise.

Overall, the logistics activities of small businesses are an important aspect of their business that can have a significant impact on the efficiency and competitiveness of the enterprise. Therefore, it is important not only to understand the main stages and problems of logistics in small businesses, but also to look for effective methods to optimize and improve logistics processes to achieve successful business operations [3].

The main stages of logistics activities in small businesses are shown in Table 1.

Table 1

The main stages of logistics activities in small businesses [3]

Stages of logistics activities	Description
Planning	Determining the volume of goods and services, as well as their production, storage and delivery locations
Procurement	Purchase of necessary materials and components for the production of goods
Inventory management	Determination of the necessary level of stock of goods in the warehouse to meet demand
Production	Creation and assembly of goods to be delivered to customers
Packaging and labeling	Preparation of goods for transportation and marking of their properties and characteristics
Transportation	The movement of goods from the production site to the warehouse or from the warehouse to the customer
Warehousing	Keeping goods in stock until they are delivered to customers
Order processing	Handling and packaging goods for shipment to customers, as well as shipping management and order status tracking
Customer service	Providing customers with information about products and services, as well as resolving problems and complaints

This table will help you to understand what the main stages include logistic processes in small enterprises and how they relate to each other. In addition, the table can be useful for assessing the effectiveness of logistics activities and finding ways to improve them.

An important aspect of logistics activities in small enterprises is inventory management. On the one hand, a large amount of inventory can lead to unnecessary storage costs, and on the other hand, insufficient inventory can lead to production downtime and unsatisfied orders.

To solve this problem, it is necessary to correctly estimate not only the current demand for goods, but also the potential demand in the future. In addition, it is necessary to take into account the delivery time of materials and components in order to prepare for the production of a new batch of goods in advance [4].

Another important aspect is the choice of transport company for the delivery of goods. It is necessary to consider not only the cost of delivery, but also the quality of service, speed of delivery and the ability to track the status of the order.

In addition, effective logistics can help reduce the time of production and delivery of goods, which will improve the overall performance of the company and increase customer satisfaction [5].

Overall, logistics activities are one of the most important aspects of successful small businesses. It can improve customer service, optimize storage and delivery costs, and increase production efficiency.

Conclusion. Thus, logistics activities play an important role in the successful operation of small businesses. It helps to optimize storage and delivery processes, improve customer service and increase production efficiency. The



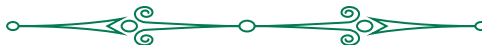
key aspects of logistics activities in small enterprises are inventory management, the choice of transport company, and the assessment of potential demand for goods.

It is important to note that each small enterprise has its own characteristics, and an effective logistics strategy must be developed with these characteristics in mind. But in general, the use of modern logistics methods and tools can significantly improve business efficiency in small businesses, which is a key success factor in today's business world.

Supervisor – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor Kolodizeva T. O.

Literature: 1. Міщук І. П. Оцінювання ефективності системи логістики підприємства торгівлі. *Механізм регулювання економіки*. 2012. № 4. С. 102–110. 2. Забуранна Л. В. Логістичне управління підприємством: сутність та передумови розвитку. *Сталий розвиток економіки*. 2010. № 7. С. 120–123. 3. Денисенко А. М. Логістичне управління як інструмент підвищення ефективності діяльності підприємств. Донецьк : ДонНУЕТ, 2011. 4. Матвієнко-Біляєва Г. Л. Трансфер інноваційних технологій як запорука розвитку підприємницької діяльності / за заг. ред. І. В. Гонтаревої. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. 5. Ніколаєва Я. В. Тенденції розвитку ринку послуг експрес-доставки України. *Молодий вчений*. 2014. № 6 (09). С. 188–192.

Стаття надійшла до редакції 14.03.2022 р.



РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658.15

Піліпей В. О.

Магістрант 2 року навчання
факультету фінансів та обліку ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У цій статті досліджено теоретичні та практичні аспекти використання матриці фінансових стратегій як інструменту стратегічного менеджменту для оцінки фінансової діяльності підприємства. Побудовано матрицю фінансових стратегій з використанням методу Ж. Франшона та І. Романе. У результаті дослідження був побудований прогноз зміни фінансового стану підприємства.

Ключові слова: фінансова стратегія, фінансовий стан, метод Франшона–Романе, фінансова діяльність, матричний аналіз.



Annotation. This article examines the theoretical and practical aspects of using the matrix of financial strategies as a strategic management tool for assessing the financial activity of an enterprise. A matrix of financial strategies was built using the method of J. Franchon and I. Romanet. As a result of the research, a forecast of the change in the company's financial condition was built.

Keywords: financial strategy, financial condition, Franchon–Romanet method, financial activity, matrix analysis.





Фінансова стратегія є одним із найважливіших видів функціональної стратегії підприємства, що забезпечує всі основні напрями розвитку її фінансової діяльності та фінансових відносин шляхом вибору найефективніших шляхів досягнення фінансових цілей, адекватного коригування напрямів формування й використання фінансових ресурсів за зміни умов зовнішнього середовища.

Питання розробки та реалізації фінансової стратегії підприємства висвітлено у працях таких вітчизняних і зарубіжних учених, як: Бутенко А. В. [1], Бутиріна В. М. [2], Верещаєва Г. А. [2], Давтян Н. Т. [3], Полчанов А. [5], Полькіна А. С. [6], Портнер М. Е. [7], Присяга Т. А. [8], Семенов А. Г. [9] та ін.

Проте слід зазначити, що, незважаючи на наявність досить великої кількості наукових праць, за межею систематизованих досліджень залишається проблема розробки науково-методичних підходів щодо формування фінансових стратегій розвитку підприємства

Метою дослідження є проведення фінансового аналізу результатів фінансової діяльності підприємства, визначення напрямів змін його фінансового стану на основі матриці фінансових стратегій Франсона і Романе.

Метод Франсона–Романе виділяється серед інших методів тим, що дозволяє не тільки визначити поточне положення компанії з точки зору фінансового ризику, але й розглядати ситуацію в динаміці, щоб дозволити спрогнозувати зміни фінансової стратегії залежно від зміни важливих показників діяльності, а також планувати майбутнє становище компанії, змінюючи ці показники та знижуючи рівень фінансового ризику [9]. Для визначення позиції підприємства у матриці фінансових стратегій необхідно розрахувати: результат господарської, фінансової та фінансово-господарської діяльності.

Результат господарської діяльності (РГД) є сумою коштів, наявних у розпорядженні підприємства після вирахування витрат та фінансування виробничого розвитку. При додатному значенні підприємство має власні кошти для фінансування свого розвитку, при від'ємному – має потребу у позикових коштах, через нестачу власних [9].

Результат фінансової діяльності (РФД) є зміною обсягу заборгованості підприємства, скориговану на обсяг витрат. Додатне значення показника 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 [9].

Результат фінансово-господарської діяльності (РФГД) характеризує розмір «вільних» грошових засобів підприємства. Додатне значення вказує на забезпеченість підприємства вільними грошовими засобами для фінансування інших напрямів діяльності, від'ємне – про їх дефіцит, що може призвести до зменшення ліквідності або потенціалу підприємства [9].

Матриця фінансової стратегії необхідна для визначення, як поточного рівня діяльності підприємства, так і можливих стратегій його подальшого розвитку. Вона дозволяє спрогнозувати можливі варіанти розвитку виробництва на 2–3 роки, визначити припустимі межі можливостей підприємства.

Результат господарської діяльності з економічного погляду може бути визначений як сума грошових коштів підприємства після фінансування. Показник свідчить про ліквідність підприємства після фінансування всіх витрат, що пов'язані з його розвитком [9]. Розрахунок даного показника є першим етапом. Його розрахунок було проведено на основі звітності ПрАТ «Харківський плитковий завод» [4] та наведено у табл. 1.

Таблиця 1

**Розрахунок показника результату господарської діяльності
ПрАТ «Харківський плитковий завод» за 2017–2021 рр., тис. грн**

Показник	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.
1	2	3	4	5	6
1. Додана вартість	286256	270752	316185	227656	258487
а) вартість виробленої та реалізованої у звітному періоді продукції (товарів, робіт, послуг)	429997	351035	413506	311429	338770
г) матеріальні витрати	143741	80283	97321	83773	80283
2. Брутто-результат від експлуатації інвестицій	40654,8	87803,6	132857	67453,3	75151,1
а) податок на додану вартість	57251,2	54150,4	63237	45531,2	51697,4



Закінчення табл. 1

1	2	3	4	5	6
б) витрати на оплату праці	133521	87061	81344	86625	87061
в) відрахування на соціальні заходи	48966	32123	30527	19962	32123
г) середня за звітний період поточна заборгованість за розрахунками з бюджетом	5863	9614	8220	8084,5	12454,5
3. Зміна фінансово-експлуатаційних потреб	-79661	82909	-275174	140695	260999
а) запаси на початок звітного періоду	116113	148478	175100	244741	247251
б) запаси на кінець звітного періоду	148478	175100	244741	247251	250863
в) дебіторська заборгованість на початок звітного періоду	425350	421868	537723	449966	495579
г) дебіторська заборгованість на кінець звітного періоду	421868	537723	449966	495579	641700
д) кредиторська заборгованість на початок звітного періоду	415327	523871	583439	840497	747925
е) кредиторська заборгованість на кінець звітного періоду	523871	583439	840497	747925	636659
ж) ФЕП на початок звітного періоду	126136	46475	129384	-145790	-5095
з) ФЕП на кінець звітного періоду	46475	129384	-145790	-5095	255904
4. Зміна первісної вартості основних фондів за звітний період	298989	112993	606086	79203	129822
5. Інші доходи	62	8336	2493	168	8336
6. Результат господарської діяльності (РГД)	-178611,2	-99762,4	-195562	-152276,7	-307333,9

Наступний етап – це розрахунок результату фінансової діяльності. Він відображає фінансову політику підприємства. Цей показник розраховується на підставі використання даних про рух фінансових потоків на підприємстві. Результат фінансової діяльності ПрАТ «Харківський плитковий завод» наведено в табл. 2.

Таблиця 2

**Розрахунок показника результату фінансової діяльності
ПрАТ «Харківський плитковий завод» за 2017–2021 рр., тис грн**

Показник	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.
1. Зміна позикового капіталу за звітний період	86139	187299	214489	48049	160779
а) довгострокові зобов'язання та короткострокові кредити банків на початок звітного періоду	616838	702977	890276	1104765	1152814
б) довгострокові зобов'язання та короткострокові кредити банків на кінець звітного періоду	702977	890276	1104765	1152814	1313593
2. Фінансові витрати	7441	14665	12405	6840	14665
3. Податок на прибуток від звичайної діяльності	3994	1891	9291	166	1891
4. Виплачені дивіденди	0	0	0	0	0
5. Дохід від участі в капіталі	0	0	0	0	0
6. Втрати від участі в капіталі та інші витрати	300	52	78	66	52
7. Довгострокові фінансові інвестиції	126	126	126	126	111
8. Інші фінансові доходи	4	1	2	0	1
9. Результат фінансової діяльності (РФД)	74282	170566	192591	40851	144061

Після визначення результатів від господарської та фінансової діяльності підприємства ПрАТ «Харківський плитковий завод» розраховано результат фінансово-господарської діяльності та наведено у вигляді табл. 3.



Таблиця 3

**Розрахунок результату фінансово-господарської діяльності
ПрАТ «Харківський плитковий завод» за 2017–2021 рр.**

Показник	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.
Результат господарської діяльності	-178611,2	-99762,4	-195562	-152276,7	-307333,9
Результат фінансової діяльності	74282	170566	192591	40851	144061
Результат фінансово-господарської діяльності	-104329,2	70803,6	-2 971	-111 426	-163 273

Використовуючи розрахунки основних показників діяльності підприємства, можна умовно віднести його до одного з квадрантів матриці (в розрізі років), кожний з яких має свій номер, свою унікальну назву, і кожний з яких характеризується набором показників тих, що визначають тільки підприємства даного квадранта і що, відповідно, мають ідентичні шляхи подальшого розвитку.

Залежно від значень результатів господарської, фінансової і фінансово-господарської діяльності підприємство ПрАТ «Харківський плитковий завод» займає наступні положення в матриці у 2017–2021 рр. (рис. 1).

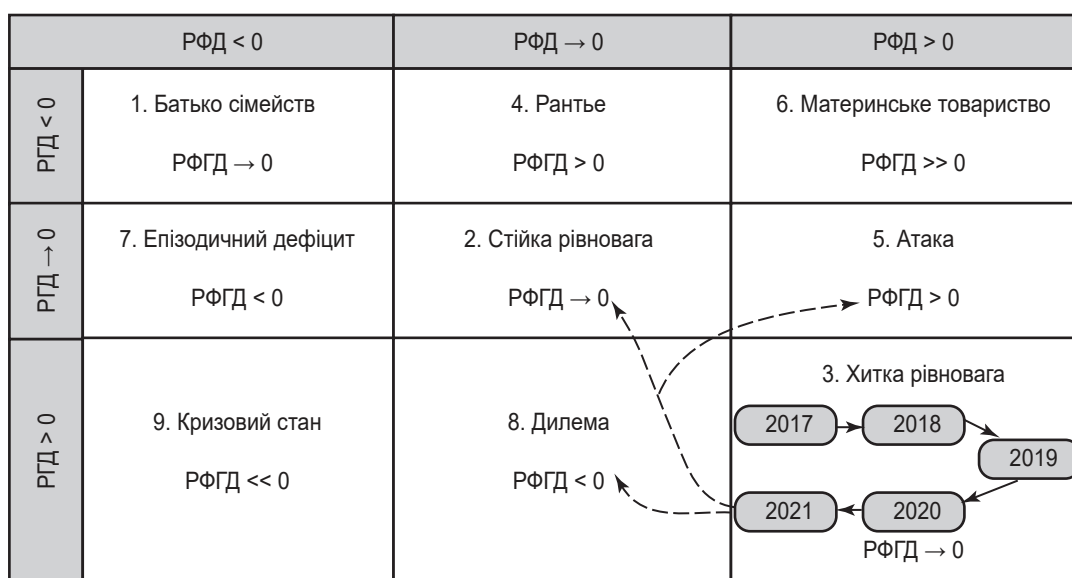


Рис. 1. Позиціонування ПрАТ «Харківський плитковий завод» у матриці фінансових стратегій у 2017–2021 рр.

Проаналізувавши рис. 1, чітко видно, що протягом всього аналізованого періоду підприємство знаходиться у квадранті 3 «Хитка рівновага».

Цей квадрант характеризується тим, що він знаходиться на лінії фінансової рівноваги, яка проходить по головній діагоналі матриці від 1 до 3 квадрантів. Головна особливість даного квадранта в тому, що він вказує на те, що підприємство забезпечує збереження платоспроможності лише за рахунок залученого капіталу, тобто нарощує заборгованість.

Виходячи з даної ситуації є передумови для виникнення кризи. Можливі переходи у квадрант 2, 5 або 8, залежно від того, як надалі буде вестись фінансово-господарська діяльність і чи керівництво підприємства направить ресурси на зниження дебіторської заборгованості.

Найкращим варіантом, за умови покращення господарської діяльності підприємства, зниження рівня заборгованості та залучення нових інвесторів, для збільшення власного капіталу, є перехід у 2 квадрант матриці, що характеризується сталою фінансовою стійкістю підприємства та оптимальною структурою джерел фінансування, а планові обсяги діяльності повністю забезпечені фінансовими ресурсами.



Оптимальним варіантом є перехід у 4 квадрант, для якого також потрібно покращити показник господарської діяльності. Цей сценарій вказує на те, що будуть існувати вільні кошти для здійснення проектів при використанні позикового капіталу.

За найгіршого сценарію розвитку подій на підприємстві буде спостерігатися дефіцит коштів, який буде пов'язаний зі зниженням рівня економічної прибутковості, тобто підприємство перейде у 8 квадрант матриці фінансової стратегії.

Отже, метод Франсона–Романе дозволяє оцінити фінансовий стан та стратегічну фінансову діяльність підприємства загалом. Комплексний матричний аналіз допомагає оцінити фінансову стратегію підприємства та визначити напрям дій її зміни. Використання цієї матриці дає можливість підприємству адекватно приймати рішення щодо комплексного використання всіх фінансових ресурсів, спрямованих на досягнення цілей фінансової стратегії. У межах цієї матриці можна вирішити проблему реалізації фінансової стратегії у динаміці, що дає можливість визначити пріоритетні сфери фінансового розвитку та модифікувати фінансову стратегію в результаті зміни параметрів функціонування підприємства.

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

Література: 1. Бутенко А. В. Формування фінансової стратегії поліграфічного підприємства. *Управління розвитком*. 2013. № 18. С. 32–34. 2. Бутиріна В. М., Верещаєва Г. А. Визначення фінансової стратегії розвитку підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2011. № 21. С. 177–182. 3. Давтян Н. Т. Ідентифікація стадії фінансового розвитку підприємства та побудова стратегічної карти в рамках розробки заходів щодо підвищення його вартості. *Управління розвитком*. 2012. № 12. С. 119–123. 4. Офіційний сайт ПрАТ «Харківський плитковий завод». URL: <http://www.plitka.kharkov.ua/>. 5. Полчанов А. Фінансова стратегія страховика на світовому ринку. *Вісник ХНЕУ*. 2012. № 3. С. 75–83. 6. Полькіна А. С. Формування фінансової стратегії та позиціонування металургійних підприємств із використанням матричного підходу. *Управління розвитком*. 2013. № 18. С. 48–52. 7. Портер М. Е. Стратегія конкуренції: методика аналізу галузей і діяльності конкурентів. Київ : Основи, 1998. 392 с. 8. Присяга Т. А. Визначення напрямків розвитку підприємств на основі аналізу позиції підприємства у матриці фінансових стратегій. *Управління розвитком*. 2012. № 12 (133). С. 126–129. 9. Семенов А. Г. Матриця фінансових стратегій. *Вісник економічної науки України*. 2008. № 2. С. 139–146.

Стаття надійшла до редакції 20.02.2023 р.



ПРОГНОЗУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ЯК ЕЛЕМЕНТ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ІТ-КОМПАНІЇ

УДК 338.58:65

Первій Д. П.

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

Анотація. Статтю присвячено проблемам прогнозування фінансових показників ІТ-компаній. Ми живемо за нестабільних економічно-політичних умов, тому підприємства потребують встановлення варіантів стабільності та можливостей зростання. Цього можливо досягти лише за допомогою прогнозування перспективи розвитку. У статті



запропоновано загальну схему прогнозування фінансових результатів. Проведено фінансовий аналіз діяльності EPAM Systems та розраховано моделі для прогнозування його фінансових результатів. Складено прогнозний звіт про фінансові результати на підставі отриманих прогнозів.

Ключові слова: прогнозування, прибуток, дохід, EPAM, IT-компанія, фінансові результати.

Annotation. The article is devoted to the problems of forecasting financial indicators of IT companies. We live in unstable economic and political conditions, so businesses need to establish options for stability and growth opportunities. This can be achieved only by forecasting the future of development. The article proposes a general scheme for forecasting financial results. A financial analysis of EPAM Systems' activities was carried out and models were calculated for forecasting its financial results. A forecast report on financial results was drawn up based on the received forecasts.

Keywords: forecasting, profit, revenue, EPAM, IT company, financial results.

На сучасному етапі розвитку економіки України вагомий вплив на збільшення економічного зростання та зміцнення конкурентоспроможності національної економіки відбувається завдяки IT-сфері. Це потребує належної фінансово-економічної підтримки подальшого розвитку IT-підприємств. В умовах пошуку та втілення інноваційних підходів сучасної економічної схеми суспільного життя прогнозування стає одним із найбільш значущих із наукових факторів формування концепції повсякчасного розвитку підприємства.

Розгляд особливостей прогнозування фінансових результатів як елемента антикризового управління IT-компанії є актуальною темою для розгляду, бо кожного року відбуваються певні зміни, які мають неабиякий вплив на розвиток IT-галузі. Тема прогнозування фінансових результатів досліджується багатьма науковцями, серед яких можна зазначити праці Бланка, Ван Хорна та інших.

Мета дослідження полягає у розробці методичного підходу до прогнозування показників фінансових результатів IT-компанії та проведенні аналізу отриманих результатів його застосування для системи антикризового управління IT-компанії EPAM.

Першим кроком було досліджено динаміку змін обраних показників, тобто фінансових показників, за аналізованою IT-компанією, а саме EPAM [7] Для дослідження було обрано валовий та операційні доходи, чистий прибуток, частка чистого прибутку від валового доходу та чисті грошові кошти від операційної діяльності. Обґрунтованість обору саме зазначених показників обумовлена частотою фігурування в дослідженнях з прогнозувань, що наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Аналіз частоти використання обраних показників для прогнозування розвитку підприємств

Критерій	Кононенко Ж. А.	Гайбура Ю. А.	Глуценко А. М.	Білик М. Д.	Бланк І. А.	Шеремет А. Д.	Мец В. О
Валовий дохід	+	+	+	+	+	+	+
Операційний дохід	+	+	+	+	+	+	+
Чистий прибуток	+	+	+	+	+	+	+
Частка чистого прибутку від валового доходу	+	-	+	+	+	-	+
Чисті грошові кошти від операційної діяльності	+	-	-	+	+	+	-

Треба зазначити, що максимальне значення показника обсягу валового доходу відповідає 1194861,00 тис. \$ – за 2022 рік, а мінімальне – 521333,00 тис. \$ – 2019 рік. При цьому максимальне значення показника операційних доходів відповідає 165667,00 тис. \$ – за 2022 рік, а мінімальне – 64658,00 тис. \$ – 2019 рік. Треба зауважити, що, максимальне значення показника обсягу чистого прибутку відповідає 142 279,00 тис. \$ – за 2022 рік, а мінімальне – 18 604,00 тис. \$ – 2022 рік.

Для того щоб побачити картину в динаміці та підтвердити зроблені висновки, було побудовано лінії тренду для п'яти типів наближень на різних діаграмах (лінійна, логарифмічна, поліноміальна, ступенева, експонентна) за кожним з показників, проте розпочнемо з першого з них (рис. 1). Дослідивши загальні тенденції можливого розвитку валового доходу в майбутньому, ми дійшли висновку, що найбільш реальним прогнозом



серед усіх є поліном шостого ступеня, бо там наявні тенденції зменшення за наступні періоди, що повністю відповідає загальній тенденції зміни динаміки показника, а також треба звернути увагу на той факт, що вірогідності апроксимації за цією лінією тренду знаходиться на досить високому рівні 0,99, що характеризує високу вірогідність наявності таких показників у майбутньому. Різка зміна валового доходу на цьому підприємстві не може бути швидко зростаючою або спадаючою, бо для цього відсутні певні чинники.

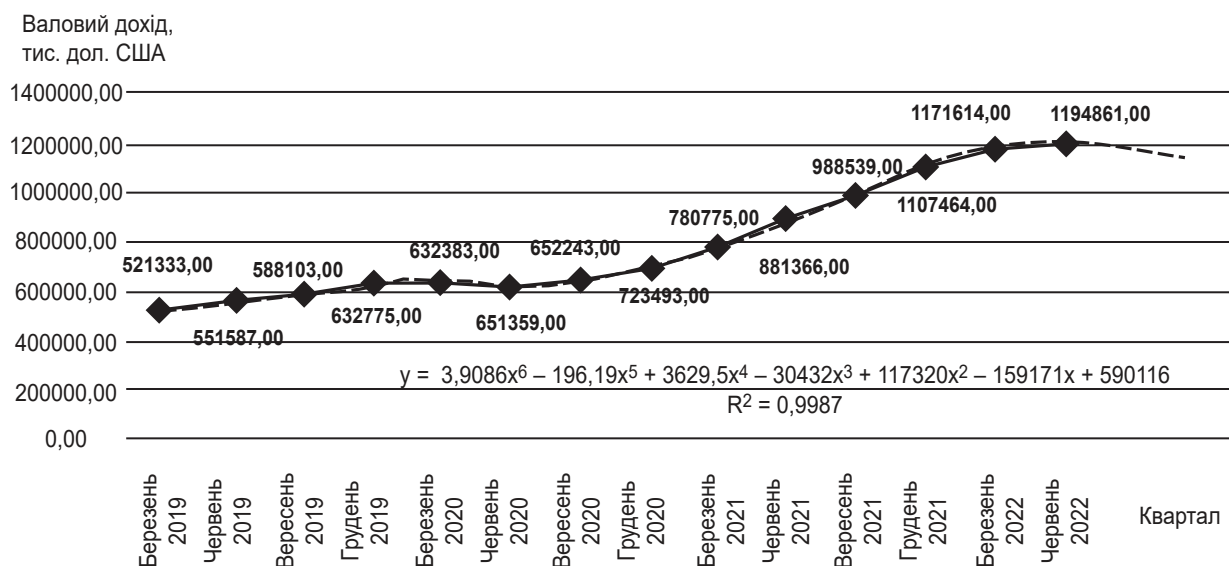


Рис. 1. Поліноміальна лінія тренду шостого ступеня для валового доходу, тис. \$

Наступним показником для проведення аналізу були операційні доходи, тис. \$ (рис. 2). Дослідивши динаміку розвитку показника в майбутньому, ми дійшли висновку, що потрібно спиратися на поліном третього ступеня, бо там наявна спадна тенденція, що відповідає економічній ситуації в країні та обумовлено кризовим станом підприємства, через втрату офісів у країні агресорі, а також треба звернути увагу на той факт, що вірогідності апроксимації за цією лінією тренду знаходяться на рівні 0,78, що характеризує середню вірогідність наявності таких показників у майбутньому, проте ті поліноми, що мають цей коефіцієнт на рівні 0,98, не відповідають тенденціям розвитку.

Різка зміна обсягу операційних доходів за квартал не може бути швидко зростаючою або спадаючою, бо для цього відсутні певні чинники.

Для подальшого проведення аналізу було обрано обсяг чистого прибутку, тис. \$ (рис. 3). Після проведення аналізу розвитку показника в майбутньому було дійдено висновку, що найбільш реальним прогнозом серед усіх є поліном четвертого ступеня, бо там наявна спадна тенденція за наступні періоди, також треба звернути увагу на той факт, що вірогідності апроксимації за цими лініями тренду знаходяться на досить низькому рівні 0,89, що характеризує високу вірогідність наявності таких показників у майбутньому, проте ті поліноми, що мають цей коефіцієнт на рівні 0,99, мають неможливий розвиток тенденцій за цим напрямом. Різка зміна обсягу чистого прибутку не може бути швидко спадаючою, бо для цього відсутні певні чинники. Тобто графік не може змінюватися так, як це зображено на інших поліномах або експоненті, тому вони не є реалістичними за сучасного стану економіки в цілому та зміни цього показника.

Для подальшого проведення аналізу було обрано частку чистого прибутку у валовому доході (рис. 4). З проаналізованих моделей було обрано поліном третього ступеня, бо там наявні спадні зміни за наступні періоди, що підтверджує висновки, зроблені за попередніми показниками, а також треба звернути увагу на той факт, що вірогідності апроксимації за цією лінією тренду знаходяться на досить високому рівні – 0,85.

Наступним показником для проведення аналізу будуть чисті грошові кошти від операційної діяльності, тис. \$ (рис. 5, рис. 6).

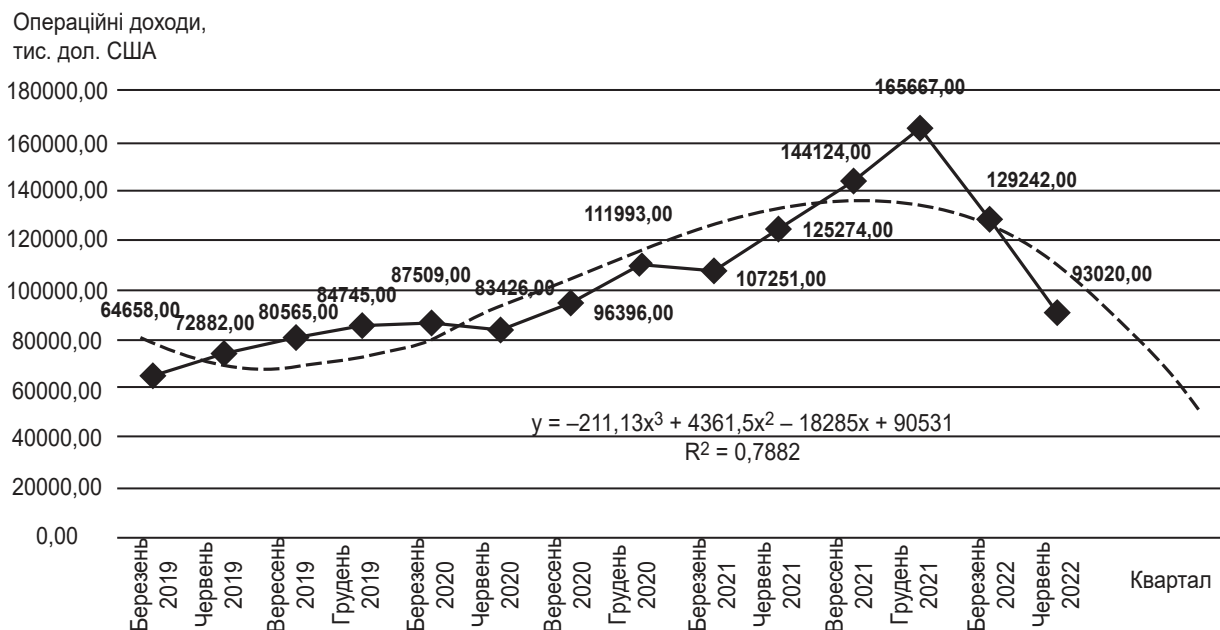


Рис. 2. Поліноміальна лінія тренду третього ступеня для операційних доходів, тис. \$

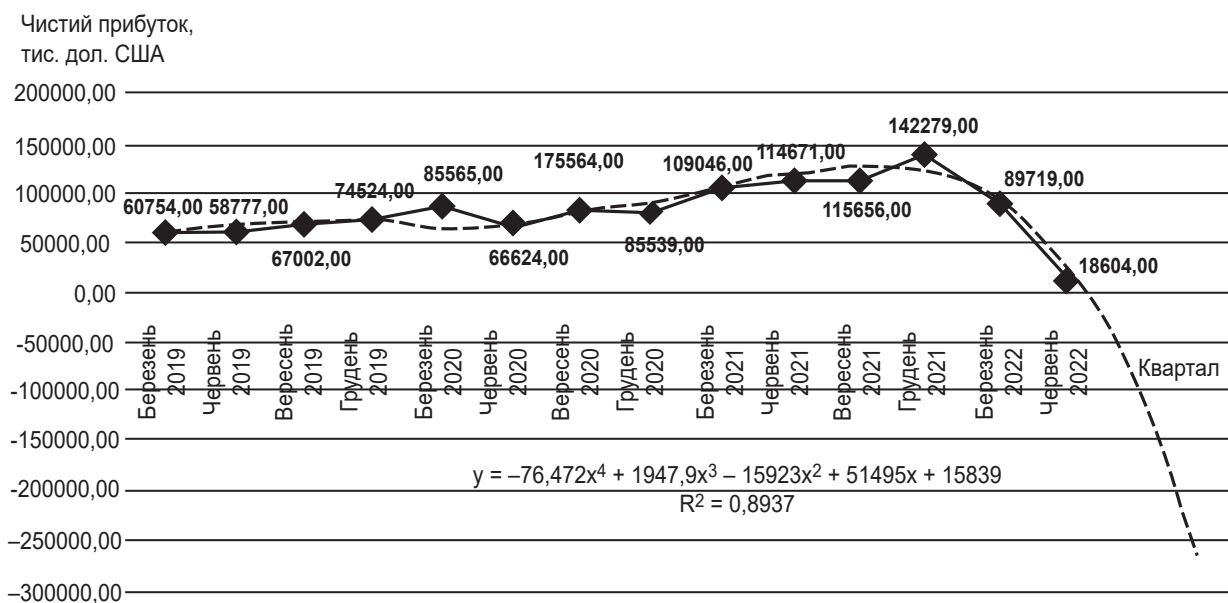


Рис. 3. Поліноміальна лінія тренду четвертого ступеня для чистого прибутку, тис. \$

Після проведення аналізу за цим критерієм було обрано найбільш оптимістичний та песимістичний прогнози. За умови використання антикризових заходів – підприємство буде мати позитивний прогноз, за інших умов – негативний.

Для оптимістичного прогнозу було обрано поліном шостого ступеня, який має коефіцієнт апроксимації на рівні 0,26.

Для відображення негативних тенденцій ми обрали поліном п'ятого ступеня з коефіцієнтом, що дорівнює 0,23.

Обидва коефіцієнти апроксимації за цими лініями тренду знаходяться на досить низькому рівні, проте ті поліноми, що мають цей коефіцієнт на рівні 0,98, не відповідають тенденціям розвитку.



Чисті грошові потоки від операційної діяльності, тис. дол. США

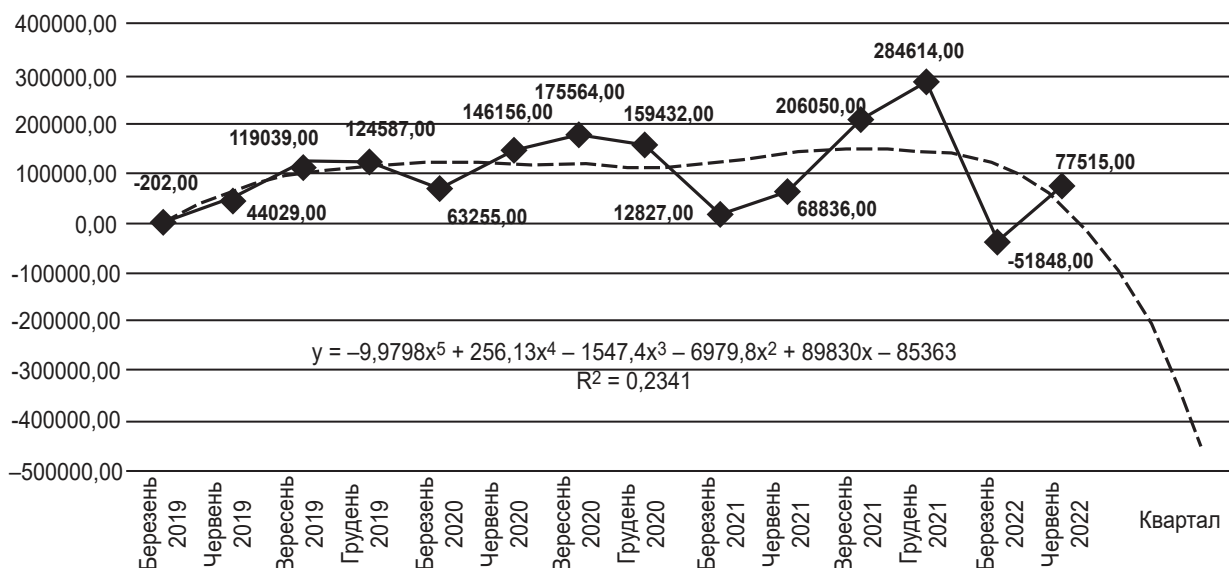


Рис. 5. Поліноміальна лінія тренду п'ятого ступеня для чистих грошових коштів від операційної діяльності, тис. \$

Чисті грошові потоки від операційної діяльності, тис. дол. США

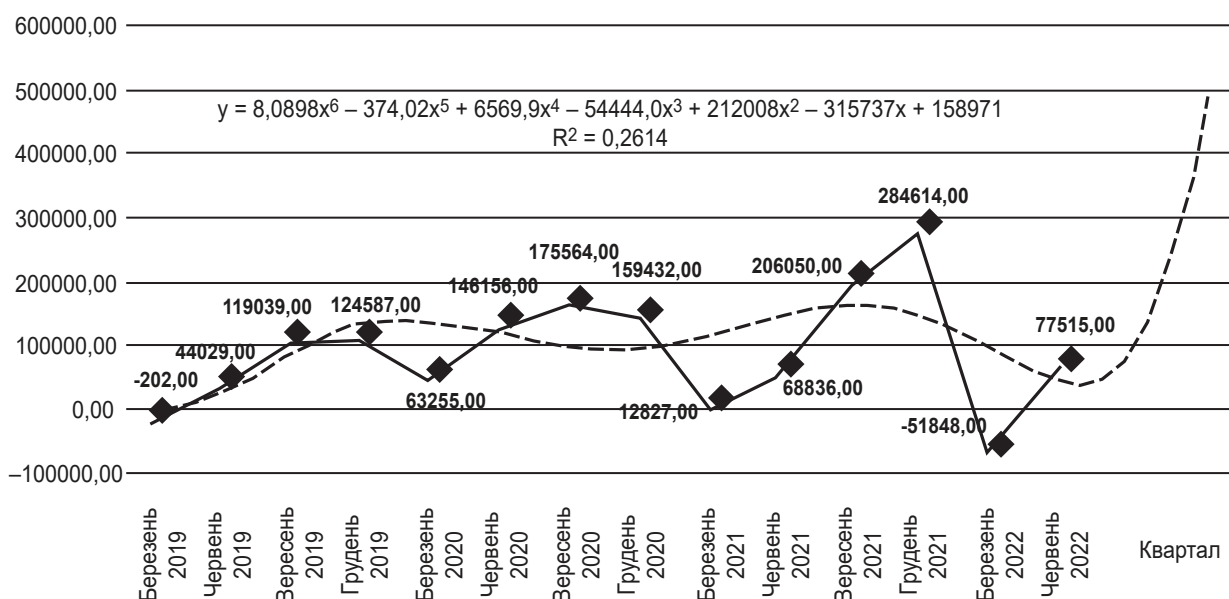


Рис. 6. Поліноміальна лінія тренду шостого ступеня для чистих грошових коштів від операційної діяльності, тис. \$

Після проведення графічного аналізу перейдемо до другого способу прогнозування – прогнозування значень за допомогою функцій: «ПРЕДСКАЗ», «ТЕНДЕНЦІЯ», «РОСТ». За допомогою використання цих функцій було отримано результат, що відповідає побудованим лініям тренду, що підтверджує наявність кризового стану підприємства на даному етапі існування.

Отже, підсумовуючи отримані результати, треба зазначити, що прогнозування є необхідною складовою



аналізу для кожного підприємства. Цей інструмент допоміг нам побачити майбутню динаміку змін основних фінансових показників ІТ-компанії EPAM. Такі зміни обумовлені закриттям усіх офісів у країні агресорі та звільненням працівників, що залишилися на її території, при цьому було значно збільшено заробітну платню співробітникам, які досі залишаються в Україні. Відповідно до таких змін простежується негативна тенденція змін фінансових показників підприємства. Таку ситуацію можна виправити завдяки прийняттю антикризових рішень у компанії.

Одним із варіантів може бути продаж основних засобів, що знаходяться на території, що більше не обслуговується аналізованою компанією. Крім того, можна розпочати маркетингові компанії по пошуку нових інвесторів та покупців. Ще одним із варіантів вирішення даної проблеми є інвестування вільних коштів у проекти, що мають сенс до існування у майбутньому, з урахуванням ІТ-спрямованості компанії. До того ж є варіант реорганізації структури та складу компанії, проте ми вважаємо, що він повинен бути вживаним лише за екстрених умов, через те, що люди втратять роботу, та це вже буде негативним наслідком, який відобразиться на економіці країни.

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

Література: 1. Глуценко А. Прогнозування фінансових результатів діяльності металургійних підприємств. *Мукачівський державний університет*. 2020. С. 1400–1408. URL: http://economyandsociety.in.ua/journals/19_ukr/209.pdf. 2. Кононенко Ж., Песцова-Світалка О., Петренко В. Прогнозування фінансових результатів як елемент планування розвитку діяльності підприємств. *Економіка та управління підприємствами*. 2019. С. 171–177. URL: <https://doi.org/10.32843/infrastruct36-27>. 3. Малініна Т. П., Підгорна О. А. Роль та значення прогнозування фінансових результатів діяльності підприємства. *Економічні студії*. 2016. № 2. С. 85–88. 4. Сердюков К. Г., Великий Ю. М., Леснікова К. С. Роль фінансового планування та прогнозування у забезпеченні фінансової стійкості підприємства. *Економіка і суспільство*. 2017. Вип. 11. С. 277–282. 5. Шептицька А. Б. Управління фінансовими результатами підприємства: Дипломна магістерська робота. Київ, 2021. 133 с. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/19300/1/Dyplom072_Sheptytska_Rusina.pdf. 6. Alan C. Shapiro, Paul Hanouna (2019). *Multinational Financial Management*, 11-th Edition. URL: <https://www.wiley.com/enus/Multinational+Financial+Management%2C+11th+Edition-p9781119559849>. 7. EPAM Systems, Inc. annual and quarterly reports. EDGAR | Company Search Results. URL: <https://www.sec.gov/edgar/browse/?CIK=1352010&owner=exclude>. 8. Information for investors. EPAM. URL: <https://investors.epam.com/>. 9. Titman S., Martin T., Keown A., Martin J. *Financial management: principles and applications*. Melbourne : Pearson Australia, 2018. 719 p.

Стаття надійшла до редакції 20.02.2023 р.





ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ Й ОЦІНКА ЇХ ВИКОРИСТАННЯ

УДК 336.64

Петько А. А.

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

Анотація. У статті розглянуто методичні підходи до напрямків оцінки ефективності формування і використання ресурсів підприємства. Досліджено фактори, що впливають на ефективність використання фінансових ресурсів. Надано коефіцієнтний підхід до комплексної оцінки ефективності їх використання. Розкрито основні методичні підходи до вирішення завдання оптимізації структури фінансових ресурсів.

Ключові слова: фінансовий ресурси, оцінка, підприємство, ефективність, фактори, підходи.

Annotation. The article discusses methodical approaches to the areas of assessing the effectiveness of the formation and use of enterprise resources. Factors affecting the efficiency of the use of financial resources have been studied. A coefficient approach to the comprehensive assessment of the effectiveness of their use is given. The main methodical approaches to solving the task of optimizing the capital structure are revealed.

Keywords: financial resources, assessment, entrepreneurship, efficiency, factors, approaches.

В умовах нестабільності та мінливості ринкового середовища країни кожне підприємство має адекватно оцінювати рівень своїх можливостей та раціонально розпоряджатися власними ресурсами. Забезпечення ефективної діяльності підприємства та підвищення його конкурентоспроможності стали першочерговими задачами керівництва підприємства. Адже фінансові ресурси являють собою потужний елемент для оперативного та стратегічного впливу на виробничо-господарську діяльність та економічний розвиток підприємства. Від ефективності використання фінансових ресурсів залежить рівень конкурентоспроможності та інвестиційна привабливість підприємства. Тому методи оцінки їх використання набувають актуальності та потребують дослідження.

Проблемі дослідження підходів та методів оцінки ефективного використання фінансових ресурсів підприємства приділяли увагу багато науковців. Фінансові ресурси досліджували у своїх працях вітчизняні вчені, зокрема: Волкова О. М., Головка О. Г., Даниленко А. І., Ковальова В. В., Мороз С. Г., Русак Н. О. та ін. Іноземні науковці, зокрема, Герман М., Пентек Т., Есмерова Є., Шваб К. присвятили роботи оцінці фінансових ресурсів підприємства. Проте, незважаючи на інтерес вчених до теорії оцінки використання фінансових ресурсів підприємства, є низка проблем, що потребують подальшого ґрунтовного дослідження та опрацювання.

Метою статті є дослідження методичних підходів до оцінки ефективності формування та використання фінансових ресурсів суб'єктів господарювання та підходів до їх оптимізації.

Фінансові ресурси підприємства забезпечують безперервність процесу виробництва та реалізації продукції. Розвиток підприємництва неможливий без надходження фінансових ресурсів, які формуються з різних джерел.

При цьому важливе значення має оптимальне визначення їхньої структури, що сприяє мінімізації залучення додаткових фінансових ресурсів за рахунок кредитів. Відомо, що висока питома вага залучених ресурсів ускладнює фінансову діяльність підприємств і потребує додаткових витрат на сплату відсотків за банківські кредити, дивідендів на акції, процентів на облігації, зменшує ліквідність балансу підприємств. Це обумовлює необхідність у кожному конкретному випадку глибоко обґрунтовувати доцільність залучення запозичених фінансових ресурсів у господарську діяльність підприємств. Надзвичайно важливим питанням для підприємств України є оптимізація структури капіталу, тобто досягнення такого співвідношення між власним та позиковим капіталом, при якому забезпечується найефективніша пропорційність між дохідністю та фінансовою стійкістю підприємства [1].



Фінансовий стан підприємства знаходиться в прямій залежності від ефективності його діяльності. Незадовільний фінансовий стан підприємства призводить до зниження припливу зовнішніх фінансових надходжень, що відображається на об'ємі випуску продукції, тобто на величині фінансових ресурсів, які виробляються. Однак уміле маневрування фінансовими ресурсами, що є в розпорядженні, та ефективне їх використання дає можливість підприємству покращити його фінансовий стан. Ефективні форми управління фінансовими ресурсами дозволяють підприємству отримувати додатковий прибуток [3].

Ефективність використання фінансових ресурсів має під собою не тільки віддачу від кожного виду ресурсу. На практиці важливо не тільки визначити загальні економічні результати, але і мати можливість проаналізувати фактори, що їх обумовили. Інакше кажучи, йдеться про встановлення причин підвищення або зниження рівня ефективності використання фінансових ресурсів. Для того щоб виконати подібного роду аналіз, необхідно визначити узагальнювальний показник як функцію від часткових показників оцінки ефективності, таким чином модель такого показника буде середньою величиною часткових показників ефективності, зважених по частці факторних фінансових ресурсів у сукупному обсязі цих ресурсів [2]. Цю формулу ми можемо подати у такому вигляді:

$$K_{\text{еф.фр.}} = \frac{A_{\text{в}}}{Z_{\text{в}}} \times \frac{Z_{\text{в}}}{P} + \frac{A_{\text{п}}}{Z_{\text{п}}} \times \frac{Z_{\text{п}}}{P}, \quad (1)$$

де $K_{\text{еф.фр.}}$ – коефіцієнт ефективності використання фінансових ресурсів;

$A_{\text{в}}, A_{\text{п}}$ – відповідно дохід від використання власних і позикових засобів;

$Z_{\text{в}}, Z_{\text{п}}$ – відповідно власні і позикові засоби;

$\frac{Z_{\text{в}}}{P}, \frac{Z_{\text{п}}}{P}$ – відповідно питома вага власних і позикових засобів у загальній сумі фінансових ресурсів підприємства;

$\frac{A_{\text{в}}}{Z_{\text{в}}}, \frac{A_{\text{п}}}{Z_{\text{п}}}$ – відповідно ресурсовіддача власних і позикових засобів підприємства.

Слід зауважити, що такий підхід при складанні моделей узагальнювальних показників ефективності використання фінансових ресурсів підприємства дає змогу проаналізувати не тільки складові доходу, але й фактори, що впливають на їх формування. Дослідивши публікації науковців-економістів Ю. М. Воробйова і Б. І. Холода, можна визначити наступні основні напрямки оцінки ефективності формування і використання фінансових ресурсів підприємства, які зображено на рис. 1.



Рис. 1. Основні напрямки оцінки ефективності формування і використання ресурсів підприємства [4]

Аналіз дослідження основних напрямків формування фінансових ресурсів дає можливість надати комплексну оцінку ефективності їх використання та розглянути підходи до їх оптимізації, що має прямий вплив на фінансові результати підприємства та визначає багато аспектів його діяльності. Управління структурою фінансових ресурсів полягає у формуванні оптимального співвідношення власних і позикових коштів, при якому мінімізуються загальні капітальні витрати і максимізується ринкова вартість обраної компанії.

Оптимізація структури фінансових ресурсів підприємства за критерієм мінімізації рівня фінансового ризику та термінів залучення капіталу пов'язано з вибором найбільш дешевих джерел фінансування активів



підприємства. Варто зазначити, що можна застосовувати три різних підходи до фінансування різних груп активів за рахунок фінансових ресурсів, а саме:

– консервативний, який передбачає використання власного капіталу і довгострокових зобов'язань для формування необоротних активів та половини змінної частини оборотних активів. Перевагою цього підходу є забезпечення мінімального ризику, оскільки короткострокові зобов'язання використовуються у незначних обсягах для формування змінної частини оборотних активів. Водночас така політика фінансування дуже обтяжлива для підприємства у зв'язку з високою вартістю капіталу, що використовується;

– агресивний підхід, спрямований на використання власного капіталу та довгострокових зобов'язань лише для фінансування необоротних активів. Оборотні активи у повному обсязі формуються за рахунок короткострокових зобов'язань. Ця політика фінансування активів забезпечує найнижчу вартість капіталу підприємства, проте вона обмежена занадто високим ризиком можливості втрати або недостатності капіталу;

– компромісний підхід, який передбачає фінансування необоротних активів та постійної частини оборотних активів за рахунок власного капіталу та довгострокових зобов'язань. При цьому змінна частина оборотних активів фінансується короткостроковими зобов'язаннями. Така політика залучення джерел дає змогу досягти компромісу між вартістю капіталу та ризиком його втрати [6].

Підприємство визначає свою оптимальну структуру джерел фінансових ресурсів виходячи з таких факторів: вартість джерел фінансування; існування витрат, пов'язаних із можливим банкрутством; наявність витрат, пов'язаних із конфліктом інтересів між власниками і кредиторами, конфліктом інтересів між власниками і менеджментом підприємства.

Для комплексної оцінки ефективності використання фінансових ресурсів, що є у розпорядженні підприємства, необхідно використовувати систему критеріїв, яка складається з трьох показників, а саме:

1. Коефіцієнт економічної ефективності використання фінансових ресурсів:

$$\frac{ЧП}{ФР} > 0, \quad (2)$$

де $ЧП$ – середньорічний розмір чистого прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства після сплати податків і інших платежів у звітному періоді;

$ФР$ – середньорічний обсяг фінансових ресурсів підприємства у звітному періоді

2. Коефіцієнт підвищення економічної ефективності використання фінансових ресурсів:

$$\frac{ЧП}{ФР} > \frac{ЧП_{п}}{ФР_{п}}, \quad (3)$$

де $ЧП_{п}$ – середньорічний розмір чистого прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства після сплати податків і інших платежів у попередньому періоді;

$ФР_{п}$ – середньорічний обсяг фінансових ресурсів підприємства в попередньому періоді.

3. Коефіцієнт оптимальної ефективності використання фінансових ресурсів:

$$\frac{ЧП}{ФР} \rightarrow \max. \quad (4)$$

На думку науковців, саме така система критеріїв оцінки дозволить більш обґрунтовано та комплексно оцінювати ефективність процесу використання фінансових ресурсів підприємства [5].

В результаті проведеного дослідження варто наголосити на тому, що фінансові ресурси спрямовані на формування, розширення та здійснення господарської діяльності. Для підтримки нормальної фінансової діяльності підприємству важливо оптимально формувати та ефективно використовувати свої фінансові ресурси.



Література: 1. Бланк И. А. Управление формированием капитала. Киев : Ника-Центр : Эльга, 2000. 206 с. 2. Добринь С. В. Політика формування та розподілу фінансових ресурсів підприємства. *Агросвіт*. 2015. № 21. С. 43–46. 3. Меренкова Л. О. Особливості управління фінансовими ресурсами підприємства на сучасному етапі розвитку економіки України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 24. С. 79–83. URL: <http://www.repository.hneu.edu.ua/jsrui/handle/123456789/16377>. 4. Воробйов Ю. М. Управління ресурсами підприємства : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2004. 288 с. 5. Поддєрьогін А. М. Фінанси підприємств : підручник / кер. авт. кол. і наук. ред. А. М. Поддєрьогіна. Київ : КНЕУ, 2000. 460 с. 6. Хотомлянський О. Л., Знахуренко П. А. Комплексна оцінка фінансового стану підприємства. *Фінанси України*. 2007. № 1. С. 111–118.

Стаття надійшла до редакції 20.02.2023 р.



ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДУ АНАЛІЗУ ІЄРАРХІЙ ДЛЯ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ

УДК 330.341

Петько А. А.

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

Анотація. Розглянуто методіку вибору критеріїв впливу ефективності використання фінансових ресурсів підприємства за визначеними критеріями із застосуванням методу Сааті. Побудовано багатокритеріальну ієрархічну модель, встановлено взаємозв'язок між критеріями та проведено оцінювання узгодженості результатів на усіх рівнях моделі. Метод аналізу ієрархії показав істотну залежність рентабельності сукупного капіталу на максимізацію ефективності використання фінансових ресурсів підприємства.

Ключові слова: метод прийняття рішення, ієрархічна модель, матриці, вибір, проект.



Annotation. The method of choosing criteria for influencing the efficiency of the use of financial resources of the enterprise according to the specified criteria using the Saati method is considered. A multi-criteria hierarchical model was built, the relationship between the criteria was established, and the consistency of the results was assessed at all levels of the model. The method of analyzing hierarchies showed a significant dependence of the profitability of the total capital on the maximization of the efficiency of the use of the company's financial resources.

Keywords: decision-making method, hierarchical model, matrices, choice, project.



Фінансові ресурси забезпечують життєдіяльність організації, від правильності формування та використання залежить фінансовий стан організації, результати її діяльності. Рух фінансових ресурсів у організації проходить три стадії: формування, використання та оборот. Кожній зі стадій притаманні свої критерії оцінки ефективності: у формуванні – це оцінка фінансової стійкості, у використанні – оцінка ділової активності, в обороті – оцінка платоспроможності. Очевидно, що запорукою успішної господарської діяльності організації виступає ефективне управління фінансовими ресурсами на всіх названих стадіях, що забезпечить по-



зитивний рівень рентабельності та стійку динаміку випуску продукції. Тому математична оцінка за допомогою методу ієрархій факторів впливу на ефективне використання фінансових ресурсів підприємства набуває актуальності.

Так, питання застосування методу аналізу ієрархій для прийняття управлінських рішень знайшло своє наукове відображення в роботах відомих вітчизняних і зарубіжних учених. Можливості застосування цього методу в різних сферах життя: економіці, соціальних науках, для виміру людських цінностей та ін. розглядали вчені Єршова Н. М. [1], Євстрат Д. І., Кушнерук Ю. І. [2], Сааті Т. А. [3], Мамалига С. В [4], Дубровін В. І. [5] та ін. Метод аналізу ієрархій, який запропонував американський вчений Т. Сааті, знайшов застосування в Україні для управлінських рішень. Однак застосування методу ієрархій для розгляду ефективності використання фінансових ресурсів не досить поширено, тому потребує подальшого дослідження.

Метою статті є застосування методу аналізу ієрархій для оцінки ефективності використання фінансових ресурсів.

Рух фінансових ресурсів у організації проходить три стадії: формування, використання та оборот. Кожній зі стадій притаманні свої критерії оцінки ефективності: у формуванні – це оцінка фінансової стійкості, у використанні – оцінка ділової активності, в обороті – оцінка платоспроможності. Очевидно, що запорукою успішної господарської діяльності організації виступає ефективне управління фінансовими ресурсами на всіх названих стадіях, що забезпечить позитивний рівень рентабельності та стійку динаміку випуску продукції [2].

Формування фінансових ресурсів націлено на забезпечення організації необхідними для ведення господарської діяльності грошима, мінімізацію їх вартості, оптимізацію структури для зміцнення фінансової стійкості.

Використання фінансових коштів має забезпечувати їхній раціональний розподіл з метою збільшення прибутковості, підвищення фінансової стійкості, нормалізації платоспроможності організації. Управління оборотом фінансових ресурсів спрямоване регулювання їх перетворення з товарної на грошову форму і назад в такий спосіб, щоб під час виконання фінансових зобов'язань організація у потрібний час не відчувала брак фінансових ресурсах.

Таким чином, для комплексної оцінки ефективності використання фінансових ресурсів слід вивчити показники, що характеризують ефективність формування, використання та обігу фінансових ресурсів на кожній стадії їхнього руху.

Реалізація вищевказаної мети передбачає застосовувати метод аналізу ієрархій в управлінській діяльності підприємств для обґрунтованого вибору рішення щодо спрямування фінансових, матеріально-технічних ресурсів, виробничого й наукового потенціалу, ресурсів суб'єктів господарювання на створення і підтримання сприятливих умов для розвитку та ефективного використання фінансових ресурсів [1].

Ієрархічну модель реалізації мети максимізації ефективності використання фінансових ресурсів слід зобразити схематично, як зображено на рис. 1.

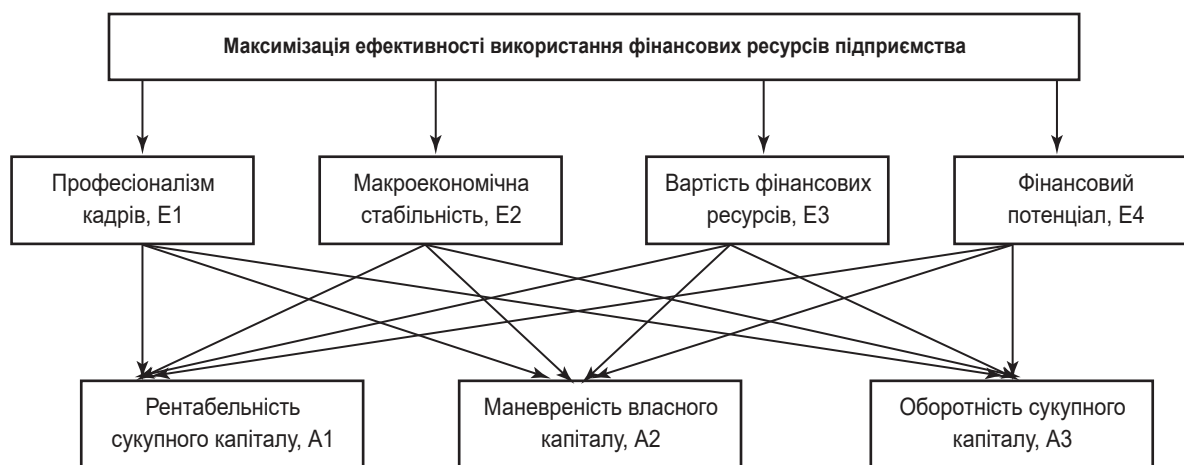


Рис. 1. Декомпозиція задачі ієрархії максимізації ефективності використання фінансових ресурсів підприємства



На рис. 1 наведено ієрархічну модель оцінювання рівня інноваційної активності у промисловості регіонів Західної України, яка складається з трьох рівнів. Перший рівень (мета) – оцінювати ефективність використання фінансових ресурсів, другий рівень – критерії, за якими здійснюється оцінювання, і третій рівень – альтернативи, тобто заходи, які слід впровадити на основі критеріїв, що висвітлені критеріями оцінки.

Основне застосування методу - підтримка прийняття рішень за допомогою ієрархічної композиції завдання й рейтингування альтернативних рішень. Метод дозволяє провести аналіз проблеми [6]. При цьому проблема ухвалення рішення представляється у вигляді ієрархічно впорядкованих таких елементів:

- мети рейтингування;
- критеріїв, за якими оцінюються альтернативи;
- альтернатив;
- системи зв'язків, що вказують на взаємний вплив критеріїв і рішень.

Відповідно до наведеної ієрархії необхідно визначити найбільш ймовірний сценарій розвитку ринку (альтернативи A1, A2, A3) на основі таких критеріїв, як професіоналізм кадрів (E1), макроекономічна стабільність (E2), вартість фінансових ресурсів (E3), Фінансовий потенціал (E4).

Після побудови декомпозиції задачі ієрархії визначено 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 наведений у вигляді зворотно-симетричної матриці, поданої в табл. 1.

Таблиця 1

Матриця парних порівнянь суджень за методом аналізу ієрархії Т. Сааті

Фактор	1 (j-й фактор)	...	n
1 (i-й фактор)	1		$a(i,j)$
...		1	
n	$a(i,j)$		1

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:

- 1 – рівна важливість;
- 3 – помірне домінування i -го фактора над j -м;
- 5 – істотна перевага i -го фактора над j -м;
- 7 – значна перевага i -го фактора над j -м;
- 9 – дуже сильні перевага i -го фактора над j -м;
- 2, 4, 6, 8 – відповідні проміжні значення [3].

Матрицю попарних порівнянь суджень щодо визначення пріоритетності критеріїв при виборі сценарію розвитку ринку наведено в табл. 2.

Таблиця 2

Матриця попарних порівнянь суджень щодо визначення пріоритетності критеріїв

Фактор	E1	E2	E3	E4	W i	W норм
E1	1,0	0,3	0,2	0,1	0,31	0,06
E2	3,0	1,0	2,0	0,2	1,05	0,19
E3	5,0	0,5	1,0	0,3	0,96	0,17
E4	7,0	5,0	3,0	1,0	3,20	0,58
Σ	16,0	6,8	6,2	1,7	5,5	1,0



Визначення пріоритетності критеріїв при виборі альтернативи здійснюється за формулами (1), (2):

$$w_i = \sqrt[n]{\prod_{j=1}^n a_{ij}}, \quad (1)$$

$$w_{\text{норм}} = w_i / \sum_{i=1}^n w_i, \quad (2)$$

де W – компонента власного вектора матриці (середнє значення оцінок пріоритетності);

$W_{\text{норм}}$ – нормований вектор матриці попарних порівнянь (вектор пріоритетів);

a_{ij} – значення елементів матриці.

Оцінка узгодженості думок експертів здійснюється за формулами (3)-(5):

$$\lambda = \sum_{i=1}^n a_{ij} \cdot w_{\text{норм } i}, \quad (3)$$

$$I_c = (\lambda - n) / (n - 1) \leq 0,2, \quad (4)$$

$$OC = I_c / I_{cc}, \quad (5)$$

де λ – власне значення матриці;

I_c – індекс узгодженості;

OC – відношення узгодженості;

n – кількість критеріїв (альтернатив) [3].

Таблиця 3

Середнє значення індексу узгодженості

Розмір матриці	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Середнє значення індексу узгодженості (Icc)	0	0	0,58	0,90	1,12	1,24	1,32	1,41	1,45	1,49

Відповідним чином власне значення матриці становить 4,25, тоді як індекс узгодженості становить 0,08 при нормативному значенні 0,2, та відношення узгодженості на рівні 0,09 при нормативному 0,1. Таким чином, значення відповідає необхідному рівню та свідчить про узгодженість думок експертів. За результатами розрахунків найбільш пріоритетним критерієм, що визначає сценарій розвитку ринку, є зростання конкурентоспроможності альтернативних видів палива (E4).

Далі слід визначитися з пріоритетами альтернатив за кожним з критеріїв, як зазначено в табл. 4-7.

Таблиця 4

Значення пріоритетності альтернатив за критерієм рентабельності сукупного капіталу

	A1	A2	A3	W _i	W _{норм}
A1	1	0,2	0,3	0,45	0,07
A2	5	1	0,2	2,24	0,34
A3	3	5	1	3,87	0,59
Σ	6,0	1,2	0,5	6,56	1

Аналізуючи дані значення пріоритетності, за критерієм E1 «Професіоналізм кадрів» вищий пріоритет має A3, «Оборотність сукупного капіталу» (0,59), за критерієм E2 «Макроекономічна стабільність» – «Рентабельність сукупного капіталу» (0,76). Відповідно до критерію E3 «Вартість фінансових ресурсів» вищий пріоритет має «Оборотність сукупного капіталу» (0,66), невелику перевагу за критерієм E4 має «Рентабельність сукупного капіталу» (0,56).



Таблиця 5

Значення пріоритетності альтернатив за критерієм маневреності власного капіталу

	A1	A2	A3	W _i	W _{норм}
A1	1	5	3	2,24	0,76
A2	0,2	1	5	0,45	0,15
A3	0,3	0,2	1	0,26	0,09
Σ	1,2	6,0	8,0	2,94	1

Таблиця 6

Значення пріоритетності альтернатив за критерієм вартості фінансових ресурсів

	A1	A2	A3	W _i	W _{норм}
A1	1	0,3	0,1	0,58	0,08
A2	3	1	0,3	1,73	0,25
A3	7	3	1	4,58	0,66
Σ	4,0	1,3	0,5	6,89	1

Таблиця 7

Значення пріоритетності альтернатив за критерієм фінансового потенціалу

	A1	A2	A3	W _i	W _{норм}
A1	1	2	3	1,41	0,56
A2	0,5	1	2	0,71	0,28
A3	0,3	0,5	1	0,41	0,16
Σ	1,5	3,0	5,0	2,53	1

Далі було розраховано глобальний пріоритет альтернатив з урахуванням значимості критеріїв. Найбільш пріоритетна альтернатива визначається шляхом перемноження матриці пріоритетів альтернатив за кожним критерієм на матрицю пріоритетів критеріїв, як зазначено у табл. 8.

Таблиця 8

Розрахунок пріоритету сценаріїв максимізації ефективного використання фінансових ресурсів

	E1	E2	E3	E4	Загалом
Рентабельність сукупного капіталу	0,07	0,76	0,08	0,56	48,7%
Маневреність власного капіталу	0,34	0,15	0,25	0,28	25,4%
Оборотність сукупного капіталу	0,59	0,09	0,66	0,16	25,9%

Пріоритетність альтернатив слід продемонструвати графічно. Приклад такого представлення результатів наведено на рис. 2..

Таким чином, експертне оцінювання альтернатив методом аналізу ієрархій дає змогу визначити пріоритетність альтернатив за обраними кількісними та якісними критеріями з урахуванням «людського фактора». Було визначено, що керівництву підприємства необхідно зосередити увагу на підвищенні рентабельності сукупного капіталу, що має найбільший вплив (48,7 % проти 25,9 % та 25,4 % решти альтернатив) на ефективність використання фінансових ресурсів серед зазначених альтернатив.

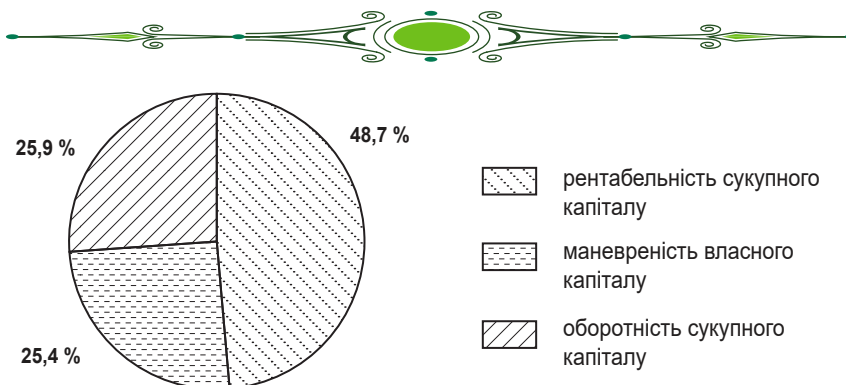


Рис. 2. Значення оцінки глобального пріоритету сценаріїв максимізації ефективного використання фінансових ресурсів

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Сабліна Н. В.

Література: 1. Ершова Н. М. Принятие решений на основе метода анализа иерархий. *Вісник Придніпровської державної академії будівництва і архітектури*. 2015. № 9 (210). С. 39–45. 2. Євстрат Д. І., Кушнерук Ю. І. Застосування методу аналізу ієрархій для оцінки маркетингової активності торговельних підприємств. *Проблеми економіки*. 2012. № 2. С. 66–71. 3. Саати Т. Принятие решений. Метод анализа иерархий / пер. с англ. Р. Г. Вачнадзе. Москва : Радио и связь, 1993. 278 с. 4. Мамалига С. В. Метод аналізу ієрархій як інструмент залучення фінансових ресурсів агрохолдингами. *Економіка АПК*. 2009. № 6. С. 84–89. 5. Дубровін В. І., Круглікова В. В., Фандеєва К. О. Метод аналізу ієрархій у підвищенні ефективності рекламної кампанії. *Держава та регіони*. 2011. №4. С. 87–91. 6. Уварова В. І., Шуметов В. Г. Использование метода анализа иерархий. *Социологические исследования*. 2001. № 3. С. 104–109.

Стаття надійшла до редакції 20.02.2022 р.

МОТИВАЦІЯ ПРАЦІВНИКІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

УДК 331.101.3:631.11

Попова В. К.

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

Анотація. Статтю присвячено дослідженню питання мотивації спеціалістів сільськогосподарських підприємства, оскільки вона є вагомим фактором інноваційного розвитку. Було проаналізовано причини неефективності системи мотивації на аграрних підприємствах і наведено інноваційні методи та підходи щодо формування дієвого мотиваційного механізму.

Ключові слова: мотивація, персонал, підприємство, інноваційна діяльність, управління.



Annotation. The article is devoted to the study of the issue of motivation of specialists of agricultural enterprises, as it is an important factor of innovative development. The reasons for the ineffectiveness of the motivation system at agricultural enterprises were analyzed and innovative methods and approaches to the formation of an effective motivational mechanism were given.

Keywords: motivation, personnel, enterprise, innovative activity, management.



Постановка проблеми в загальному вигляді. На сьогодні активізація інноваційних процесів має досить велике значення задля забезпечення постійної та безперервної роботи підприємств. Дотепер дискусійними залишаються ряд теоретичних і практичних питань стосовно запровадження та активізації інноваційних процесів для сільськогосподарських підприємств. Для успішної роботи підприємства необхідно вибагливо та творчо підходити до нових ідей та шляхів удосконалення. Випробування та дослідження нововведень є головною частиною інноваційного процесу, де участь беруть усі працівники та спеціалісти підприємства.

Тому є досить актуальним питання оцінки основних факторів мотивації співробітників, чіткого нарахування матеріального заохочення за регламентом, що є рушійною силою для забезпечення раціонального та ефективного управління трудовою та виробничою діяльністю. Результативне функціонування сільськогосподарських підприємств та його конкурентоспроможність значною мірою залежить від того, наскільки досконало використовується виробничий персонал.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Незважаючи на те, що існує велика кількість досліджень і публікацій на тему мотивації персоналу, це питання і досі залишається дискусійним та існує чимало різноманітних думок стосовного нього.

Значний внесок у розвиток, формування та дослідження теми мотивації персоналу зробило чимало вітчизняних і зарубіжних науковців. Серед них М. Демидова, О. Виногорова, Є. Ільїн, В. Діденко, Ю. Данько, М. Коваленко, О. Мельник, Н. Мала, А. Полозова, В. Сладкевич, О. Чернушкін, Е. Шарпатов, А. Колот, Р. Гріфін, Р. Дафт, А. Калініченко, А. Колот, А. Баксалова, А. Маслоу, О. Величко, О. Гончаренко, І. Мігус, Ф. Герцберг та інші.

У сьогоденні умовах ринкової економіки і конкурентного середовища організації впроваджуються як загальновідомі та традиційні системи мотивації, так і інноваційні моделі мотивації співробітників.

Метою цього наукового дослідження є аналіз та систематизація теоретико-методичних напрацювань у вирішенні питання мотивації працівників сільськогосподарських підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Підвищення прибутковості та рентабельності виробництва сільськогосподарської продукції є основою діяльності будь-якого підприємства аграрної сфери. Тому створення надійної платформи щодо формування прибутковості виробництва за рахунок професійного та компетентного персоналу забезпечить сталий розвиток сільського господарства в цілому в Україні, зростання науково-технічного та соціального прогресу, а з ним і належне місце у світовому господарстві.

Незважаючи на розвиток технологій в світі, будь-який виробничий процес не обходиться без втручання в нього людини. Людина як керівна і керована система вимагає до себе певних дій, що пов'язані з вивченням потреб, мотивів і спонукання, тобто мотивації людини до праці. На сьогодні це є досить актуальною темою.

Багатоаспектність проблеми мотивації визначає безліч підходів до визначення її сутності та структури, а також до методів її вивчення, саме тому трактування цього поняття здійснюється кожним автором по-різному.

М. М. Демидова у своїй роботі наводить основні напрями вдосконалення мотиваційного процесу на сільськогосподарських підприємствах, а також аналізує вплив мотивації на стан і розвиток трудового потенціалу аграрних підприємств. Надає власне тлумачення поняття «мотиваційного менеджменту» як комплексу заходів, спрямованих на зростання прибутковості підприємства, що ґрунтується на мотиваційних факторах, що направлені на ефективність і якість роботи співробітників [2].

Пристосування значно зменшує витрати сільськогосподарських підприємств на адаптацію нових робітників. Такий підхід позитивно впливає на співпрацю між новими співробітниками та професіоналами, сприяє зростанню продуктивності праці, знижує плинність кадрів, забезпечує командну роботу, що, своєю чергою, позитивно впливає на якість виготовленої продукції підприємства.

Також М. М. Демидова наголошує на тому, що в сучасній ситуації економічного розвитку проблема професійного розвитку є серйозною. Проблема професійного зростання та навчання має вагомe значення



в частині фахівців саме сільськогосподарських підприємств. Необхідно впроваджувати нові та прогресивні методи навчання, такі як: проведення тренінгів, консультацій стосовно ефективного використання людських ресурсів.

На сьогоднішньому етапі розвитку трудових відносин в аграрному секторі спостерігається втрата зацікавленості виробничого персоналу до результатів діяльності підприємства та його конкурентоспроможності. Це може бути обумовлено зниженням інтересу робітників у зростанні кваліфікаційного рівня, професійної майстерності, відстороненням від роботи та її результатів [5].

Так, з метою прояву такого стану, Данько Ю. І., Жмайловим В. М. та Бондарем В. В. [4] було проведено соціологічне дослідження серед працівників аграрних підприємств різних форм власності. Результати дослідження виявили, що основними мотивами зниження зацікавленості до праці є відсутність ефективних форм морального та матеріального заохочення трудової діяльності сільськогосподарських спеціалістів.

Гель А. С., Кабак О. О. у своїй публікації розглядають суть мотивації як системний елемент, який полягає в тому, що він не лише скеровує трудову діяльність співробітників, але й дає повну уяву про мотиваційні елементи, їх взаємозв'язок, вплив внутрішнього і зовнішнього середовища [3].

У своїй статті Гель А. С., Кабак О. О. також виокремили два види мотивації: мотивація, підпорядкована зовнішньому середовищу, та мотивація, викликана внутрішніми чинниками, тобто потребами, інтересами, бажаннями тощо [3, с. 213]. На думку авторів, серед методів запровадження мотиваційного механізму слід обрати, в першу чергу, оплату праці та керування соціальними програмами, а також створення соціально-психологічного клімату в колективі. Станом на сьогодні організації та підприємства різних форм власності відчують, що зростання та успіх не можуть існувати без пошуку та використання нових форм мотивації та стимулювання працівників.

За словами А. В. Герасименка [1, с. 126], кожен співробітник є носієм унікального потенціалу, який можна трактувати як багатофункціональний показник, куди входить ціла група складових, зокрема, інтелектуальна, фізична, соціально-психологічна та духовна. Продуктивність і самореалізація використання людиною кожної з цих складових здебільшого залежить від її оточення, внутрішніх стимулів, а також від прагнення особи до саморозвитку та самомотивації.

Досліджуючи сенс мотивації, автор наголошує на існуванні різноманітних факторів, які впливають на умови та складові життєдіяльності людини. До таких чинників керування продуктивністю праці слід відносити наступні: матеріально-технічні, соціально-економічні, організаційні та природо-кліматичні. Кожна з цих груп по-своєму впливає на продуктивність роботи аграрних спеціалістів. Проте, звертаючи увагу на велике фізичне навантаження, обсяг роботи та рівень віддачі професії в дані сфері господарювання, робітники прагнуть отримувати відповідну заробітну плату.

Саме тому автор у своїй статті надає перевагу соціально-економічним факторам мотивації та зазначає, що саме вони можуть значно впливати на ефективність праці і мотивування спеціалістів до максимізації особистих результатів праці. Механізм соціально-економічної мотивації співробітників у сфері сільського господарства мають свою специфіку. Кожний робітник хоче отримувати відповідну винагороду по факту виконаної роботи. Це, своєю чергою, впливає на зниження переваги аспектів професійного зростання, самореалізації та самовдосконалення практичних умінь та навичок чи перспективи розвитку стабільного заробітку в умовах сьогодення.

Висновки. Виходячи з викладено матеріалу статті можна стверджувати, що в ході розробки концепції вдосконалення системи мотивації в аграрних підприємствах необхідно звернути увагу на такі моменти, як здійснення оцінки результатів дій мотиваційного менеджменту стосовно задоволення потреб співробітників; опрацювати систему показників ефективності мотивації працівників, маючи на увазі, що індивідуальні та групові потреби працівників можуть бути різними. А також при формуванні системи мотивації на аграрному підприємстві слід орієнтуватися на ряд вимог: об'єктивність оплати праці на основі результатів роботи; передбачуваність винагороди за виконану роботу; адекватність винагороди відповідно до трудового внеску; своєчасність надання винагороди за досягнення результатів роботи; значущість винагороди для співробітника; справедливість винагороди щодо кожного співробітника.



Література: 1. Герасименко А. В. Сутність соціально-економічних чинників мотивації праці сільськогосподарських працівників. *Економіка та держава*. 2022. № 5. С. 126–130. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/5_2022/22.pdf. 2. Демидова М. М. Напрямки покращення мотиваційного менеджменту в аграрних підприємствах. *Ефективна економіка*. 2019. № 1. URL: www.economy.nayka.com.ua. 3. Ігель А. С., Кабак О. О. Формування мотиваційної політики в сільськогосподарських підприємствах новоодеського району. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Вип. 15. С. 211–214. URL: <http://global-national.in.ua/archive/15-2017/42.pdf>. 4. Данько Ю. І., Жмайлов В. М., Бондар В. В. Мотивація персоналу сільськогосподарського підприємства як складова забезпечення його конкурентоспроможності. 79–82. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/5.1/79.pdf>. 5. Klymchuk A. O., Mikhailov A. N. The motivation and stimulation of personnel in effective enterprise management and innovation activity improving. *Marketing and Management of Innovations*. 2018. № 1. С. 218–234. URL: https://armgpublishing.com/wp-content/uploads/mmi/volume-9-issue-1/mmi2018_1_218_234.pdf.

Стаття надійшла до редакції 14.03.2023 р.



TRANSPORT LOGISTICS FOR THE ENTERPRISE

UDC 656

A. Rozhkov

The 4-th year student
of the Faculty of Management and Marketing of KhNUE S. Kuznets

Annotation. This article considers transport logistics, as the work of a modern company involves the movement of a significant amount of different goods both outside and inside the company.

Keywords: transport, logistics, goods, company, goods.



Анотація. У статті розглянуто транспортну логістику, оскільки робота сучасної компанії пов'язана з переміщенням значної кількості різноманітних вантажів як ззовні, так і всередині компанії.

Ключові слова: транспорт, логістика, товари, компанія, товари.



Statement of the problem in a general form. The activities of any enterprise are inextricably linked to the problems of implementing channels for the supply of raw materials, semi-finished products and distribution of finished products within a certain logistics system. In this case, a special place is occupied by the organization of external and internal transportation: the choice of the type of transport, the method of transportation organization, the type of vehicles, etc. All this is covered by the company's transportation activities.

Transportation activity is the movement of goods and people from one place to another, in which no physical changes of the transported objects occur.

Analysis of recent research and publications. The problems of transport logistics are covered in the works of I. V. Tokmakova, V. L. Dikan, S. M. Minakova, E. M. Krikavsky, R. R. Larina, T. G. Sukhorukova and others.



Setting objectives. The purpose of the article is to analyze the concept of transport logistics and its role in the enterprise management system.

Presentation of the main research material. The structure of a plant's transport facilities depends on the nature of its products (dimensions, weight); the composition of its workshops; and the type and scale of production. Enterprises set up a transport department that reports directly to the deputy director for general affairs or marketing and sales (supply, sales, transport). This department combines a number of self-supporting units by type of transport (transport shop, etc.). The transport department includes bureaus (groups): planning and economic, dispatching, technical, accounting, etc.

The transport shop is the material base of the transport sector. As a rule, it is equipped with various vehicles for inter-shop and external transportation of goods.

As a rule, automobile and other non-rail transport is used for external transportation; for inter-shop transportation, electric cars, robotic electric cars, trolleys, etc.

For intra-shop transportation, conveyors of various designs, electric trolleys, and other special vehicles assigned to the respective shops of the enterprise are used.

The movement of material flows in the logistics chain requires the concentration of the necessary stocks in certain places, for the storage of which the corresponding warehouses are intended. In this regard, the problems associated with the functioning of warehouses have a significant impact on the rationalization of the movement of material flows in the logistics.

Transportation activity is an activity related to the process of moving products by a vehicle to their destination, along the optimal route in the required time and at minimal cost in chain, the use of vehicles and turnover costs.

The main features of transportation activities:

- the amount of transportation costs directly depends on the location of the enterprise, warehouses, suppliers and consumers;
- the type of vehicle used directly affects the type and size of production stocks;
- each type of transport determines the requirements for packaging, and the type of cargo dictates the choice of packaging method;
- the selected freight vehicles determine the type of loading and unloading equipment, as well as the type and equipment of loading and unloading platforms and ramps;
- consolidation of cargoes for common delivery points to the maximum extent possible allows the company to allocate more cargo to its carriers and win discounts by ordering larger volumes of cargo transportation;
- the supplier's choice of a freight carrier is determined by customer service goals.

According to the number of modes of transport involved in the delivery of goods, there are single-type (unimodal), multi-type (multimodal and intermodal) transportation systems.

Unimodal transportation system – direct transportation of goods by one mode of transport only.

Multimodal transportation system – direct mixed transportation of cargo by at least two different modes of transport and, as a rule, within the country.

Intermodal transportation system is a system of delivery of goods in international traffic by several modes of transport under a single transport and cargo document and transfer of goods at transshipment points from one mode of transport to another without the participation of its owner in a single cargo unit or vehicle.

The main principles of operation of cargo transportation systems:

- a single commercial and legal regime;
- comprehensive solution of financial and economic aspects;
- use of cargo tracking systems;
- information support and communication;
- unity of all links of the transportation chain in the organizational and technological aspect;
- integrated development of transport infrastructure of various modes of transport.

The concept of transportation activity involves expanding the content of the transportation process – from the consignor to the consignee, including cargo processing, packaging, storage, unpacking and the formation of information flows accompanying transportation.



Conclusions. When reorganizing the distribution channels of finished products, an enterprise has to solve a set of issues related to delivery, choice of the mode of transport, method of transportation organization and type of vehicle. Movement of material flows in logistics chains is impossible without concentration of the required amount of stocks in certain places, which are stored in various warehouses. As foreign experience shows, effective solution of these problems is possible only through the use of transport and logistics technologies that meet modern requirements and high international standards for the processes of transportation and warehousing of goods.

Supervisor – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor Sigaieva T. E.

Literature: 1. Бойко Є. О., Куцак В. А. Особливості впливу публічного адміністрування на розвиток транспортної логістики в контексті природоохоронної політики. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2016. Вип. 21. Ч. 2. С. 134–138. 2. Гончарова Т. А. Переваги використання логістичного аутсорсингу // Транспортные проблемы крупнейших городов: междунар. науч.-практ. конф. 2017. URL: <http://eprints.kname.edu.ua/29599/1/47.pdf>. 3. Ларіна Р. Р. Оптимізація логістичної діяльності на засаді визначення потенціалу регіонального ринку збуту. *Проблеми науки*. 2016. № 8. С. 40–43. 4. Розвиток транспортної мережі в Україні. URL: http://www.traseca-org.org/fileadmin/fm-dam/Investment_Forum/3_TEN-T_extension_Ukraine_eng.pdf. 5. Савіна Н. Концептуальні засади інвестиційної логістики. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. 2019. Вип. 8. С. 300–305.

Стаття надійшла до редакції 14.03.2023 р.



МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНЮВАННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ МІСЦЕВОГО БЮДЖЕТУ

УДК 336.145:352

Руденко А. Є.

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

Анотація. У статті розглянуто наукові підходи до визначення рівня фінансової стійкості місцевого бюджету, на основі їх аналізу запропоновано метод таксономії, який передбачає побудову інтегрального показника. Наведено перелік коефіцієнтів для проведення оцінювання, проаналізовано динаміку зміни інтегрального показника протягом досліджуваного періоду.

Ключові слова: місцевий бюджет, фінансова стійкість, таксономічний аналіз, інтегральний показник.



Annotation. The article examines scientific approaches to determining the level of financial stability of the local budget, based on their analysis, a taxonomy method is proposed, which involves the construction of an integral indicator. A list of coefficients for evaluation is given, the dynamics of changes in the integral indicator during the studied period are analyzed.

Keywords: local budget, financial stability, taxonomic analysis, integral indicator.





На сучасному етапі розвитку бюджетної системи України в умовах децентралізації влади місцеві бюджети, виступаючи головним фінансовим фундаментом органів місцевого самоврядування, займають провідне місце в бюджетній системі нашої держави. Фінансові ресурси бюджетів місцевого рівня забезпечують розвиток соціально-економічної сфери відповідних територій, їх благоустрій, формують фінансову основу для матеріальної підтримки малозабезпечених верств населення тощо. Рівень ефективності роботи органів місцевого самоврядування визначається, в першу чергу, можливістю подолання проблем місцевого рівня власними фінансовими ресурсами. У зв'язку з цим дослідження рівня фінансової стійкості місцевого бюджету набуває актуальності.

Дослідженням теоретико-методичних та практичних аспектів оцінки фінансової стійкості місцевих бюджетів займалися багато вітчизняних вчених. Серед них такі як Камінська І. [1], Кириленко О. [2], Микитюк І. [3], Старостенко Н. [4] та інші.

Метою статті є розроблення методичного підходу до оцінювання рівня фінансової стійкості місцевого бюджету з використанням інтегрального показника.

Вітчизняні науковці застосовують різні методичні підходи до визначення ступеня фінансової стійкості місцевих бюджетів з використанням великої кількості показників.

Так, наприклад, Н. Старостенко пропонує визначати інтегральний показник, в основу якого покладено розрахунок суми часткових коефіцієнтів фінансової стійкості з урахуванням ваги кожного з них. За її словами, при розрахунку інтегрального коефіцієнта потрібно враховувати такі часткові показники: самостійності, бюджетного покриття, відносної бюджетної забезпеченості [4].

О. Кириленко надає перевагу оцінкам, що характеризують бюджетні індикатори в розрізі дохідної або видаткової частини бюджету [2].

І. Камінська стверджує, що потрібно враховувати індикатори, які характеризують міжбюджетні відносини [1]. Аналізуючи рівень фінансової стійкості регіональної системи, В. Едрінова і А. Кавінов виділяють такі показники: співвідношення структури доходів і витрат; динаміки доходів і витрат, дефіциту (профіциту) бюджету; динаміки структури доходів і витрат; показників виконання бюджетів та використання позикових коштів [5].

На основі проведеного аналізу запропонованих вченими наукових підходів до оцінки ступеня фінансової стійкості бюджету муніципального утворення автор доходить висновку, що найбільш вагомими показниками при визначенні рівня стійкості бюджету є такі показники: коефіцієнт бюджетного покриття, коефіцієнт податкової самостійності, коефіцієнт покриття видатків міжбюджетними трансфертами, показник стабільності дохідної частини бюджету, частка трансфертів у формуванні дохідної частини бюджету.

Для проведення оцінювання фінансової стійкості місцевого бюджету пропонуємо метод таксономічного аналізу [6; 7], який передбачає розрахунок інтегрального показника, що дозволяє врахувати загальний вплив показників, які всебічно характеризують рівень фінансової стійкості місцевих бюджетів.

Вихідні дані для розрахунку таксономічного показника фінансової стійкості бюджету органу місцевої влади, обчислені на основі звітності фінансового управління Київської міської ради, подано в табл. 1.

Таблиця 1

Вихідні дані для розрахунку таксономічного показника фінансової стійкості бюджету Київської міської ради

№	Показники	Формула розрахунку	Роки		
			2019	2020	2021
1	Коефіцієнт бюджетного покриття (КБП)	$K_{бп} = \frac{\text{Бюджетні доходи}}{\text{Бюджетні видатки}}$	1,02	1,00	1,03
2	Частка трансфертів у формуванні дохідної частини бюджету (КТ)	$K_{т} = \frac{\text{Міжбюджетні трансферти}}{\text{Бюджетні доходи}}$	0,22	0,15	0,14
3	Коефіцієнт податкової самостійності (КПС)	$K_{пс} = \frac{\text{Податкові надходження}}{\text{Бюджетні доходи}}$	0,71	0,79	0,78
4	Коефіцієнт покриття видатків міжбюджетними трансфертами (КПТ)	$K_{пт} = \frac{\text{Міжбюджетні трансферти}}{\text{Бюджетні видатки}}$	0,22	0,15	0,15
5	Показник стабільності дохідної частини бюджету (КСД)	$K_{сд} = \frac{\text{Податкові надходження}}{\text{Міжбюджетні трансферти}}$	3,22	5,36	5,50



Наступним етапом побудови таксономічного показника є формування стандартизованої матриці. Стандартизація показників дозволяє звести всі наведені вище показники, які містять різні одиниці виміру, до безрозмірної величини. Для цього за кожним показником було розраховане середнє значення: $X1_{\text{сер}} = 1,02$; $X2_{\text{сер}} = 0,17$; $X3_{\text{сер}} = 0,76$; $X4_{\text{сер}} = 0,17$; $X5_{\text{сер}} = 4,69$.

Після визначення середніх значень показників проведено їх стандартизацію, використовуючи формулу:

$$Z_{ij} = \frac{X_{ij} - \bar{X}_i}{\sigma_i}, \quad (1)$$

де \bar{X} – середнє значення i -го показника;

σ – середньоквадратичне відхилення i -го показника.

Матрицю стандартизованих значень показників подано у табл. 2.

Таблиця 2

Матриця стандартизованих значень

№	Показники	Роки		
		2019	2020	2021
1	Коефіцієнт бюджетного покриття (КПБ)	0,20	-1,08	0,89
2	Частка трансфертів у формуванні дохідної частини бюджету (КТ)	1,15	-0,52	-0,64
3	Коефіцієнт податкової самостійності (КПС)	-1,15	0,68	0,47
4	Коефіцієнт покриття видатків міжбюджетними трансфертами (КПТ)	1,15	-0,56	-0,60
5	Показник стабільності дохідної частини бюджету (КСД)	-1,15	0,53	0,63

На наступному етапі були сформовані еталонні рівні значень показників у системі (за критерієм min-max). Для цього було проведено розмежування всіх змінних на стимулятори та дестимулятори, тобто виконано диференціацію ознак.

Необхідність у проведенні диференціації пов'язана з тим, що кожний з обраних показників по-різному впливає на рівень розвитку досліджуваного об'єкта. Ті показники, зростання яких позитивно впливає на результат фінансової стійкості, є стимуляторами (max), а дестимуляторами (min) є показники, що уповільнюють ефективність результату [6].

Показниками-стимуляторами з переліку показників у табл. 2 є коефіцієнт бюджетного покриття, коефіцієнт податкової самостійності та показник стабільності дохідної частини бюджету. Зростання кожного з цих індикаторів позитивно позначається на ступені фінансової стійкості бюджету органу місцевого самоврядування.

Так, наприклад, підвищення значення коефіцієнту бюджетного покриття вказує на те, що місцевий бюджет на достатньому рівні забезпечений доходами для фінансування видатків. Коефіцієнт податкової самостійності характеризує взаємозв'язок між обсягом податків, які стягуються на відповідній території, та доходами місцевих бюджетів. Показник стабільності дохідної частини бюджету визначає рівень якості управління місцевими фінансами.

Показниками-дестимуляторами з переліку показників у табл. 2 є коефіцієнт покриття видатків міжбюджетними трансфертами та частка трансфертів у формуванні дохідної частини бюджету. Зростання значень цих показників негативно позначається на фінансовому стані бюджету муніципального утворення, свідчить про те, що місцевий бюджет не здатний покривати свої видатки власними фінансовими ресурсами, без участі надходжень з інших бюджетів.

Результат формування еталонних рівнів значень показників наведено в табл. 3.



Таблиця 3

Еталонні рівні значень показників

№	Показник	Диференціація	Вектор-еталон
1	Коефіцієнт бюджетного покриття ($K_{ПБ}$)	стимулятор	0,89
2	Частка трансфертів у формуванні дохідної частини бюджету (K_T)	дестимулятор	-0,64
3	Коефіцієнт податкової самостійності ($K_{ПС}$)	стимулятор	0,68
4	Коефіцієнт покриття видатків міжбюджетними трансфертами ($K_{ПТ}$)	дестимулятор	-0,60
5	Показник стабільності дохідної частини бюджету ($K_{СД}$)	стимулятор	0,63

На наступному етапі була розрахована відстань між елементами матриці та вектором-еталоном за формулою:

$$C_{i0} = \sqrt{\sum_{j=1}^m (Z_{ij} - Z_{0j})^2}, \quad (2)$$

де Z_{ij} – елемент стандартизованої матриці;
 Z_{0j} – елементи вектора-еталона.

Наступним етапом побудови таксономічного показника є розрахунок евклідової відстані, яка розраховується за формулою:

$$\bar{C}_0 = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n C_{i0}, \quad (3)$$

де C_{i0} – відстань між окремими точками-одиницями та еталонним значенням.

Для розрахунку безпосередньо коефіцієнта таксономії застосовується така формула:

$$K_i = 1 - d_i, \quad (4)$$

де $d_i = \frac{C_{i0}}{C_0}$.

Показник C_0 визначається за формулою:

$$C_0 = \bar{C}_0 + 2S_0, \quad (5)$$

$$S_0 = \sqrt{\frac{1}{2} \sum_{i=1}^m (C_{ij} - \bar{C}_0)^2}. \quad (6)$$

Результати розрахунку інтегрального показника, який дозволив комплексно оцінити рівень фінансової стійкості місцевого бюджету Київської міської ради за 2019–2021 рр., наведено в табл. 4.

Таблиця 4

Результати розрахунку інтегрального показника фінансової стійкості бюджету Київської міської ради методом таксономічного аналізу

Роки	Значення інтегрального показника
2019	0,32
2020	0,63
2021	0,96



Графічне відображення динаміки інтегрального показника наведено на рис. 1.

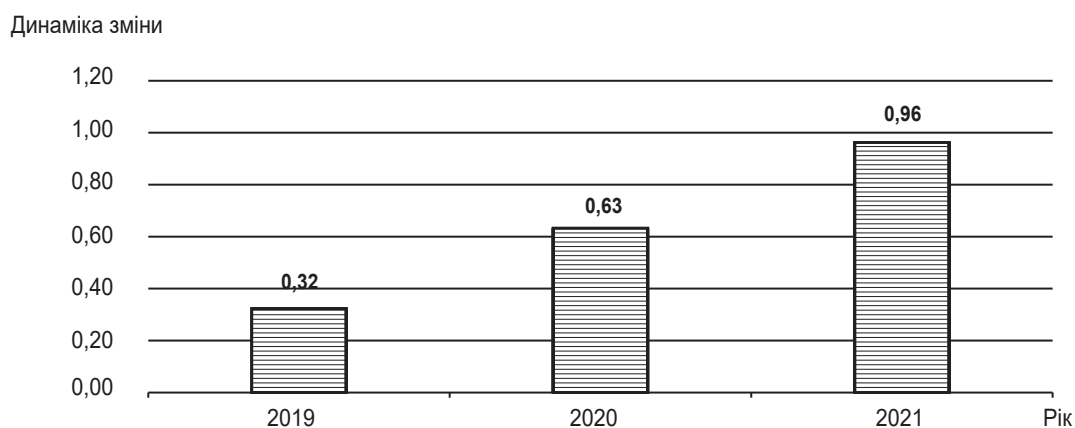


Рис. 1. Динаміка зміни інтегрального показника фінансової стійкості бюджету Київської міської ради

Отже, побудова інтегрального показника показала, що протягом досліджуваного періоду фінансова стійкість бюджету Київської міської ради мала тенденцію до зростання. У 2019 році значення показника було мінімальним та становило 0,32. У 2020 році спостерігається позитивна динаміка, значення інтегрального показника збільшилось на 0,31 порівняно з 2019 р. А вже у 2021 році його значення сягнуло позначки 0,96, майже досягнувши таким чином свого максимального значення – 1. Отже, у 2021 році рівень фінансової стійкості бюджету був найвищим.

На це вплинуло збільшення таких показників, як коефіцієнт бюджетного покриття, показник стабільності дохідної частини бюджету. Високе значення цих показників було забезпечене зростанням обсягів доходів місцевого бюджету, у тому числі податкових надходжень. У досягненні високого значення інтегрального показника у 2021 році відіграло роль зниження частки трансфертів у формуванні дохідної частини бюджету та коефіцієнта покриття видатків міжбюджетними трансфертами.

Підвищення обсягу бюджетних доходів до місцевого бюджету та скорочення міжбюджетних трансфертів з державного бюджету сприяло зниженню значень цих показників. Така ситуація вказує на те, що досліджуваний орган місцевої влади здатний більшу частину своїх видатків покривати власними фінансовими ресурсами.

Застосування запропонованого методичного підходу до оцінки рівня фінансової стійкості місцевого бюджету надає уявлення про рівень збалансованості його загальних доходів і видатків, незалежності від надходжень з державного бюджету та ефективності бюджетної політики.

Правильне тлумачення отриманих значень інтегрального показника, визначених із застосуванням методу таксономічного аналізу, дає можливість дослідити, які саме чинники впливають на зміни фінансової стійкості, та оцінити її значення на майбутнє. Розроблений методичний підхід є основою для здійснення попередньої оцінки фінансової стійкості прогнозних показників місцевих бюджетів та обґрунтування заходів щодо забезпечення їх стійкості з урахуванням ризику.

Подальші дослідження у цьому напрямку будуть спрямовані на формування розширеної системи переліку часткових показників, яка враховуватиме всі можливі напрямки впливу на фінансову стійкість і забезпечить проведення більш глибокого оцінювання фінансової стійкості місцевого бюджету з урахуванням впливу більшої кількості чинників, а також направлені на пошук дієвих підходів до оцінювання рівня фінансового стану бюджету муніципального утворення загалом.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Юшко С. В.

Література: 1. Камінська І. М. Діагностика фінансової стійкості регіонів України. *Економічні науки*. 2008. № 5. С. 168–182. 2. Місцеві фінанси : підручник / за ред. О. П. Кириленко. Тернопіль : Екон. думка, 2014. 448 с.



3. Микитюк І. Фінансова стійкість та безпека місцевого бюджету. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2013. № 1. С. 87–96. **4.** Старостенко Н. Методичні підходи до оцінки фінансової стійкості бюджету міста. *Економіка України*. 2005. № 9. С. 38–47. **5.** Едрінова В., Кавінов А. Напрями підвищення стійкості регіональної фінансової системи у частині формування грошових фондів. *Фінанси і кредит*. 2005. № 16. С. 25–29. **6.** Плюта В. Сравнительный анализ в экономических исследованиях: методы таксономии и факторного анализа. Москва : Статистика, 1980. 151 с. **7.** Сабліна Н. В., Теличко В. А. Использование метода таксономии для анализа внутренних ресурсов предприятия. *Бизнес Информ*. 2009. № 3. С. 78–82.

Стаття надійшла до редакції 20.02.2023 р.



НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ

УДК 338.984

Семененко О. А.

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

Анотація. В результаті аналізу наукової літератури проаналізовано складові, що максимально впливають на ефективність роботи та управління маркетинговим персоналом, а саме: підбір, навчання, продуктивність, мотивація, комунікація. Запропоновано напрями вдосконалення щодо підвищення ефективності роботи маркетингового персоналу та підприємства в цілому.

Ключові слова: маркетинговий персонал, менеджмент, ефективність, набір, навчання, розвиток, управління ефективністю, мотивація, залучення, комунікація, підприємство, успіх.



Annotation. As a result of the analysis of the scientific literature, the components that have the greatest impact on the effectiveness of work and management of marketing personnel were analyzed, namely: selection, training, productivity, motivation, communication. Areas of improvement are proposed to increase the efficiency of the work of the marketing staff and the enterprise as a whole.

Keywords: marketing personnel, management, efficiency, recruitment, training, development, performance management, motivation, involvement, communication, enterprise, success.



Постановка проблеми. Загальною проблемою, яка розглядається в цій статті, є визначення напрямів підвищення ефективності управління та роботи маркетингового персоналу на підприємстві. Зазначена проблема важлива як з наукової, так і з практичної точки зору, оскільки може призвести до зниження ефективності маркетингових зусиль, що негативно позначиться на загальній роботі підприємства. Стаття має на меті визначення складових, що є визначальними в ефективності управління маркетинговим персоналом, а також надання практичних рішень щодо напрямів підвищення ефективності роботи відділу маркетингу.



Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми управління та підвищення ефективності роботи маркетингового персоналу знайшли своє відображення в роботах українських і зарубіжних науковців. Так, у дослідженні Ковалік, Лещинської та Следжинської (Kowalik, Leszczynska and Sledzinska-Simon, 2020) досліджено вплив методів управління людськими ресурсами на ефективність маркетингових команд. Інше дослідження Вашіста та Дхара (Vashist and Dhar, 2021) вивчало вплив залученості працівників на ефективність роботи маркетингового персоналу.

Публікація Harvard Business Review (2020) підкреслила важливість набору та відбору правильного маркетингового персоналу. Дослідження Беджой та Абхіджит (Bejoy and Abhijith, 2021) досліджували вплив навчання та розвитку на задоволеність роботою маркетингового персоналу.

Мета статті – дослідити складові, що мають максимальний вплив на ефективність роботи маркетингового персоналу на підприємстві. Визначити напрями підвищення ефективності управління маркетинговим персоналом. Запропонувати практичні рішення з метою підвищення ефективності роботи маркетингового персоналу та загальної роботи підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Маркетинговий персонал відіграє вирішальну роль у роботі будь-якого підприємства. Ефективне управління маркетинговим персоналом має важливе значення для підприємства на шляху досягнення його маркетингових цілей та сприяє загальному успіху. Визначимо складові та напрями підвищення ефективності управління маркетинговим персоналом на підприємстві, спираючись на висновки останніх досліджень і публікацій.

Набір висококваліфікованого маркетингового персоналу є критично важливим фактором підвищення ефективності управління маркетинговим персоналом на підприємствах. За даними Harvard Business Review, «найкращий спосіб зібрати команду маркетологів – шукати людей, які творчо вирішують проблеми та здатні адаптуватися до змін» [1]. Це підкреслює важливість при виборі маркетингового персоналу зосереджуватися на таких навичках, як креативність, здатність вирішувати проблеми та здатність до адаптації, а не лише на довіді та освіті.

Ефективні програми навчання та розвитку можуть значно підвищити ефективність управління маркетинговим персоналом на підприємстві. Як зазначають Беджой і Абхіджит, «навчальні програми, розроблені на основі потреб і вподобань маркетингового персоналу, ймовірно, будуть більш ефективними для підвищення задоволеності роботою» [2]. Індивідуальні навчальні програми, які зосереджуються на вдосконаленні конкретних навичок і знань, можуть підвищити продуктивність маркетингового персоналу та задоволеність роботою.

Управління продуктивністю маркетингового персоналу – це фактично частина загального процесу управління відділом маркетингу, що охоплює планування, організацію, мотивацію, керівництво, контроль і регулювання [3]. Таким чином – це складне комплексне завдання, однаково важливе для організацій будь-якої сфери діяльності й будь-якого розміру, якщо вони планують досягти успіху в ринковій конкуренції [3].

Контроль продуктивності є ще одним критичним фактором підвищення ефективності управління маркетинговим персоналом на підприємстві.

За словами Коваліка, Лещинської та Следжинської-Саймон, «практики контролю ефективності, які включають встановлення чітких цілей і надання регулярного зворотного зв'язку, ймовірно, підвищать продуктивність маркетингової команди» [3]. Надання регулярного зворотного зв'язку та встановлення чітких цілей може допомогти маркетинговому персоналу зрозуміти свої сильні сторони та галузі, які потребують вдосконалення, що може підвищити їх ефективність.

Мотивація та стимулювання є важливими чинниками підвищення ефективності управління маркетинговим персоналом на підприємстві. За словами Вашіста та Дхара, «ефективна комунікація, визнання та винагорода можуть покращити мотивацію працівників і підвищити ефективність роботи» [4]. Надання можливостей для зростання, визнання за хорошу роботу та позитивне робоче середовище можуть підвищити мотивацію працівника, що призведе до кращої продуктивності роботи.

Правильно налаштована комунікація між працівниками є ще одним критичним фактором підвищення ефективності управління маркетинговим персоналом на підприємстві. Як зазначили Котлер і Келлер, «маркетинговий персонал повинен вміти правильно комунікувати як на внутрішньому, так і зовнішньому рівні, щоб забезпечити ефективність маркетингових зусиль» [5].



Чітка комунікація між маркетинговим персоналом та іншими відділами підприємства може покращити співпрацю та забезпечити відповідність маркетингових зусиль загальним цілям підприємства.

Інноваційна діяльність є суттєвим фактором підвищення ефективності управління маркетинговим персоналом підприємства. Як зазначили Сінгх і Паніграхі, «інновації мають вирішальне значення для маркетингового персоналу, щоб адаптувати його до змін на ринку та задля випередження конкурентів» [6]. Заохочення до культури інновацій і надання можливостей для творчого вирішення проблем може підвищити здатність маркетингового персоналу адаптуватися до змін та розробляти ефективні маркетингові стратегії відповідно до цих змін.

Однією з практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності управління відділом маркетингу також є проведення регулярних оцінок роботи маркетингового персоналу. Оцінювання ефективності може допомогти встановити чіткі цілі, надати зворотний зв'язок щодо продуктивності та визначити галузі для покращення.

Для проведення ефективної оцінки ефективності важливо встановити чіткі показники ефективності, які відповідають цілям і завданням відділу маркетингу. Ці показники мають бути конкретними, вимірними, досяжними, релевантними та обмеженими у часі. Приклади показників ефективності для маркетингового персоналу включають залучення потенційних клієнтів, коефіцієнти конверсії, утримання клієнтів і зростання доходу. Під час оцінки ефективності менеджери повинні надавати конструктивний зворотний зв'язок маркетинговому персоналу щодо їхньої роботи та обговорювати сфери, які необхідно покращити. Зворотний зв'язок має бути конкретним, об'єктивним і дієвим, і повинен зосереджуватися як на сильних, так і на слабких сторонах.

Оцінка також повинна надати можливість маркетинговому персоналу поділитися власною точкою зору щодо своєї діяльності та надати відгук своїм менеджерам. Нарешті, важливо створити систему для відстеження та моніторингу просування маркетингового персоналу до своїх цілей ефективності. Це можна зробити за допомогою регулярних звітів про прогрес або за допомогою програмних засобів, які дозволяють відстежувати показники ефективності в реальному часі.

Проводячи регулярні оцінки продуктивності та надаючи відгуки та підтримку маркетинговому персоналу, підприємства можуть підвищити ефективність управління маркетинговим персоналом і досягти кращих результатів роботи свого відділу маркетингу.

Підсумовуючи, ефективне управління маркетинговим персоналом має вирішальне значення для успіху будь-якого підприємства. Щоб підвищити ефективність управління маркетинговим персоналом, необхідно зосередитися на різних аспектах, таких як практика. На ефективність його роботи впливає велика кількість факторів, включаючи навички, знання, мотивацію та управління, тісний зв'язок у команді, інновації, заохочення співробітників, комунікація та ефективність роботи. Використання практик управління продуктивністю може допомогти у встановленні чітких цілей, наданні зворотного зв'язку та винагородженні високопродуктивних працівників.

Командна робота важлива для покращення співпраці, зміцнення довіри та покращення комунікації між членами команди. Інновації можуть допомогти підвищити продуктивність маркетингового персоналу, сприяючи творчості при вирішенні проблем і винахідливості в скрутні хвилини. Тісна комунікація працівників може посилити вплив спілкування на ефективність роботи, сприяючи мотивації, задоволенню та відданості працівників.

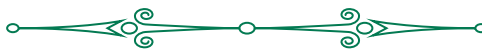
Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Демченко Г. В.

-
- Література:** 1. Макграт Р. Г. The New Science of Team Chemistry. *Harvard Business Review*. 2020. No. 98. P. 66–74. 2. Беджой М. К., Абхіджит В. Г. Вплив навчання та розвитку на задоволеність роботою маркетингового персоналу. *Журнал маркетингових комунікацій*. 2021. № 27. С. 165–180. 3. Ковалік І., Лещинська М., Следзінська-Саймон А. Практики управління продуктивністю в маркетингових командах. *Journal of Business Research*. 2020. № 116. С. 310–316. 4. Вашист Р., Дхар Р. Л. Дослідження ролі залученості співробітників у зв'язку між спілкуванням і ефективністю роботи: дослідження маркетингового персоналу. *Journal of Business Research*. 2021. № 132. С. 121–129. 5. Котлер Ф., Келлер К. Л. *Управління маркетингом*. Pearson. 2016. URL: <https://www.academia.edu/43169301/>



Marketing_Management_Kotler. 6. Сінх Р., Паніграхі С. Вплив інновацій на результативність маркетингового персоналу. *Journal of Business Research*. 2021. № 129. С. 210–218.

Стаття надійшла до редакції 14.03.2023 р.



РОЗВИТОК СПІВРОБІТНИЦТВА УКРАЇНИ З КРАЇНАМИ ПІВДЕННО-СХІДНОЇ АЗІЇ

УДК 339(477+1-925.7/.9)

Серебрянська А. О.

Студент 4 курсу
факультету міжнародних відносин і журналістики ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті проаналізовано показники розвитку економіки України та її зовнішньоекономічної діяльності в умовах воєнного часу. Оцінено стан економічної співпраці України з Південно-Східними країнами Азії та окреслено перспективи її подальшого розвитку.

Ключові слова: експорт, співробітництво, розвиток, постачання, зовнішньоекономічна діяльність.



Annotation. The article analyzes the indicators of the development of Ukraine's economy and its foreign economic activity in wartime conditions. The state of economic cooperation between Ukraine and Southeast Asian countries is assessed and the prospects for its further development are outlined.

Keywords: export, cooperation, development, supply, foreign economic activity.



Через ситуацію, яка виникла в Україні з 24 лютого, економіка нашої країни погіршилася. Головною «точкою», в яку вдарила війна, стало руйнування ланцюга виробництва і постачання – фізичні втрати, руйнування і пошкодження виробничих, торгових і складських потужностей, блокада морських портів, збої в логістиці. У зв'язку з цим актуальними є питання розвитку та розширення співробітництва з іншими країнами світу.

Питання розвитку міжнародного економічного співробітництва України знайшли розгляд у працях таких учених, як: Комарницький М., Шевчук О., Погорєлова І. та інших.

Метою написання статті є обґрунтування напрямів розвитку співробітництва України з країнами Південно-Східної Азії.

Щодо ситуації з бізнесом на сьогодні в країні – найкращою вона є на Заході України, а найгіршою – на Сході та Півдні. Багато бізнес-структур скоротили свою діяльність, хоч і продовжують працювати. Зокрема, так зазначили 62 % юридичних осіб. Ще 22 % відповіли, що нічого у їхній діяльності не змінилося – таких більше є у західній Україні. 8 % відповіли, що потужність впала до нуля, а 76 %, – що потужність менша від тієї, яка була до 24 лютого. Ще 11 % опитаних сказали, що працюють у тому ж режимі, що був раніше, а 3 % осіб збільшили свою діяльність порівняно з періодом до повномасштабного вторгнення [4].

Щодо нашої головної «точки» у відсотковому співвідношенні – загальне падіння попиту на продукцію / послуги (84 %), також припинення роботи постачальників (77 %), збільшення витрат на логістику (73 %), брак коштів на фінансування поточної діяльності (71 %) [4].



Як підраховали у Центрі економічної стратегії (ЦЕС), таке падіння буде найбільшим річним падінням за всю історію української незалежності. Для порівняння: скорочення економіки на 50 % після розпаду СРСР та здобуття незалежності розтягнулося на шість років – від 1993 до 1999. Усі інші кризи – світова фінансова у 2008 році, початок війни у 2014 р., пандемія коронавірусу давали значно менше падіння українського ВВП – не більше 15 % [6].

Якщо взяти до уваги 2021 рік, в якому лідером серед країн-торговельних партнерів України був Китай, при цьому 85 % нашого експорту до Піднебесної складала залізна руда, кукурудза, металургійна продукція, ячмінь і соняшникова олія.

Цього року до Малайзії Україна експортувала переважно зернові, олію, овочі, малайський імпорт – це машини, пальмова олія, каучук та какао. У жовтні цього року МЗС провело українсько-малайський онлайн бізнес-форум, у якому взяли участь рекордна кількість компаній з обох країн – 364. Малайзія цікава не тільки українським агроекспортерам, але й найбільш технологічним підприємствам промисловості – як ринок та інвестор.

Станом на вересень 2022 року Китай займає 4-ту позицію у рейтингу імпортерів української продукції. Це відбулося в основному через проблеми з логістикою агрокультур і значні втрати металургійного сектора України [5].

Щодо змін в структурі експорту та нових тенденцій постачань. У 2021 році чорні метали займали перше місце серед експортних категорій товарів, у 2022 році вони поступилися першістю зерновим культурам. Загалом війна суттєво вплинула на українську металургію. Скорочення експорту продукції металургії за 8 місяців 2022 року склало 54 % (в грошовому вимірі).

Інші сектори, які зазнали значних скорочень експорту за 8 місяців 2022 року: хімічна продукція – 51 %, машинобудування – 18 %, меблі – на 18 %, аграрна та харчова продукція – 11 %, одяг та взуття – 10 %. Завдяки деблокаді українських чорноморських портів з серпня 2022 року стало значно простіше експортувати аграрну продукцію. Частка аграрної та харчової продукції в загальному експорті України збільшилась з майже 36 % в 2021 році до 46 % (в грошовому вимірі). При цьому майже 79 % експорту агро- та харчової продукції припадає саме на зернові та олійні культури. Частка металургійної продукції зменшилась з 24 % до 16 %, а машинобудування – практично не змінилась [5].

Варто зазначити і позитивні тенденції: наприклад, зростає експорт молочної продукції, продуктів переробки овочів, кондитерських виробів, готових м'ясних виробів, борошна.

Слід зазначити, що експорт може стати стратегією для подолання кризи. За результатами нещодавнього опитування Ініціативи для відновлення економіки, розвитку підприємництва та експорту, головною проблемою на шляху до відновлення та розвитку бізнесу назвали недостатню кількість платоспроможних клієнтів на внутрішньому ринку. Одним зі шляхів подолання цієї проблеми є розвиток експорту. Це ж опитування свідчить, що 40 % компаній розглядають для себе розвиток експорту як важливий напрямок [5]. При цьому завдяки санкціям проти росії та білорусі українські виробники можуть отримати нові ніші для експорту власних товарів. Наприклад, великі машинобудівні компанії в Німеччині та інших країнах ЄС можуть переорієнтуватися на постачальників з України. Раніше Офіс з розвитку підприємництва та експорту вже робив огляд експорту росії та білорусі за 2020–2021 роки, звідки можна дізнатися, у які країни та які товари експортували країни-агресори.

Наразі компанії, які тільки починають виходити на зовнішні ринки, мають цілий арсенал інструментів підтримки – від аналітики зовнішніх ринків, освітніх заходів та консалтингу, інструментів іноземних пошуку партнерів до грантів від держави та донорських організацій.

Тепер повернемося саме до співробітництва України з країнами Південно-Східної Азії. Стрімкі показники економічного зростання, збільшення середнього класу, бум технологій привернули увагу до низки країн Азії. В усьому світі заговорили про те, що XXI сторіччя може стати «азійським сторіччям». Навіть одужання від нищівної кризи провідним азійським державам проорокують найближчим часом.

Більшість азійських країн роками були «незаслужено забуті» в Україні, від чого країна лише втрачала.

Цього року саме Азія стала рятівницею українського експорту. В уряді регіон оголошено одним з пріоритетних для української зовнішньої політики.

Таким чином, у торгово-економічному співробітництві серйозних нових можливостей на європейському чи американському ринку поки немає, українські виробники часто на цих ринках неконкурентні, тому актуаль-



ним буде вихід на нові ринки. Південно-Східна Азія стане альтернативним напрямом зовнішньої торгівлі України. Нові перспективи розвитку міжнародного співробітництва відкриває приєднання України до Договору про дружбу та співробітництво в Південно-Східній Азії. Після набуття чинності згаданого вище договору Україна та АСЕАН матимуть нормативно-правову базу задля підтримання регулярних політичних, економічних, культурних і гуманітарних контактів та розвитку взаємовигідних проєктів.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Демченко Г. В.

Література: 1. Курнишова Ю. Сучасні тенденції регіоналізму в Східній Азії: можливості для України // Національний інститут стратегічних досліджень при президентові України. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/399/>. 2. Шевчук О. Українсько-китайське співробітництво на рубежі ХХ–ХХІ століття. Серія Економіка. Спецвип. 33. Ч. 2. С. 205–207. 3. Погорелова І. Політичні відносини України з державами Східної Азії. *Персонал*. 2009. № 4. С. 20–25. 4. «Твоє місто». URL: https://tvoemisto.tv/news/yak_v_ukraini_zminylasya_diyalnist_biznesu_pislya_24_lyutogo_141015.html. 5. «Економічна правда». URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/10/24/692959/>. 6. «РБК-Україна». URL: <https://www.rbc.ua/ukr/news/tsena-voynu-upadet-ekonomika-ukrainy-vospolnit-1650305048.html>.

Стаття надійшла до редакції 19.02.2023 р.



ОБҐРУНТУВАННЯ ПОЛІТИКИ ДОБОРУ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

УДК 331.5

Сиводід А.

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті досліджено значущість кадрової політики підприємства. Розглянуто основні аспекти процедури добору персоналу на підприємстві. Визначено важливість якісного проведення добору кадрів та розглянуто новий цифровий метод добору.

Ключові слова: кадрова політика, добір персоналу, процедура добору, метод добору.



Annotation. The article examines the significance of the company's personnel policy. The main aspects of the personnel selection procedure at the enterprise are considered. The importance of high-quality personnel selection was determined and a new digital method of selection was considered.

Keywords: personnel policy, personnel selection, selection procedure, selection method.



У світі передових технологій, автоматизації виробництва, пришвидшення науково-технічного прогресу та поширення комп'ютеризації людина залишається на п'єдесталі першості у забезпеченні ефективної роботи підприємства. Оскільки саме від якості діяльності працівника залежить майбутнє підприємства, саме тому



прийняття правильних кадрових рішень відіграє особливо важливе значення. Керівник підприємства має розуміти, що саме від професійних та особистісних якостей людини залежить його здатність до виконання поставлених завдань. Тому на кожному підприємстві існує кадрова політика, яка окреслює основні напрямки, методи та форми роботи з персоналом, а також встановлює певні вимоги та принципи.

Кадрова політика охоплює наступні напрямки роботи на підприємстві:

- здійснення заходів управління персоналом з метою виконання запланованих виробничих завдань;
- визначення механізмів управлінської і виробничої кооперації між структурними підрозділами фірми;
- встановлення засад матеріального і морального стимулювання працівників;
- встановлення основних принципів залучення, використання, збереження або вивільнення кадрів;
- розробка програм навчання та підвищення кваліфікації кадрів;
- забезпечення безпечних умов праці та наявності, за потреби, засобів колективного та індивідуального захисту тощо [1, с. 224].

Доцільно розглянути перший напрям роботи кадрової політики: здійснення заходів управління персоналом з метою виконання запланованих виробничих завдань. Цей напрям включає в себе один із важливих елементів роботи кадрової служби, а саме найм працівників. Задачею залучення персоналу є забезпечення покриття потреби в персоналі в якісному і кількісному відношенні з врахуванням місця і часу, а також ефективне поєднання характеру розв'язуваних підприємством задач з людською природою працівників, що виконують цю задачу [2].

Перед тим як найманий працівник почне працювати, фахівці з кадрів проходять певні етапи, серед яких створення опису ідеального кандидата, пошук, добір, найм, адаптація. Перед тим як наймати працівника, потрібно знайти тих людей, які бажають та можуть працювати, в цьому полягає сутність пошуку. Але пошук кандидатів не є таким важливим як їх добір. Етап добору починається з моменту розгляду вакансій та проведення співбесід з кандидатами.

Головною метою добору кадрів є створення резерву кандидатів на робочі місця з урахуванням поточних і подальших кадрових змін та відсіювання тих кандидатів, які не мають необхідних характеристик чи якостей, щоб зайняти певне робоче місце [3, с. 5]. Отже, добір персоналу має включати в себе процедури розрахунку потреби в персоналі за категоріями працівників і службовців, способи професійного добору кадрів, а також загальні принципи формування резерву кадрів на вакантні посади [4, с. 11].

Сьогодні на більшості підприємств працівники відділів кадрів більшість часу витрачають на те, щоб на підприємстві була необхідна кількість працівників, тобто займаються плануванням чисельності персоналу. Але сьогодні важливо не лише вчасно закрити вакансії, щоб лише дотримуватися штатної чисельності робітників. На цей момент важливо, щоб у складі робочої сили підприємства була значна частина тих людей, які мають гарні знання та вміння, певний досвід у конкретній чи суміжній галузі. Тому дуже важливо, що чисельність таких працівників збільшувалася, для цього варто відповідально підійти до етапу добору.

В основному виділяють три стадії добору персоналу:

- окреслення вимог до претендентів – розробка посадових інструкцій і переліків реалістичних вимог до потенційних співробітників;
- залучення кандидатів – огляд і оцінка внутрішніх і зовнішніх джерел залучення персоналу, розміщення оголошень про набір, звернення до агентств і консультантів;
- відбір кандидатів – ретельний аналіз анкет, проведення співбесід, тестувань, оцінка претендентів, робота центру оцінювання, пропозиція про працевлаштування, отримання рекомендацій, підготовка трудового договору [3, с. 5].

У сучасному суспільстві залежно від виду діяльності та масштабів підприємства процедура добору кадрів може відрізнятися. Зазвичай добір кадрів передбачає аналіз резюме, проведення співбесіди, тестування та аналіз рекомендацій. Окрім того, для якісного набору працівників менеджери з персоналу висувують традиційні вимоги для потенційного працівника:

- зовнішня привабливість;
- гарний стан здоров'я;
- рівень кваліфікації;



- особистісні якості та рівень мотивації;
- наявність творчого мислення, організаторських та лідерських якостей тощо.

Однією з головних проблем, з якою стикаються керівники підприємств, це брак висококваліфікованих працівників. Тому для вдосконалення процесу добору кадрів дуже важливо використовувати найефективніші підходи щодо професійного добору кадрів: по-перше, для того щоб знайти і відібрати серед багатьох претендентів саме кваліфіковані і професійні кадри, і, по-друге, докласти максимуму зусиль для зацікавлення таких потенційних працівників [3, с. 11]. Тому важливо, щоб працівники відділу кадрів могли застосовувати різні методи та форми добору кандидатів для оптимального залучення кандидатів.

Одним із варіантів нових методів добору персоналу можна виділити віддалений добір з використанням Інтернету. Цифровий добір, або онлайн-добір, стосується використання Інтернету, програмного забезпечення та інших цифрових технологій для залучення, оцінювання та добору потрібних кандидатів та включає добір у соціальних мережах та використання спеціалізованого програмного забезпечення [5, с. 58]. У сучасних реаліях це досить актуально, оскільки таким чином можна залучити талановитих людей, які найкращі в своїй сфері. Також це дозволяє планувати та приймати рішення за допомогою новітніх цифрових HR-технологій, які, своєю чергою, дозволяють виявити слабкі та сильні сторони процесу добору.

Використання технологій на основі штучного інтелекту у віддаленому доборі персоналу кардинально змінює сам процес через застосування ряду ефективних цифрових інструментів добору персоналу, таких як: автоматичний скринінг, підбір кандидатів, а також автоматизацію комунікацій з кандидатами на основі чат-ботів [5, с. 58]. Але варто розуміти, що сама процедура добору персоналу нічим не відрізнятиметься від традиційної, лише буде перенесена в цифровий формат.

Отже, ефективна діяльність будь-якого підприємства повністю залежить від набору відповідних талановитих працівників. Лише завдяки грамотним фахівцям підприємство може функціонувати безперебійно та вийти на новий рівень розвитку. Тому сучасні підприємства потребують цілеспрямованого та якісного добору персоналу.

Добір кадрів має враховувати не лише посадові обов'язки та вимоги до працівника, а й можливості для професійного розвитку людини, розвитку його психологічних та комунікативних якостей, бо саме ці якості становлять основу для успішної професійної адаптації та діяльності на підприємстві. Окрім ефективної та безперебійної роботи, якісний склад працівників гарантує іще й збільшення прибутків, перспективи для подальшого розвитку, покращення клімату в компанії тощо.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Іванісов О. В.

Література: 1. Ясінська Ю. Р. Рациональна кадровая политика на предприятии – успешная формула предпринимательской деятельности. *Вісник Львівської комерційної академії. Серія : Економіка*. 2014. Вип. 46. С. 224–228. 2. Кадрова політика підприємства: структура, оцінка та відбір персоналу // *Освіта*. 2011. URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/management/13827/>. 3. Мартинюк О. П. Організація та проведення добору кадрів в умовах сучасного інформаційного суспільства. *Тернопільський національний економічний університет*. 2017. С. 1–31. 4. Конспект лекцій 3 курсу «Організація кадрової роботи». Тернопільський національний економічний університет. 2013. URL: <http://dspace.wnu.edu.ua/retrieve/17879/>. 5. Кравчук О. І., Варіс І. О., Демешко А. С. Інноваційні технології віддаленого добору персоналу в цифровому середовищі. *Modern Economics*. 2021. № 27 (2021). С. 49–60.

Стаття надійшла до редакції 01.03.2023 р.





ОРГАНІЗАЦІЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ БАНКУ

УДК 336:1

Співак В. Б.

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

Анотація. Статтю присвячено питанням узагальнення та обґрунтування теоретичних основ організації фінансової безпеки банку. Доведено, що ефективність забезпечення фінансової безпеки банку ґрунтується на своєчасному впровадженні дієвих організаційних заходів. Досліджено осередки виникнення загроз і небезпек фінансовій безпеці банку та конкретизовані сфери прояву їх наслідків.

Ключові слова: фінансова безпека, банк, організація, забезпечення, фактори, загроза, небезпека, наслідки.

Annotation. The article is devoted to the issues of generalization and justification of the theoretical foundations of the organization of financial security of the bank. It is proved that the effectiveness of ensuring the financial security of the bank is based on the timely implementation of effective organizational measures. The centers of threats and dangers to the financial security of the bank are investigated and the areas of manifestation of their consequences are specified.

Keywords: financial security, bank, organization, factors, threat, danger, consequences.

Як ніколи раніше, умови функціонування суб'єктів економічних відносин підвладні прояву кризових явищ і стану невизначеності. Війна, що триває на території нашої держави, загострила цей стан у мільйони разів. Небезпека проявляється у стані функціонування кожного сектора економіки країни. Не виключним є і стан банківського сектора. Банківський сектор, як дієвий важіль забезпечення існування корпоративного та приватного секторів економіки, потребує безупинного нагляду та дотримання принципів організації за станом його безпеки.

Поточний стан справ банківського сектора у повному обсязі демонструє прояв порушень у стабільності його функціонування. З 01.09.2022 р. кількість банків зменшилась на 4 банки і склала 67 проти 71 на його початок. 21.07.2022 р. було ліквідовано АТ «МЕГАБАНК»; 06.10.2022 р. АТ «БАНК СІЧ». З 25.05.2022 р. через російську агресію запущені справи про ліквідацію АТ «МР Банк» (Сбербанк) та АТ "Промінвестбанк". Станом на 1 липня із 68 платоспроможних банків 47 були прибутковими та отримали чистий прибуток у розмірі 10,0 млрд грн, 21 – збитковими зі збитком 14,6 млрд грн. Загальний збиток банківської системи становив 4,6 млрд грн – система стала збитковою вперше за п'ять останніх років [1].

Широке коло питань з питань фінансової безпеки банків знайшли відображення у працях українських учених, таких як: О. Барановський, Т. Болгар, Р. Гриценко, М. Єрмошенко, М. Зубок, О. Кириченко, В. Коваленко, О. Колодізев, В. Краліч, І. Крупка, Л. Патерікіна, О. Пластун, О. Штаер, С. Яременко та інші. З кожним роком банківська система зіштовхується з новими викликами стабільності їх функціонування. Це вимагає постійної уваги з боку науковців та практиків щодо винайдення нових, адаптації та перейняття досвіду використання існуючих інструментів організації та забезпечення фінансової безпеки як окремих банків, так і банківської системи в цілому.

Метою статті є узагальнення та обґрунтування теоретичних основ організації фінансової безпеки банку.

Відтворити певний рівень безпеки банку – це вже забезпечити стан захищеності інтересів всіх зацікавлених сторін. Забезпечити безпеку значить створити умови функціонування банку. Такі умови можуть бути задовільними, посередніми або відмінними. Все залежить від тих зусиль, які прикладені до цього процесу.

Незважаючи на те, що більшість авторських визначень безпеки банку ґрунтуються на процесі забезпечення захищеності інтересів, реалізації мети банку, його стратегії та тактики, стабільності, стійкості та рівноваги, вважаємо невід'ємним для отримання очікуваного результату організувати безпечну діяльність банку. За-



безпечити, так би мовити, отримати результат безпечності або небезпечності функціонування банку. Організувати – виконати дії зі створення, налагодження, впорядкування зв'язків частин та елементів системи з метою підвищення її ефективності. В такому контексті маємо потребу організувати безпеку банку для забезпечення певного рівня захищеності, стабільності та ефективності функціонування.

Завдання організації безпеки банку постають із самого його визначення: впровадження системи заходів, що забезпечують захист інтересів власників, клієнтів, працівників і керівництва банку; створення ефективного захисту від внутрішніх і зовнішніх загроз; протидія та своєчасне реагування на спроби нанесення збитків та шкоди переліченим вище інтересам; попередження прояву ризикових факторів тощо [2, с. 79; 3, с. 130].

Завданнями організації безпеки банківської діяльності є:

- організація умов безпечної роботи банку та його працівників;
- захист прав та інтересів власників та клієнтів банку;
- своєчасне виявлення реальних і потенційних загроз банку, оперативне реагування із впровадження заходів щодо їх нейтралізації.

Щільно з поняттям безпеки банку пов'язане поняття його фінансової безпеки. Результатами невиконання вимог захисту безпеки банку проявляється у збитках, найчастіше у фінансових втратах, які тягнуть за собою наслідки утрати стабільності, зниження рентабельності, ліквідності банку та підвищення ризиковості його діяльності. Відсутність єдності у тлумаченнях авторів щодо цього явища потребує їх узагальнення та конкретизація для подальшого забезпечення ефективної організації фінансової безпеки банку.

Серед великої кількості, представлених в літературі визначень авторів щодо змісту та сутності фінансової безпеки знаходимо такі підходи:

- як фінансовий стан: кількісно і якісно детермінований; стабільний і стійкий; стан ефективного використання корпоративних ресурсів; динамічний стан забезпечення стійкого захисту [4; 5]. Серед всіх формулювань ключовим є те, що це стабільний та стійкий фінансовий стан, визначити його рівень можливо за допомогою ключових фінансових кількісних та якісних показників оцінювання стану ліквідності, прибутковості та фінансового ризику. Встановлений рівень визначає потенційні можливості протистояти внутрішнім та зовнішнім загрозам, а результатом їх реалізації забезпечення підтримки сталого розвитку;

- як здатність протистояти можливим внутрішнім і зовнішнім загрозам чи деструктивним змінам [6; 7]. У підсумку автори наголошують, що ці здатності спрямовані на забезпечення стабільного фінансового стану банку та захисту інтересів зацікавлених сторін;

- окремо можна виділити підходи авторів, які наголошують на вичерпній важливості стану фінансової безпеки, що забезпечує захищеність фінансових інтересів зацікавлених сторін [4; 6].

З кожним із представлених підходів не можна не погодитися, всі вони повноцінні та широко окреслюють всі напрями забезпечення фінансової стійкості та стабільності функціонування банку. За таких підходів стан фінансової безпеки банку визначається вже забезпеченим, окресленим певним якісним та кількісним рівнем.

З позиції обраного предмета дослідження, а саме організації фінансової безпеки банку, вважаємо більш прийнятним підхід до розуміння її змісту як сукупності заходів; сукупність умов, дій чи обставин; забезпечення організаційно-управлінських заходів [4]. Організувати – чинити дії із досягнення кращого результату. Тому під фінансовою безпекою банку розуміємо комплекс заходів організаційного характеру, спрямованих на забезпечення сталого фінансового його стану шляхом задіяння потенційних можливостей протистояти проявам загроз із внутрішнього та зовнішнього середовища.

Головна мета організації фінансової безпеки банку полягає у здатності протистояти загрозам, ризикам і факторам, які чинять вплив на його діяльність. Осередками виникнення таких факторів є зовнішнє та внутрішнє середовище. Якщо фактори можуть носити сприятливий чи несприятливий характер впливу на стан фінансової безпеки банку, то загрози та ризики – мають односпрямований негативний вплив. Таким чином, при організації фінансової безпеки банку важливо дотримувати мети отримання максимального ефекту від прояву сприятливих факторів забезпечення його безпеки (можливостей нарощення резервів, формування запасу фінансової міцності, забезпечення надійності, розширення спектру послуг та клієнтської бази банку тощо) та, відповідно, мати ресурси, резерви та можливості протистояти негативним наслідкам загроз та ризиків.

У табл. 1 узагальнено перелік загроз і небезпек банківській діяльності, які можуть виникати зі сторони внутрішнього та зовнішнього середовища.



Таблиця 1

Загрози та небезпеки банківської діяльності

Зовнішні загрози та небезпеки	Внутрішні загрози та небезпеки
Загрози та небезпеки, що проявляються економічними та фінансовими наслідками	
<ul style="list-style-type: none"> – кризова загальноекономічна ситуація в країні; – інфляція; – нестабільність національної валюти та значні коливання її курсу щодо інших валют; – відсутність стабільності податкової, кредитної та страхової політики; – низький рівень інвестиційної активності; – низький рівень платоспроможності клієнтів 	<ul style="list-style-type: none"> – неефективна кредитна політика банку; – низька якість управління активами, пасивами та прибутком банку; – недотримання банком встановлених НБУ нормативів; – низький рівень залучення ресурсів, що є в населення через їх недовіру до банків; – прорахунки в оцінці потенційних позичальників
Загрози та небезпеки, що проявляються політичними та управлінськими наслідками	
<ul style="list-style-type: none"> – військові дії та окупація територій; – політична і соціальна нестабільність через прояви непередбачуваних факторів (пандемія, війна); – зміна вимог світових фінансових інститутів; – недосконалість законодавчої та нормативної бази; – недоліки у роботі державних контролюючих органів за діяльністю банків; – корупція 	<ul style="list-style-type: none"> – недостатня кваліфікація працівників банку; – недостатня мотивація співробітників банку до плідної роботи; – низька лояльність співробітників банку; – відсутність програм навчання працівників; – недостатній кадровий потенціал для вирішення пріоритетних завдань забезпечення безпеки банківської діяльності
Загрози та небезпеки, що проявляються соціальними та психологічними наслідками	
<ul style="list-style-type: none"> – низький рівень фінансової грамотності 	<ul style="list-style-type: none"> – низький рівень довіри до банківських установ
Загрози та небезпеки, що проявляються злочинними наслідками	
<ul style="list-style-type: none"> – корпоративні конфлікти і рейдери; – збільшення кількості злочинних дій у сфері фінансових послуг; – пограбування банку та вбивство його співробітників; – злочинна змова влади і конкурентів; – комерційне шпигунство; – знищення ділової репутації конкурентами 	<ul style="list-style-type: none"> – злочинна змова співробітників з конкурентами або шахраями; – крадіжка банківських даних у разі звільнення працівників; – наявність каналів витоку банківської інформації та помилок в організації фінансової безпеки, фінансових та матеріальних активів банку

Джерело: розроблено автором на основі [8–10]

В умовах посилення макроекономічної нестабільності, зростання зовнішніх та внутрішніх загроз фінансова безпека банку є важливим інструментом реалізації його інтересів та пріоритетних цілей, нарощування фінансового потенціалу для кількісного та якісного зростання, зміцнення позицій на ринку банківських послуг, забезпечення нормального функціонування та сталого розвитку.

Таким чином, усвідомлення внутрішніх і зовнішніх загроз дозволить сформувати надійну систему забезпечення фінансової безпеки банку, спрямовану на виконання.

При цьому система фінансової безпеки банку має знаходитися у постійному розвитку та постійно адаптуватися до змін зовнішнього і внутрішнього середовища для підвищення конкурентоспроможності вітчизняного банківського сектора, стійкості та стабільності роботи якого визначають фінансову рівновагу в країні та забезпечує перехід до інноваційної моделі зростання національної економіки.

Окрім всього, процес організації фінансової безпеки банку вимагає здійснення інформаційно-аналітичної роботи, результати якої є необхідною умовою для впровадження моніторингу, оцінки рівня та аналізу факторів, що впливають на рівень його фінансової безпеки.

Функціонування системи інформаційно-аналітичного забезпечення є обов'язковим для правильної та оперативної оцінки рівня фінансової безпеки банку, прогнозування можливих внутрішніх та зовнішніх загроз, дотримання достатності фінансових ресурсів для своєчасного виконання зобов'язань.

Саме тому напрямами подальших досліджень є обґрунтування методичних підходів до оцінювання рівня фінансової безпеки банку, виявлення та прогнозування наслідків впливу факторів впливу зовнішнього та вну-



трішнього середовища, шляхом впровадження організаційних заходів своєчасного виконання завдань забезпечення його фінансової безпеки за умов сталості та ефективності діяльності.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Алексєєнко І. І.

Література: 1. Наскільки банківська система України є стійкою на шостому місяці війни. URL: <https://thepage.ua/ua/economy/stan-bankivskoyi-sistemi-ukrayini-u-serpni-2022-roku#>. 2. Зубок М. І. Безпека банківської діяльності : навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. Київ : КНЕУ, 2013. 154 с. 3. Ситник Н. С., Васьків І. М. Фінансова безпека банків як один зі складників фінансової безпеки держави. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія : Економіка і управління*. 2019. № 6. Т. 29 (68). С. 129–132. 4. Гаряга Л. О., Куліш Р. Р. Фінансова безпека банківської діяльності в умовах цифровізації. *Проблеми економіки*. 2019. № 4 (42). С. 163–171. 5. Олійник А. В. Економічна сутність та чинники банкрутства комерційних банків. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2011. № 3. Т. 1. С. 93–98. 6. Костюченко О. Є., Паталах В. І. Забезпечення фінансової безпеки банківської системи як складова фінансової безпеки держави. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2014. Вип. 7. Ч. 5. С. 24–27. 7. Побережний С. М., Пластун О. Л., Болгар Т. М. Фінансова безпека банківської діяльності : навч. посіб. Суми : УАБС НБУ, 2010. 112 с. 8. Карковська В. Я., Прокопишин-Рашкевич Л. М., Якимець М. М. Фінансова безпека банківської системи: реалії та перспективи. *Інфраструктура ринку*. 2018. Вип. 25. С. 673–679. 9. Котик О. В., Любовська М. М. Загрози та ризики фінансової безпеки банків та шляхи їх усунення. *Вісник НУВГП. Серія «Економічні науки»*. 2020. Вип. 1 (89). С. 111–122. 10. Шевців Л. Ю., Сенишин Б. Б. Шляхи підвищення фінансової безпеки банків України в умовах глобалізаційних процесів. *Бізнес Інформ*. 2020. № 9. С. 254–262.

Стаття надійшла до редакції 20.02.2023 р.



ПРОФІЛАКТИКА «ПРОФЕСІЙНОГО ВИГОРАННЯ» СОЦІАЛЬНИХ ПРАЦІВНИКІВ У ДЕРЖАВНИХ УСТАНОВАХ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ

УДК 378.14.373.66

Стародубцева В. В.

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті проаналізовано проблему професійного вигорання, його причини, симптоми та можливі шляхи вирішення. Визначено основні стресові фактори, які спричиняють вигорання соціальних працівників у державних установах, а також запропоновано стратегії запобігання та подолання вигорання.

Ключові слова: професійне вигорання, державні установи, соціальні працівники, симптоми, профілактика.



Annotation. The article analyses the problem of professional burnout, its causes and symptoms, and the potential solutions. The article identifies the main stressors that contribute to burnout in social workers in government institutions, and also proposes strategies to prevent and address burnout.

Keywords: professional burnout, government institutions, social workers, symptoms, prevention.





Суспільно-політичні та соціально-економічні зміни, які відбуваються в Україні сьогодні, несуть неминучий негативний вплив на психологічний стан всіх громадян країни, але насамперед створюють для всіх державних установ нові виклики.

Великі обсяги роботи, складність ситуацій, потреба у пошуку нових шляхів вирішення проблем, психологічне перенавантаження та відчуття в деяких випадках безпорадності продовж всього робочого, що, безумовно, позначається на емоційному фоні робочого колективу цих установ. Довготривалий професійний стрес призводить до емоційного виснаження, який розглядається як основна складова «професійного вигорання» та характеризується зниженим емоційним фоном, байдужістю та емоційним перенасиченням.

Таке явище є серйозною проблемою для багатьох соціальних працівників, які виконують важливу та відповідальну роботу у державних установах соціального обслуговування та підтримки. Звичайно, що подібна проблема може виникнути у будь-якому професійному середовищі, але саме соціальні працівники все ж належать до більш вразливої групи.

Термін «вигорання» вперше ввів у науку Г. Брендлі у своїх дослідженнях співробітників, які охороняли умовно засуджених. Пізніше вигорання вивчав Х. Фрейденбергер, який визначив емоційне вигорання як хронічну втому, депресію та депресію, коли людина змушена виконувати роботу, яка не відповідає її амбіціям і не приносить очікуваних результатів. Г. Річельсон розглядав вигорання як симптом певних психологічних станів, таких як хронічна втома, депресія, фрустрація. С. Хобфол. і Е. Шіром.

Аналіз наукових джерел свідчить, що питання «професійного вигорання» соціальних працівників саме у державних установах не є поширеним предметом дослідження. Проте все ж такі представники вітчизняної психології, як М. Ільєнко, Т. Скорик, О. Цвігун, В. Шевчук, та К. Хаврова згадували у своїх роботах синдром професійного вигорання у таких установах.

Підсумовуючи викладене, варто зазначити, що вигорання розглядають як особистісну деформацію, що виникає внаслідок напружених стосунків у системі «людина-людина», хоча й вчені по-різному підходять до визначення цього синдрому.

Отже, метою статті є дослідження та оцінка існуючої проблеми вигорання соціальних працівників. Профілактика професійного вигорання у державних установах.

Професійне вигорання у соціальній роботі трактують як процес втрати енергії, мотивації, зниження рівня емпатії та валідації на фоні тривалого стресу та перенавантаження.

Однією з причин виникнення цього синдрому у державних установах є високе навантаження та невідповідність ресурсів для виконання роботи через брак механізмів матеріальної та нематеріальної мотивації. Соціальні працівники зараз мають багато звернень з проханням про допомогу від громадян, але недостатньо часу та ресурсів для виконання всіх запитів.

Крім того, соціальні працівники зустрічаються з важкими ситуаціями, які стають причиною виникнення професійного стресу та тривоги. Сприяти вирішенню проблем насилля, бідності та залежності під силу зовсім не кожному.

Для діагностики рівня емоційного вигорання найчастіше застосовують методику В. В. Бойка, яка найбільш комплексно дає можливість системно проаналізувати міру вираженості симптомів «професійного вигорання», враховуючи такі фази, як напруження, резистентності та деперсоналізації.

Результати дослідження наведені нижче у табл. 1.

Таблиця 1

Результати сформованості фаз у відсотках

Кількісні показники	Фаза «Напруження»	Фаза «Резистентності»	Фаза «Виснаження»
36 і менше балів – фаза не сформована	56 %	62 %	40 %
37–60 балів – фаза на стадії формування	38 %	38 %	42 %
61 і більше балів – фаза сформована	6 %	0 %	18 %

Відповідно до результатів дослідження необхідно зазначити, що у переважній більшості респондентів фаза «напруження» та «резистентності» не є сформованою, а тільки знаходиться на початковій стадії чи у процесі формування або починають тільки формуватись.



Що стосується фази виснаження, то майже в половини опитаних вона знаходиться на стадії формування, а у декількох осіб – сформована. Для цієї фази характерні такі симптоми, як емоційний дефіцит, емоційне відчуження та особистісне відчуження, що є не допустимими у соціальній роботі.

Також варто зауважити, що фаза резистентності, до якої відносять емоційно-моральну дезорієнтацію, редукцію професійних обов'язків та вибіркоче реагування, є точкою, де ще можливо попередити проблему вигорання заходами профілактики.

Профілактика професійного вигорання – це набір заходів і стратегій, спрямованих на запобігання розвитку цього стану у соціальних працівників. Такі заходи спрямовані на зменшення ризикових факторів, які спричиняють професійне вигорання або на підвищення стійкості працівників до стресу.

Система профілактики «професійного вигорання» у державних установах має включати діагностику стану психологічного здоров'я, консультативну роботу керівництва, участь у спеціалізованих тренінгах, розробку особистих психологічних технік.

До основних профілактичних методів, які допоможуть працівникам зберегти енергію та ефективність в роботі, можна віднести такі:

- розвиток та освоєння прийомів релаксації, візуалізації, самопрограмування та підтримки свого фізичного здоров'я;
- розвиток ефективних стратегій управління часом для збільшення продуктивності, таких як планування робочого дня, пріоритезація завдань та використання «технічних» перерв;
- організаційна підтримка державних установ, яка полягає не тільки у створенні тренінгів на тему освоєння професійного стресу, курсів підвищення кваліфікації, але і організації відпочинку для працівників;
- заходи для налагодження комунікації з керівництвом і колегами, які вплинуть на рівень підтримки серед колег, зменшать відчуття самотності чи безпорадності, а також збільшать відчуття власної важливості у колективі та компетентності;
- запровадження обов'язкової супервізії для всіх соціальних працівників, яка допоможе у розгляді складних випадків, удосконалив набути навички та зменшить емоційне перенавантаження.

Відповідно до аналізу в ході статті можна зробити висновок, що професійне вигорання соціальних працівників у державних установах є серйозною проблемою, яка впливає не тільки на фізичне та емоційне здоров'я працівників, але і на ефективність, і якість роботи установи.

За результатами досліджень багато факторів можуть впливати на ризик професійного вигорання, включаючи перевантаження роботою, відсутність підтримки колег і низький рівень заробітної плати. Необхідно зазначити, що професійне вигорання серед соціальних працівників починає розвиватися з напруги та поглиблюється внаслідок ігнорування симптомів.

Однак існує ціла система стратегій, які можуть запобігти виникненню цього синдрому, такі як регулярний відпочинок, баланс роботи та особистого життя, забезпечення належної підтримки та отримання доступної психологічної допомоги. Також важливо на державному рівні забезпечити гідні умови праці в державних установах і можливості для професійного розвитку та матеріального зростання соціальних працівників.

Отже, запровадження заходів щодо попередження та подолання проблеми професійного вигорання є важливим завданням для державних установ, які несуть величезну відповідальність за добробут українців.

У зв'язку з цим подальші напрямки досліджень варто вбачати у вивченні індивідуально-професійних особливостей фахівця соціальної сфери, шляхах подолання негативних тенденцій «професійного вигорання» та методах розробки моделі психологічного консультування керівників державних установ щодо попередження виникнення цього синдрому.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Писаревська Г. І.

Література: 1. Авраменко М. Л. Профілактика професійного вигорання працівників соціальної сфери: методичні рекомендації. Львів : Всеукр. Центр профес. реабілітації інвалідів, 2008. 2. Ільєнко М. М., Пузіков Д. О. Професійне «вигорання» фахівців соціальної роботи: фактори, зміст, шляхи запобігання та подолання. *Актуальні проблеми навчання та виховання людей з особливими потребами: тези доповідей*. Київ : Університет «Україна», 2008. С. 306–309. 3. Лугова В. М. Прокрастинація: основні причини, наслідки та шляхи подолання. URL:



<http://www.repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/18954/1/%d0%9b%d1%83%d0%b3%d0%be%d0%b2%d0%b0%20%d0%92.%d0%9c..pdf>. **4.** Особливості вигорання соціальних працівників. URL: <https://op.ua/pedclass/naukova-stattya/osoblivosti-profesiynogo-vigorannya-socialnih-pracivnikiv>. **5.** Профілактика професійного вигорання соціальних працівників. URL: <http://eprints.cdu.edu.ua/3632/>. **6.** Психологічні особливості професійного вигорання особистості. URL: <https://sj.npu.edu.ua/index.php/pn/article/view/1161/949>. **7.** Романовська О. В., Набільська Є. М. Причини та особливості прояву синдрому «професійного вигорання» в соціальних працівників. *Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право.* 2011. Вип. 3 (11). С. 103–107. **8.** Скорик Т. В. Профілактика синдрому «професійного вигорання» соціальних працівників як необхідна умова професійної готовності. *Наукові записки НДУ ім. М. Гоголя. Психолого-педагогічні науки.* 2011. № 3. С. 98–100. **9.** Хаврова К. С., Когтев Є. О. Оцінка стану емоційного вигорання працівників сфери обслуговування. *The scientific heritage.* 2022. № 83. С. 40–42.

Стаття надійшла до редакції 01.03.2023 р.



ЛОГІСТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ У СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 164.1:658.5

Степуленко П. Д.

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

Анотація. У роботі розглянуто сучасний визначення поняття «логістична діяльність». Узагальнено роль логістичної діяльності в системі менеджменту підприємства.

Ключові слова: логістика, логістична діяльність, менеджмент, підприємство.



Annotation. The work considers the modern definition of the concept of logistics activity. Generalized role of logistics activity in the management system of the enterprise.

Keywords: logistics, logistics activity, management, enterprise.



Постановка проблеми в загальному вигляді. Логістична діяльність посідає особливе місце у ході функціонування підприємства. В умовах конкуренції перед підприємствами стає завдання ефективного управління потоковими процесами, а саме ланцюгами постачань з мінімальними витратами.

Сучасні методи управління ґрунтуються на використанні логістичного підходу. Сферою практичного впровадження логістичного підходу є логістична діяльність, яка інтегрує закупівельну, виробничу та розподільчу функціональні сфери підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема логістичної діяльності та логістичним менеджментом займалось багато закордонних і вітчизняних учених економістів, таких як Крикавський Є. В., Алькема В. Г., Тюріна Н. М., Гой І. В., Бабій І. В., Криворучко О. М., Тридід О. М. [1–8], але багато питань на часі залишаються актуальними.

Метою статті є аналіз поняття логістична діяльність та її роль у системі менеджменту підприємства.



Викладення основного матеріалу дослідження. Логістична діяльність на підприємствах повинна враховувати тенденції розвитку галузі, життєвий цикл підприємства, зовнішні фактори впливу, а також внутрішні проблеми її організації.

Визначимось, що саме розуміють в даний час під терміном «логістична діяльність». Аналіз визначення поняття «логістична діяльність» показав, що не існує чіткого стандартизованого однозначного визначення, основні тлумачення узагальнені автором у табл. 1.

Таблиця 1

Тлумачення поняття «логістична діяльність»

Джерело	Визначення
В. Г. Алькема [1]	Комплекс функціональних, управлінських та забезпечуючих процесів та операцій, які спрямовані на трансформації матеріальних і супутніх логістичних потоків, що є джерелом ресурсів для значного числа суб'єктів у каналах та ланцюгах поставок
Н. Й. Коніщева, Н. В. Трушкіна [2]	Особливий вид господарської діяльності, реалізація якої потребує здійснення послідовних процесів логістичної діяльності підприємства в єдиному комплексі
О. М. Криворучко, А. Г. Овчаренко [3]	Цілеспрямована сукупність послідовних взаємопов'язаних бізнес-процесів, що розглядаються як ланцюжок «постачальник – виробник – споживач», пов'язані із постачанням, виробництвом, транспортуванням та збутом продукції з метою гармонізації інтересів виробників, постачальників і споживачів
Є. В. Крикавський [4]	Спеціально організована інтеграція логістичних елементів (ланок) у межах певної економічної системи для оптимізації процесів трансформації матеріального потоку
Л. Л. Ковальська [5]	Сукупність логістичних рішень і методів їх прийняття
М. А. Окландер [6]	Організаційно-управлінський механізм координації, який дає змогу досягти ефекту завдяки чіткій злагодженості в діях спеціалістів різноманітних служб, які беруть участь в управлінні матеріальним потоком
О. М. Тридід [7]	Єдиний технологічний процес усієї виробничо-транспортної системи на основі інтеграції виробництва, транспортування та споживання
Н. М. Тюріна, І. В. Гой, І. В. Бабій [8]	Практична реалізація логістичних функцій та логістичних операцій

Більшість вчених розглядають логістичну діяльність через виконання та реалізацію логістичних функцій, процесів та операцій.

У системі загального менеджменту логістичному менеджменту віддають головну роль, тому що він об'єднує в собі різні логістичні процеси та різні функціональні сфери діяльності підприємства.

До основних показників ефективності логістичної діяльності підприємства відносять:

- надійність доставки в ланцюгу постачань;
- час виконання замовлення;
- продуктивність логістичної інфраструктури;
- витрати в ланцюзі постачань;
- ефективність управління логістичними активами в ланцюзі постачань.

Серед принципів логістичного управління можна виокремити такі [5]: системність і комплексність, які полягають в управлінні всіма поточковими процесами у взаємодії та узгодженні окремих етапів бізнес-процесів з метою оптимізації всієї логістичної системи; узгодження критеріїв оцінки ефективності функціонування окремих ланок логістичного ланцюга на мікро- і макрологістичному рівнях; організацію обліку витрат на управління матеріальними й пов'язаними з ними інформаційними, фінансовими та сервісними потоками вздовж усього логістичного ланцюга; активніше використання інформаційних технологій та сучасних методів моделювання в управлінні логістичними системами та ін.

Основна відмінна риса логістичного менеджменту на підприємстві – це використання системного підходу, а також принципів інтеграції та єміджентності. Цілісний підхід до управління повинен здійснюватися по всьому логістичному ланцюгу. А саме охоплювати усі фази логістичної діяльності, такі як: переміщення сировини



та матеріалів, складування, транспортування, управління запасами, управління замовленнями, управління виробничими процесами та збутом готової продукції, логістичним обслуговуванням тощо.

Логістичний підхід надає можливість розглядати рух вантажу від постачальника до споживача як систему, що становить поєднання взаємодіючих логістичних ланцюгів [2].

Недосконала система управління логістичною діяльністю може привести до збоїв в роботі усього підприємства в цілому і окремих структурних підрозділів.

Висновки. Для динамічного, прогресивного розвитку підприємств України необхідним є мати вбудовану систему логістичного менеджменту в загальний менеджмент підприємства. Логістична діяльність підприємства охоплює основні сфери діяльності, такі як постачання, виробництво та розподіл, а також допоміжні, такі як транспортування, складування, вантажопереробка тощо.

Від загальної оптимізації системи управління логістичною діяльністю залежить ефективність та результативність роботи всього підприємства.

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

Література: 1. Алькема В. Г. Генезис і розвиток економічної безпеки суб'єктів логістичної діяльності : дис. ... д-ра екон. наук : 21.04.02. Київ, 2011. 501 с. 2. Коніщева Н. Й., Трушкіна Н. В. Управління логістичною діяльністю промислових підприємств. *Економіка промисловості*. 2005. № 1. С. 114–123. 3. Криворучко О. М., Овчаренко А. Г. Сучасне розуміння поняття «якість логістичної діяльності». *Економіка транспортного комплексу*. 2018. Вип. 31. С. 150–161. 4. Крикавський Є. Логістичне управління : підручник. Львів : Вид-во «Львівська політехніка», 2005. 684 с. 5. Логістичний менеджмент: конспект лекцій для студентів спеціальності «Міжнародні економічні відносини» усіх форм навчання / укл. Л. Л. Ковальська. Луцьк : РРВВ Луцького НТУ, 2016. 176 с. 6. Окландер М. А. Логістика : підручник. Київ, 2008. 346 с. 7. Тридід О. М., Таньков К. М., Леонова Ю. О. Логістика : навч. посіб. Київ : Персонал, 2008. 176 с. 8. Тюріна Н. М., Гой І. В., Бабій І. В. Логістика : навч. посіб. Київ, 2015. 392 с.

Стаття надійшла до редакції 14.03.2023 р.



ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ КОМПАНІЇ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ

УДК 005.21:339.5

Федота С. С.

Студент 4 курсу
факультету міжнародних відносин і журналістики ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Проаналізовано теоретичні аспекти формування стратегій щодо виходу підприємств на зовнішні ринки. Розглянуто переваги та недоліки різних стратегій. Наведено приклади вітчизняних підприємств, які скористалися даними стратегіями для виходу на міжнародний ринок.

Ключові слова: стратегія, зовнішні ринки, експорт, спільне підприємство, пряме інвестування.





Annotation. Theoretical aspects of forming strategies for enterprises entering foreign markets are analyzed. The advantages and disadvantages of each strategy are considered. Examples of Ukrainian enterprises that used these strategies to enter the international market are given.

Keywords: Strategy, foreign markets, export, joint venture, direct investment.



Актуальність. Зовнішньоекономічна діяльність є однією з найважливіших складових будь-якої провідної компанії у своїй галузі та для підприємств, які перебувають у періоді активного розвитку.

Міжнародний ринок надає багато перспектив та переваг підприємствам, які збираються «виходити в світ», серед них: залучення іноземних клієнтів, можливість збільшити кількість клієнтів, підвищення конкурентоспроможності та зростання капіталізації.

За даними досліджень, лише тридцять відсотків українських підприємств вже працюють на міжнародних ринках [6]. Одночасно внутрішній ринок є недостатньо великим, щоб поглинути всю різноманітність асортименту, який пропонують вітчизняні виробники. Також на сьогодні держава зіткнулася з великими викликами, як внутрішнього, так і зовнішнього характеру: наслідки фінансово-економічної кризи 2014–2015 років, зниження ВВП, зростання інфляції, безробіття, проблеми платіжного балансу, девальвація національної валюти, політична нестабільність країни, яка пов'язана з тимчасовою втратою контролю над деякими територіями держави з 2014 року, та війна, яка почалася 24 лютого 2022 року.

Усі перераховані вище фактори змушують українські підприємства шукати можливості виходу на міжнародні ринки. Діяльність компанії на зовнішньому ринку пов'язана з необхідністю відповідати більш високим міжнародним стандартам, мати вищий рівень якості продукції та гнучку цінову політику, з іншої сторони зовнішньоекономічна діяльність надає великі перспективи для українських підприємств, дуже необхідні в скрутні часи.

Результати досліджень свідчать, що понад сорок відсотків українських підприємств зацікавлені у виході на міжнародні ринки, але є фактори, які зупиняють цей процес. Однією з найбільш поширених перешкод фахівці називають брак фінансів. Також до основних причин, які зупиняють підприємства від виходу на зовнішні ринки, зазначають бюрократичні бар'єри.

Отримання документів на дозвіл експорту та митні процедури більшість підприємців називають досить складним процесом. Крім того, багато підприємств зазначають, що їм бракує інформації та обізнаності в питаннях планування та організації експортної діяльності, адже в країні існує багато структур, пов'язаних з експортом, і немає єдиного місця, де можна отримати усю необхідну інформацію. Серед інших поширених перешкод є: пошук партнерів, незнання іноземних мов для проведення переговорів, недостатня кваліфікація персоналу та складність дотримання умов необхідних для експорту [6].

Враховуючи все наведене вище, тема формування стратегії виходу підприємства на зовнішні ринки є досить актуальною в сучасних умовах, а, зважаючи на останні події в Україні та несприятливі зміни в зовнішньому середовищі, дуже важливою для вітчизняних підприємств та такою, що потребує подальшого дослідження.

Аналіз попередніх досліджень. Питанню формування стратегій виходу на зовнішній ринок підприємств присвятили увагу багато вчених. У працях М. Портера, П. Друкера, Г. Мінцберга розгадаються проблеми, які виникають під час розробки та вибору стратегій та рекомендації щодо їх вирішення. Серед вітчизняних науковців можна виділити роботи М. О. Карпенко, Л. Л. Антонюк, В. О. Пастухова та О. Бойко.

Метою написання статті є аналіз теоретичних засад щодо формування стратегії виходу підприємства на зовнішні ринки та їх застосування на прикладі вітчизняних підприємств.

Для ефективної праці підприємства на будь-якому ринку, перш за все, необхідно чітко сформулювати стратегію, що потім, своєю чергою, допоможе зайняти одне з провідних місць на зовнішньому чи міжнародному ринках.

Стратегія – це чіткий план функціонування та розвитку підприємства який стосується конкурентних та функціональних дій, які буде впроваджено задля того, щоб компанія досягла своїх цілей [2].

Стратегія виходу на зовнішні ринки, своєю чергою, будується на принципах побудови звичайної стратегії, але має власні інструменти аналізу. До них входять методи експорту продукції і аналіз продукції. Для підприємств, які працюють на вітчизняних ринках і тільки планують вихід на зовнішні ринки, варто проаналізувати



всі відомі стратегії, досвід конкурентів, якщо це можливо, своє фінансове положення та якомога детальніше розпланувати практичні дії.

Для розробки детальної та ефективної стратегії підприємства необхідно провести комплексний аналіз компанії та її зовнішнього середовища, визначити цілі компанії, тільки після цього розробляється список стратегій та альтернатив.

Серед найважливіших цілей підприємств під час виходу на міжнародні ринки фахівці називають [3]:

- приріст прибутку компанії завдяки збільшенню обсягів збуту продукції та послуг;
- підвищення конкурентоспроможності підприємства;
- забезпечення довгострокового збуту товарів.

У процесі формування стратегії виходу на зовнішні ринки компанії слід обов'язково враховувати такі чинники: міжнародні стандарти, закони, смаки, звичаї та традиції країни, на ринок якої планується вихід.

У процесі формування стратегії виходу підприємства на міжнародний ринок важливим кроком є вибір способу виходу на ринок. Основними способами виходу підприємств на зовнішні ринки, які розглядаються в наукових джерелах є: експорт, спільне підприємство та пряме інвестування.

Експорт. На даний момент існують два види експорту – прямий та непрямий [4].

Прямий експорт. Якщо підприємство віддає перевагу прямому експорту, то воно продає свої товари або послуги на міжнародний ринок лише після підписання контрактів з торговими посередниками на зовнішньому ринку. Під час прямого експорту підприємство самостійно займається пошуком дилерів, виконує всю операційну діяльність, оформлює документацію, сертифікацію товарів тощо.

Непрямий експорт. Якщо ж все таки підприємство вирішило відати перевагу непрямому експорту, то в цьому випадку компанії потрібно знайти на внутрішньому ринку торгового посередника, який займається продажем продукції на міжнародні ринки. Найчастіше посередники знають усі підводні камені на певному ринку та мають часом перевірену базу дилерів задля продажу продукції.

На рис. 1 наведено схематичне зображення стратегій «експорт» і «непрямий експорт» та продемонстровано, як відбувається реалізація стратегії.

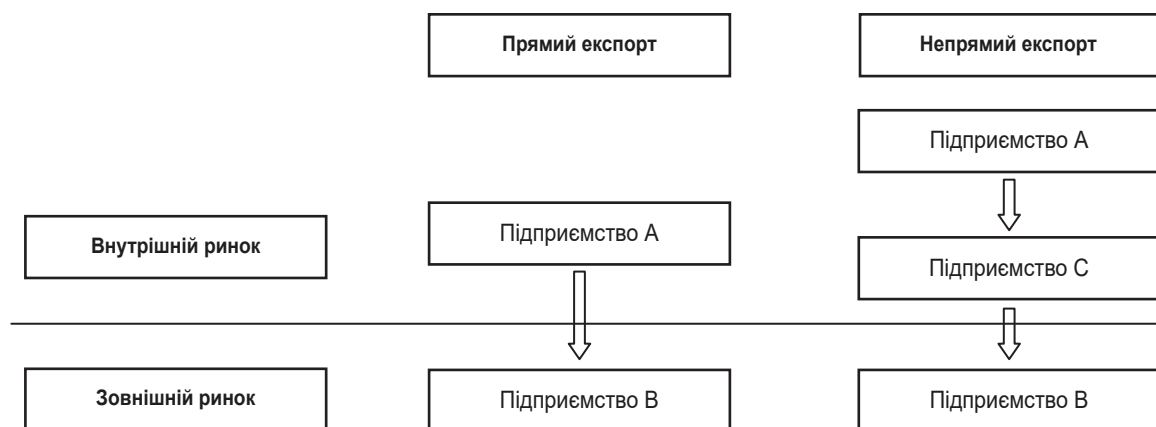


Рис. 1. Схематичне зображення стратегій прямого та непрямиго експорту

Одним із прикладів застосування непрямиго експорту українськими виробниками є кондитерська компанія «Ярич», [8] що виробляє продукцію для міжнародної роздрібної торговельної мережі Carrefour. В Польщі львівське печиво продається як під власною торговельною маркою виробника, так і під іменем Carrefour, що дозволяє економити на рекламі. Завдяки співпраці з відомою європейською мережею Carrefour фабрикою зацікавилась також і торговельна мережа Auchan.

Отже, стратегія непрямиго експорту не вимагає значних зусиль. Найбільшою перевагою непрямиго експорту є відсутність необхідності створення експортного відділу на підприємстві, який повинен укладати контракти з міжнародними партнерами та займатися продажем продуктів за кордоном.

Спільне підприємство [5]. Стратегія спільного підприємства включає в себе об'єднання компанії різних країн з метою створення єдиного місцевого підприємства, де кожна з них бере участь в управлінні. У цій си-



туації спільне підприємство означає спільне володіння активами, розпорядження прибутком та виниклими ризиками. Спільне підприємство створює двосторонній розвиток відносин учасників.

Переваги спільного підприємства: розподіл ймовірних ризиків між двома або більшою кількістю сторін, швидкий розвиток, допомога у вивченні ринку та адаптації, обмін технологіями та навичками та отримання різноманітних пілг в країні партнера.

Недоліки спільного підприємства: можливе виникнення конфліктів під час ведення спільної справи через існування багатой кількості думок та складність досягти компромісу.

Одним з найуспішніших прикладів цієї стратегії є підприємство в аграрній сфері – спільне українсько-німецько-угорсько-англійське сільськогосподарське підприємство, назва якого утворилася з перших двох літер міст (Ніколаєв, Будапешт, Лондон) – ТОВ СП «НІБУЛОН» [9].

Пряме інвестування [7]. Ця стратегія передбачає наявність виробничих підприємств або складальних приміщень на території іншої держави.

Використовуючи цю стратегію, підприємство створює більш міцніший контакт з державними органами, постачальниками та клієнтами на ринку тієї держави, на яку збирається виходити компанія. Найбільша перевага цієї стратегії – це збереження повного контролю над своїми фінансами.

З іншої сторони, ця модель належить до найбільш витратних. В Україні таким методом налагодження експорту успішно скористалася група компаній «Elfa», [10] яка купила виробничі потужності в Польщі та Словаччині. На сьогодні це один з найбільших виробників косметичних засобів та побутової хімії на ринку України.

Існують декілька видів іноземних прямих інвестиції, які приводять до формування свого підрозділу чи спільної компанії [7].

- інвестиції, що призначені для зменшення витрат. Наприклад, компанія хоче використовувати більш дешеві ресурси або робочу силу у іншій країні;
- інвестиції, що пов'язані з отриманням доступу до корисних копалин іншої країни. Наприклад, деякі іноземні видобувні підприємства які входять на ринок іншої держави, отримують доступ до корисних копалин країни;
- інвестиції, що пов'язанні з маркетингом. При використанні цього інвестування підприємство замінює вивезення продукції за кордон або його частину виробництвом товару всередині цієї держави.

Також створення власних підрозділів можливе шляхом інвестування у створення нової фабрики за допомогою злиття або купівлі. Щодо цього існують спеціальні стратегічні альянси. Вступ до яких відкритий як глобальним, так і меншим компаніям, які прагнуть покращити рівень своєї конкурентоспроможності.

Переваги стратегічного альянсу: створення продукції у місцях, які розташовані найбільш географічно вигідно до місць збуту, відсутність грошових ризиків, відсутність мит і транспортних витрат, компанія має нижчі витрати через використання більш дешевої сировини та праці.

Недоліки стратегічного альянсу: великі вкладення, іноді складно зайняти більш менш стабільне положення та багато залежить від діяльності підприємства.

Висновок. Вихід на міжнародний ринок – це нелегкий та важливий крок для кожного підприємства. Чітке планування та розробка стратегії допомагає більш ефективніше визначити цілі, завдання, напрямки та дії щодо визначення найбільш перспективного ринку та також допомагає прорахувати можливості і ресурси, щодо успішного розвитку на новому ринку. Не менш важливим є створення необхідних умов на період адаптації компанії до міжнародних стандартів.

Отже, підприємства які збираються розвивати зовнішньоекономічну діяльність, повинні: обрати ринок, стратегію та відповідні методи щодо виходу на цей ринок, а також не забувати про певні потреби місцевого населення, їх традиції і звички та намагатися адаптувати свою продукцію під них.

До основних стратегій виходу компаній на зовнішні ринки належать: прямий та непрямий експорт, спільне підприємство та пряме інвестування. Кожна із стратегій має свої переваги та недоліки, вибір щодо застосування конкретної стратегії залежить від особливостей галузі, можливостей та специфіки підприємства.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Гронь О. В.



Література: 1. Бойко О. О. Розробка вітчизняними підприємствами стратегії виходу на нові зарубіжні ринки. *Актуальні проблеми економіки*. 2016. № 7. С. 31–40. 2. Василенко А. В. Менеджмент стійкого розвитку підприємства : монографія. Київ : Центр учб. літ., 2018. 648 с. 3. Дідківський М. У. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навч. посіб. Київ : Знання, 2016. 463 с. 4. Харчук Т. В. Шляхи виходу підприємств на зовнішній ринок. *Актуальні проблеми економіки*. 2019. № 8 (98). С. 12–16. 5. Чередниченко М. Спільні підприємства – одна з форм міжнародного співробітництва. *Вісник*. 2004. Вип. 1. С. 76–80. 6. Перешкоди для виходу компаній на міжнародний ринок. URL: https://biz.ligazakon.net/news/215070_ukransk-kompan-planuyut-vikhd-na-mzhnarodniy-rinok. 7. Хринюк О. С., Ганіч С. С. Торговельна політика підприємств: стратегії виходу на зовнішній ринок. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1447>. 8. Стратегія непрямого експорту на прикладі кондитерської компанії «Ярич». URL: <https://euukrainescoop.medium.com/український-бізнес-в-європі-15-історій-успіху-a1f0a68975fe>. 9. Історія створення спільного українсько-німецько-угорсько-англійського підприємства ТОВ СП «НІБУЛОН». URL: <https://www.nibulon.com/data/pro-kompaniyu/istoriya-stvorenniya-pidpriemstva.html>. 10. Стратегія прямого інвестування на прикладі «Ельфа». URL: <https://www.eurointegration.com.ua/experts/2015/09/3/7037773/>.

Стаття надійшла до редакції 19.02.2023 р.



ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 331.101.68

Цюцюпа В. В.

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. У статті визначено сутність теоретичних аспектів стратегічного управління персоналом, визначено цілі та завдання кадрової стратегії, основні види стратегій управління персоналом, а також обґрунтовано алгоритм розробки стратегії управління персоналом.

Ключові слова: стратегія управління персоналом, кадровий менеджмент, персонал, стратегічне планування, система управління персоналом.



Annotation. The article defines the theoretical aspects of strategic personnel management, defines the goals and objectives of the personnel strategy, the main types of personnel management strategies, and also substantiates the algorithm for developing a personnel management strategy.

Keywords: personnel management strategy, personnel management, personnel, strategic planning, personnel management system.



У сучасних умовах стратегічне управління є важливим фактором успішного функціонування підприємства в складних ринкових умовах, але на практиці у діяльності багатьох вітчизняних підприємств спостерігається відсутність стратегічності, що призводить їх до поразок у конкурентній боротьбі. Стратегія управління персоналом дозволяє залучати молодих спеціалістів і використовувати їх максимально продуктивно. Це сприятиме



підвищенню ефективності управління персоналом, зростанню прибутку і успіху у конкурентній боротьбі. Визначення теоретичних аспектів стратегічного управління персоналом зумовили актуальність дослідження.

Найбільший внесок у розробку теорії стратегічного управління зробили такі відомі західні та вітчизняні фахівці у сфері менеджменту, як Бірдус Л. В, Виноградський, Гуткевич С. О., Кірдіна О. Г., Петрова І. Л., Писаревська Г. І., Рудьєв В. А. та ін. [1–6]. Однак теоретичні аспекти потребують подальших досліджень через появу нових тенденцій щодо управління персоналом.

Мета статті полягає у визначенні сутності теоретичних аспектів стратегічного управління персоналом, а також формуванні ефективної стратегії управління персоналом.

Управління персоналом є одним із головних напрямів діяльності будь-якої організації, що впливає на її ефективність та конкурентоспроможність. Кадрова стратегія – це система заходів та засобів, які дозволяють аналізувати поточне становище організації, визначити пріоритетні напрями розвитку, планувати дії, що необхідні для виконання нових завдань, розроблювати системи впливу на працівників, створювати умови для прийняття своєчасних і доцільних кадрових рішень, реалізовувати потенціал співробітників для виконання довгострокових цілей [4].

Багато керівників вважають стратегічне управління персоналом загальною стратегією підприємства. Але практика показує, що вони можуть взаємодіяти різними засобами. В деяких випадках менеджмент залежить від цілей та завдань бізнесу, інтереси якого впливають на весь персонал організації. Інший шлях – розробка кадрової стратегії як одного цілого. При цьому представники HR-служби вирішують пріоритетні корпоративні завдання і приймають самостійні рішення з точки зору перспективи розвитку компанії в цілому.

Стратегія управління персоналом носить довгостроковий характер, що дозволяє поступово змінювати мотиваційні установки в колективі та приділяти увагу зростанню кожного працівника. Вона формується під впливом зовнішніх і внутрішніх факторів та розвивається відповідно до загальної стратегії бізнесу. Кадрова стратегія спрямована на досягнення конкретних цілей та включає строки їх досягнення та показники ефективності. Крім цього, вона є базою для створення систему впливу на людський ресурс. В якості об'єктів стратегічного управління виступають співробітники, структура персоналу компанії, а також створені в ній умови праці [5].

Кадровий менеджмент має свої особливості та залежить від специфіки організації.

На основі систематизації наукових джерел можна виділити п'ять основних видів стратегій управління персоналом [1].

1. Підприємницька, відповідно до якої головне завдання компанії – реалізувати плани з високим ступенем підприємницького ризику. Керівництво зацікавлено в ініціативних співробітниках, які легко йдуть на контакт та не бояться відповідальності, легко пристосовуються до нових умов та мають довгострокову орієнтацію. Роботодавець використовує матеріальні стимули, орієнтуючись на підлеглих. Жорсткі міри у такому колективі майже не застосовуються, а робота кожного оцінюється з позиції його індивідуального внеску. Розвиток особистісних якостей частіше проводиться шляхом наставництва та носить неформальний характер.

2. Динамічного зростання, для якої характерний менший ступінь ризику. Поточні цілі та можливі перспективи постійно узгоджуються, що дозволяє сформуванню фундаменту для майбутньої діяльності. Контроль та комплексний аналіз дозволяють своєчасно коректувати плани. Такий бізнес зацікавлений у відборі гнучких працівників та тих, що легко адаптуються до змін. Цінуються спеціалісти, що вміють взаємодіяти, виявляти проблеми та обґрунтовано ризикувати. Критерії оцінки роботи обговорюються заздалегідь. У розвитку особистісних якостей пріоритетним є якісне зростання компетенцій.

3. Прибутковості, що передбачає спрямованість управлінських процесів на збереження та підтримку досягнутого рівня прибутку. Цю стратегію використовують компанії з розвиненою адміністративною структурою, системою процедурних правил, власною базою нормативної документації. Кадровий менеджмент спрямовано на підвищення ефективності при мінімальному рівні ризику та фінансових витрат. Відбір спеціалістів відбувається на основі жорстких критеріїв. Розмір винагороди залежить від особистих заслуг і внутрішньоорганізаційних критеріїв. Оцінка ефективності орієнтована на результат. У розвитку особистості увага приділяється компетенціям щодо поставлених завдань.

4. Ліквідаційна використовується в умовах падіння показників ефективності, орієнтована на усунення збитків та ймовірне скорочення штату, та характерна для компаній, що планують продаж активів. Діяльності співробітників не приділяється належної уваги. Менеджмент будується на задоволенні поточних потреб та виробничій необхідності. Спеціалістів наймають на нетривалий час. Стимулювання в такій ситуації майже не пе-



редбачено. Розмір оплати праці зростає повільно, хоча і залежить від особистих заслуг. Оцінку діяльності проводять виходячи з управлінських критеріїв, вона має виключно формальний характер. Можливість просування отримують співробітники з необхідними на даний момент компетенціями. Розвиток особистості обмежено та підпорядковано службовою необхідністю.

5. Циклічна спрямована на врятування компанії та підготовку фундаменту майбутньої діяльності. Витрати максимально скорочуються, у штаті залишаються лише ті працівники, що готові до змін та зорієнтовані на глобальні цілі. Фінансування роботи с персоналом майже відсутнє. Компанія зацікавлена у різнобічних співробітниках, здатних орієнтуватися на довгострокові перспективи. Оплата праці залежить від особистих заслуг і являє собою систему стимулів.

До завдань кадрової стратегії відносяться [6]:

- аналіз, прогнозування, планування та маркетинг;
- професійне та особистісне зростання працівників;
- розробка засобів і методів стимулювання праці.

Стратегія управління персоналом спрямована на досягнення таких цілей:

- забезпечення потреби в персоналі;
- прогнозування змін зовнішнього і внутрішнього середовища, що впливає на колектив;
- визначення рівня оплати праці, необхідний для підбору, утримання та мотивації працівників;
- розвиток лідерство на ключових посадах;
- створення програм розвитку персоналу;
- удосконалення системи комунікацій між керівниками та підлеглими, між різними структурними підрозділами;
- визначення найбільш ефективних засобів боротьби з негативним сприйняттям змін.

Процес формування ефективної стратегії управління персоналом може відбуватися як знизу-вверх, що передбачає розроблення власної стратегії у структурному підрозділі та її інтегрування у єдиний план розвитку компанії, так і зверху-вниз, коли керівництво розробляє план для кожного підрозділу.

Теоретичний процес формування стратегії складається з таких етапів: визначення місії; визначення цілей; проведення аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища для виявлення внутрішніх сильних і слабких сторін та 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 [2].

Розробка стратегії відбувається за таким алгоритмом:

Крок 1. Стратегічний аналіз. На цьому етапі відбувається визначення та оцінка стратегічних факторів розвитку підприємства, аналіз факторів внутрішнього та зовнішнього середовища для виявлення сильних та слабких сторін кадрового менеджменту, потенційних загроз зовнішнього середовища. Для цього доцільно застосувати SWOT-аналіз як метод стратегічного планування.

Крок 2. Вибір напрямку та розробка стратегії. По результатам аналізу та на основі цілей бізнесу необхідно обрати, як тип стратегії підходить даному підприємству, за необхідністю робляться коригування.

Крок 3. Реалізація стратегії. На цьому етапі розробляються конкретні програми кадрового управління, визначається їх бюджет, прописуються необхідні процедури.

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.

Таким чином, обґрунтовано необхідність переходу від поточного управління персоналом до стратегічного управління, яке дасть змогу забезпечити процес нагромадження людського капіталу, покращення його кількісних і якісних характеристик та об'єднання всієї кадрової роботи для реалізації конкурентної стратегії підприємства, досягнення конкурентних переваг.

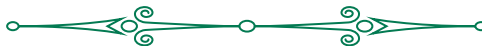


Виходячи з вищевказаного стратегічне управління персоналом – це сукупність цілеспрямованих дій довгострокового характеру, які направлені на формування та розвиток продуктивних здібностей персоналу, їх ефективне використання, що забезпечує підприємству досягнення переваг у конкурентній боротьбі. Визначено цілі та завдання кадрової стратегії, основні види стратегій управління персоналом, а також обґрунтовано алгоритм розробки стратегії управління персоналом. Напрямами подальших досліджень є практичне впровадження запропонованого алгоритму у діяльність вітчизняних підприємств відповідно до їх специфи.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Писаревська Г. І.

Література: 1. Бірдус Л. В. Управління персоналом вищого рівня: стратегія та прогнозування. *АгроСвіт*. 2015. № 21. С. 12–14. 2. Виноградський М. Д., Виноградська А. М., Шканова О. М. Управління персоналом. Київ : ЦУЛ, 2009. 500 с. 3. Кірдіна О. Г. Процесний підхід до управління персоналом. *Вісник економіки транспорту та промисловості*. 2014. № 46. С. 278–281. 4. Петрова І. Л. Стратегічне управління людськими ресурсами. Київ : КНЕУ, 2013. 466 с. 5. Писаревська Г. І., Аграмакова Н. В., Семенченко А. В. HR-брендинг як складова бізнес-стратегії підприємства. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2019. Вип. 33. С. 176–180. 6. Рудьков В. А., Гуткевич С. О., Мостенська Т. Л. Управління персоналом. Київ : Кондор, 2013. 309 с.

Стаття надійшла до редакції 01.03.2023 р.



ДОСЛІДЖЕННЯ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 339.138:005.21

Чернишова А. А.

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

Анотація. У статті розглянуто класифікацію основних факторів впливу на процес розробки маркетингової стратегії та сформовано загальне уявлення про середовище впливу на маркетингову стратегію.

Ключові слова: маркетингова стратегія, зовнішні та внутрішні фактори, розробка маркетингової стратегії.



Annotation. The article examines the essence of the main factors influencing the process of developing a marketing strategy and provides a general idea of the environment influencing the marketing strategy.

Keywords: marketing strategy, influencing factors, marketing strategy development.



Постановка проблеми в загальному вигляді. Економіка та всі суб'єкти господарювання знаходяться зараз під впливом війни в країні, кризи та непередбачуваності ситуації, тому кожне підприємство намагається стабілізувати свій стан, адаптуватися до складних реалій та забезпечити життєдіяльність. У сучасних ринкових умовах важливим є розробка маркетингової стратегії, яка б відповідала б одночасно запитам ринку і врахову-



вала можливості підприємства, забезпечувала його ефективну роботу, надавала можливості отримувати прибуток, здійснювати соціально-відповідальне підприємництво та сприяла подальшому розвитку бізнесу. Розроблення маркетингової стратегії здійснюється в умовах невизначеності, зовнішнє середовище характеризується мінливістю, а внутрішнє – обмеженістю можливостей підлаштовуватися під вплив чинників, що змушують організацію змінюватися.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженнями питань формування маркетингових стратегій на підприємствах у сучасних умовах та факторів впливу на формування стратегії займається велика кількість авторів, серед яких зробили значний внесок: Анн Х., Акуліч І. А., Ансофф І., Армстронг Г., Ассель Г., Бойчук І. В., Мак-Дональд М., Мескон М. Х., Мурашкін Н. В., Окландер Т. О., Павленко А., Полонець С., Прокопенко І. Ф., Сондерс Дж., Хасі Д., Чухрай Н., Шевченко Т. М., Шорін В. та інші.

Постановка завдання. Аналіз робіт науковців показує, що їх увага здебільшого зосереджена на аналітиці та класифікації факторів зовнішнього і внутрішнього середовища, які впливають на формування маркетингової стратегії. Але з урахуванням сучасних умов та трендів на ринку доцільно визначити не тільки класифікацію факторів впливу, а визначити домінуючі фактори та ті, які чинять значний вплив.

Виклад основного матеріалу дослідження. Під маркетинговою стратегією розуміємо комплексний план дій, спрямований на адаптацію всіх сфер діяльності компанії до непередбачуваного мінливого зовнішнього середовища та досягнення загальної ринкової орієнтації менеджменту, з використанням наявних можливостей компанії для задоволення потреб, створення споживчої цінності, різноманітних сучасних комунікацій, встановлення тісних відносин зі споживачами для збереження або підвищення конкурентоспроможності. Маркетингова стратегія за своєю суттю складається з підстратегій для цільових ринків, позиціонування, комплексу маркетингу та включає організацію маркетингових заходів. Основне її призначення – взаємоузгодження маркетингових цілей фірми з її можливостями та вимогами споживачів, використання слабких позицій конкурентів та своїх конкурентних переваг [1, с. 32].

В умовах, коли політичні, економічні та соціальні кризи стають дедалі гострішими, а суспільні відносини політизуються, неможливо захистити бізнес від потрясінь, спричинених швидкими змінами. Для подолання кризи необхідно створити правильне бізнес-середовище [2, с. 6–8].

У процесі розробки маркетингової стратегії належить фокусуватись на підсистемі аналізу зовнішнього середовища, фактори якого в науковій літературі поділяють на дві групи: макро- та мікросередовище. Чинники зовнішнього (мікро- і макро-) середовища мають сприйматися, враховуватися і використовуватися задля можливості визначення сприятливості чи несприятливості умов, які можна використати підприємством. Узагальнення зовнішніх факторів наведено на рис. 1 [3, с. 12].

Макросередовище – це фактори впливу, які фірма не може контролювати. Політичні фактори – політична система, правове регулювання, які систематизують роботу з точки зору законодавства. Міжнародні фактори – валютні курси та політичні рішення у світі, які можуть вплинути на діяльність фірми. Соціально-культурне середовище є впливом соціальних поглядів та культурних особливостей. Економічні фактори – вивчення економічного середовища дає змогу зрозуміти, яким чином формуються і розподіляються ресурси суспільства. Географічні фактори необхідні для визначення потенційних ринків збуту і близькість їх розташування до власного географічного положення.

Сьогодні цей фактор здебільшого трансформується, тому в онлайн-середовищі його вплив значно менший. Ринкові фактори зовнішнього середовища допомагають у вивченні ринкової ситуації середовища функціонування бізнесу. Технологічні фактори, які створюють можливості проривних інновацій, виробництва нової продукції і здійснення ефективної маркетингової діяльності.

Ще одним фактором у виборі ефективних маркетингових стратегій є внутрішні фактори компанії, які у підприємства є можливість контролювати і запобігати негативним проявам, прогнозувати їх виникнення для послаблення впливу негативних факторів та підтримки ефективності позитивних факторів. Фактори впливу внутрішнього середовища узагальнюємо на основі думки Богуславської С. І., оскільки автором передано найбільш доцільну характеристику факторів. Вони наведені на рис. 2 [4, с. 10–12].

Місія та цілі підприємства прямо визначають напрямок та цілі маркетингової стратегії. Цінова політика має вплив на формування ринкових пропозицій та впливає на споживчі вподобання. Організаційна структура підприємства визначає рівень забезпеченості керуваності та управління процесами створення та реалізації маркетингових заходів.

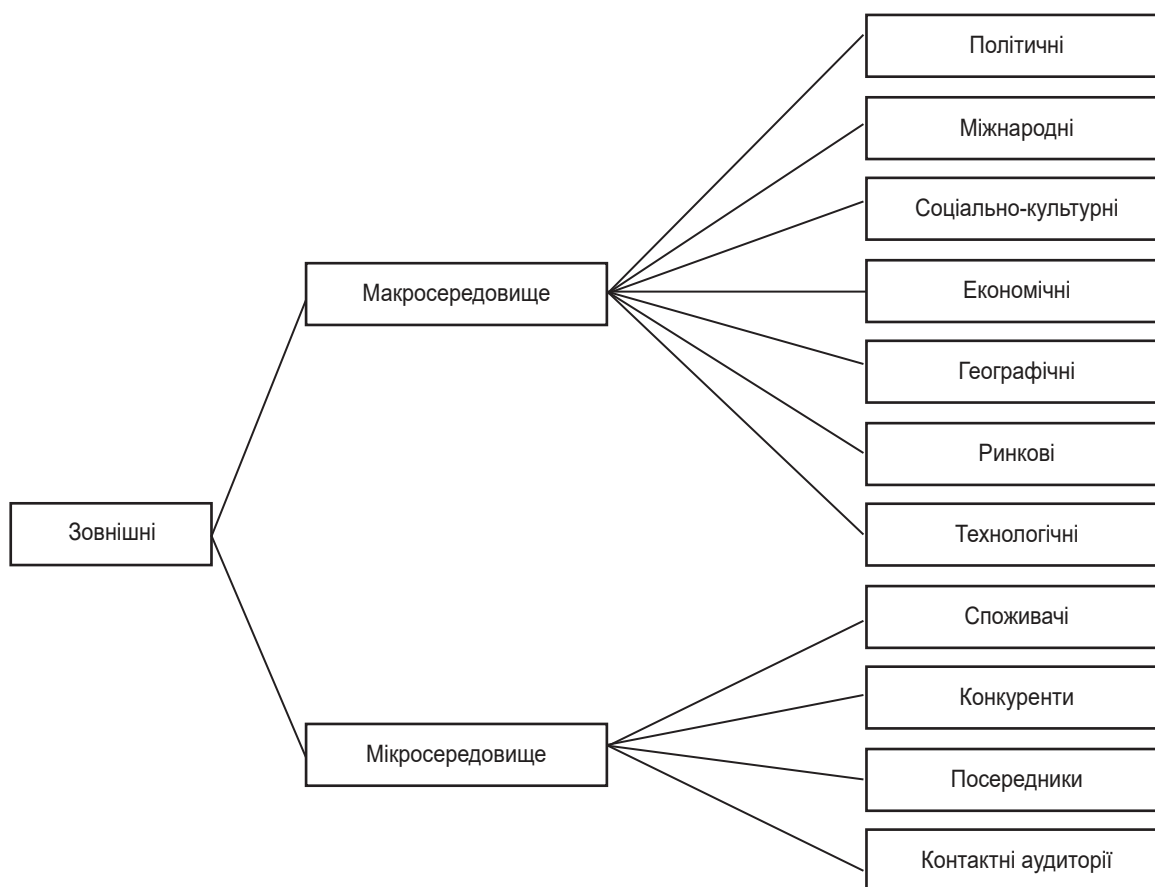


Рис. 1. Зовнішні фактори впливу на формування маркетингової стратегії

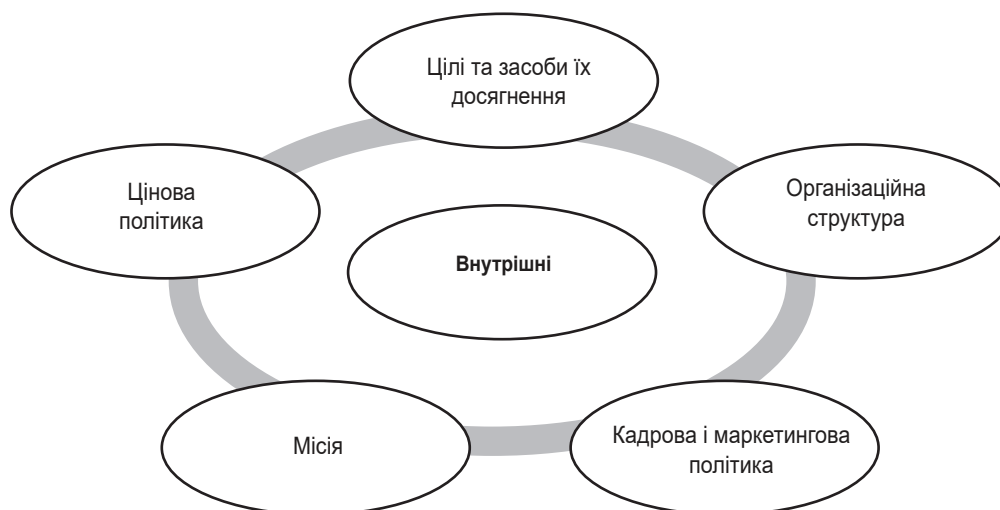


Рис. 2. Внутрішні фактори впливу на формування маркетингової стратегії

Кадрова і маркетингова політика визначає безпосередні можливості для здійснення необхідних заходів з формування та реалізації стратегії [5, с. 156–158].

Висновки. Отже, кінцевою метою маркетингової стратегії є забезпечення стійкої конкурентної переваги над компаніями-конкурентами, яка має цінність у споживачів. У процесі формування маркетингових стратегій треба аналізувати вхідні елементи, які включають у себе маркетингову ціль, зовнішні чинники та внутрішні можливості.



Однак сьогодні деякі фактори зазнали трансформації, що змушує бізнес адаптувати стратегію до мінливого середовища.

Важкі економічні і політичні умови сьогодення, непередбачуваність та невизначеність зовнішніх факторів змушує бізнес підлаштовувати маркетингову стратегію до різких змін та адаптувати її виходячи з можливостей внутрішнього середовища. Вживання та розвиток бізнесу знаходиться під впливом домінуючих факторів обох середовищ.

Міжнародні, економічні, політичні фактори зовнішнього середовища, включаючи фактор війни, суттєво впливають на стратегічні пріоритети суб'єктів господарювання. Воєнний стан в країні, міграція населення України, вимушене його переміщення під час війни, руйнація та зупинка діяльності багатьох підприємств, релокація бізнесу в інші регіони і країни, зниження рівня доходів і попиту в Україні, розрив багатьох економічних зв'язків, зруйнована інфраструктура та інші фактори суттєво обмежують стратегічні можливості як підприємств, так і споживачів.

Тому головний пріоритет маркетингової стратегії – шукати шляхи виживання та утримання на плаву, здійснювати диверсифікацію виробництва, засвоювати виробництва товарів на надання послуг, які мають попит зараз, в умовах військового стану. Наявні інновації та пошук нових креативних ідей у бізнесі впливають на поведінку і психологію вибору. Головною метою та місією стає соціально відповідальне підприємництво, підтримка і допомога країні, економіці. А засобами досягнення цілей виступають вихід на нові географічні ринки збуту, засвоєння нових видів продукції, які потребує ЗСУ та військово-промисловий комплекс країни, задоволення нових потреб споживачів на локальних, національних та глобальних ринках.

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

Література: 1. Шевченко Т. М., Шевченко О. А. Маркетингова стратегія підприємства: формування та розвиток в умовах ринкових відносин національної економіки. *Ефективна економіка*. 2020. Вип. 12. С. 32–39. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/12_2020/6.pdf. 2. Прокопенко І. Ф., Радченко Л. П., Соляр В. В., Цянь Чжу. Маркетингова стратегія як засіб розширення горизонтів діяльності підприємства в контексті сучасних ринкових тенденцій. *Економіка*. 2021. Вип. 19. С. 4–27. URL: <http://journals.hnpu.edu.ua/index.php/economics/article/view/3671>. 3. Бабаченко Л. В. Стратегічний маркетинг у системі управління промисловим підприємством. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2017. Вип. 15 (1). С. 11–14. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/15_1_2017ua/4.pdf. 4. Богуславська С. І. Принципи формування маркетингових стратегій регіонального розвитку. *Фінансовий простір*. 2018. Вип. 1 (29). С. 8–15. URL: http://www.irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbu/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Fin_pr_2018_1_3.pdf. 5. Ковальчук В. В. Маркетингова стратегія підприємства: суть поняття, особливості формування в сучасних умовах господарювання. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2018. Вип. 9. С. 156–164. URL: <http://efm.vsau.org/storage/articles/February2020/i54Dl1knlfgQu5BCrEue.pdf>.

Стаття надійшла до редакції 14.03.2023 р.





ОСОБЛИВОСТІ ФРАНЧАЙЗИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ НА ПРИКЛАДІ УСПІШНИХ КОМПАНІЙ

УДК 334.752:339

Чибіряк А. Я.

Студент 4 курсу
факультету міжнародних відносин і журналістики ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Анотація. Франчайзинг – це перевірений шлях до успішного міжнародного розширення бізнесу в різних секторах, від фітнес-студій та ресторанів до елітної моди та краси. Завдяки впізнаваності торгової марки, широким знанням місцевого ринку та здатності перевіряти ефективність оператори добре знають свій бізнес. Коли франшиза запускається, франчайзер зазвичай прагне зростати разом із людьми, які знають місцеву спільноту та мають рівень місцевої гордості. Але, як і у випадку з усіма франчайзерами, керівники мають на меті розширення міжнародної присутності.

Ключові слова: франчайзинг, переваги, оцінка, аналіз, франшиза, бізнес.



Annotation. Franchising is a proven path to successful international business expansion in a variety of sectors, from fitness studios and restaurants to high-end fashion and beauty. With brand recognition, extensive knowledge of the local market and the ability to test performance, operators know their business well. When a franchise is launched, the franchisor usually looks to grow with people who know the local community and have a level of local pride. But, as with all franchisors, executives aim to expand their international presence.

Keywords: franchising, advantages, assessment, analysis, franchise, business.



Постановка проблеми. Кожен підприємець, який відкриває свій бізнес, має на меті розвиток і процвітання своєї компанії, а також збільшення прибутку. Проблема вибору стратегії виходу організації на зовнішній ринок стоїть практично перед усіма підприємцями, які прагнуть збільшити прибуток за рахунок міжнародної торгівлі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні питання щодо дослідження позиціонування франчайзингових компаній на міжнародному ринку, розглядалися в працях таких учених: Бондаренко Н. М. [2], Безрукова Н. В. [1], Зайцев О. В. [3], Акименко О. [4] та ін.

Метою статті є дослідження позиціонування франчайзингових компаній на міжнародному ринку.

Основні результати дослідження. Ринок товарів і послуг в даний час дуже величезний, і кожне підприємство прагне бути монополістом у своїй сфері, намагаючись охопити нові території для поширення своєї діяльності шляхом виходу на міжнародний ринок.

Однак вийти на нього можна декількома способами: збільшити своє виробництво, розповсюджувати товар на територіях країн через дистриб'юторів чи офіційних дилерів. Це ефективно, але стає не вигідно за рахунок збільшення транспортних витрат та трансфертів, що тягне за собою підвищення вартості на товар. Інший спосіб виходу на зовнішній ринок – франчайзинг.

Франчайзинг є угодою, згідно з якою одна із сторін, звана франчайзером, передає іншій стороні, званій франчайзі, право практикувати певний бізнес відповідно до формату франчайзера та за встановлену плату [2]. Франчайзинг надає можливість «копіювання» успішного бізнесу фірми, що має багатий досвід і гарну репутацію.

У міжнародному маркетингу існує кілька видів франчайзингу: виробничий, товарний та сервісний франчайзинг.

Виробничий франчайзинг [3].

У цьому випадку йдеться про виробництво товарів, і, відповідно, в основі відносин лежатимуть патенти, технічні ноу-хау та торгові марки. Виробничий франчайзинг дозволяє найбільше ефективно організувати



виробництво певного виду продукту, а також розміщувати виробництво на економічно вигідних територіях [4].

Франчайзер може виступати як виробник сировини, так і виробник готової продукції, а також володар прав на патент і ноу-хау, що не займається безпосередньо виробництвом.

Товарний франчайзинг [4].

Цей вид франчайзингу стосується безпосередньо продажу товарів. Можна розглядати два варіанти товарного франчайзингу.

Перший являє собою продаж товарів виробника та маркованих його товарним знаком. Як правило, франчайзі спеціалізуються на роздрібних продажах. Для франчайзингу характерний масовий ринок, важливе значення має контакти безпосередньо зі споживачем. Франчайзер може постачати франчайзі товар через третю особу, функціями якої є розподіл товару (агент, дистриб'ютор, комерційний представник тощо).

Сервісний франчайзинг [1].

Сервісний франчайзинг стосується безпосередньо послуг. Основним є надання франчайзі права займатися певним видом діяльності з використанням торгової марки франчайзера та відповідно до його технології. Залежно від напрямку діяльності кількість прав, що передаються, стандарти діяльності та вимоги до франчайзі серйозно відрізняються.

І франчайзі, і франчайзер отримують один від одного те, що у них окремо відсутнє, швидше, ніж це можна досягти у звичайній практиці підприємництва.

Переваги франчайзера [3].

Розширення бізнесу із мінімальними інвестиціями. Організація виробництва та реалізація продукції в умовах франчайзингу здійснюється набагато швидше, оскільки використовуються підприємницькі зусилля та капітал франчайзі. Іноді франчайзинг дає єдину можливість проникнення на зарубіжні ринки.

Отримання додаткових прибутків. Платежі, що здійснюються франчайзі (початковий внесок, роялті та рекламна плата), є серйозним джерелом доходів для франчайзера.

Переваги франчайзі [4].

Приєднання до бізнесу, що успішно розвивається. Оскільки ім'я франчайзера та його товар / марка широко відомі, успіх супроводжує франчайзі від початку його діяльності. Отже, ризик банкрутства набагато нижчий порівняно із звичайним індивідуальним бізнесом.

Недоліки франчайзера [2].

Невдачі одного франчайзі поширюються на всю мережу. Франчайзер майже безсилий у разі щось зробити. Страхування від невдач може ґрунтуватися на передбаченні можливих ризиків до підписання договору (для того, щоб їх було включено до нього). У разі ж серйозних порушень він буде змушений розірвати договір або не продовжувати його на новий рядок.

Недоліки франчайзі [2].

Вартість франшизи. Початковий внесок, роялті та рекламні платежі є іноді досить обтяжливими, особливо коли справи йдуть не так добре.

Суворе дотримання стандартизованих процедур. Хоча франчайзі – власник бізнесу, він не є повністю незалежним: дотримання розпоряджень навчального посібника для нього є обов'язковим. Франчайзер суворо слідкує за цим, здійснюючи регулярні перевірки та вимагаючи письмових звітів.

Обмеження щодо закупівель. Франчайзер часто зобов'язує франчайзі купувати обладнання, товари та матеріали у себе або в постачальників, які йому до вподоби.

Обмежений асортимент товарів. Згідно з договором франчайзі може продавати тільки ті товари та надавати тільки ті послуги, які передбачені франшизою, що надається, і не більше того.

Франчайзі має набагато меншу кількість важелів впливу на франчайзера. А якщо товар / послуга або вся система отримує негативну репутацію на ринку, це позначиться навіть на тих франчайзі, які суворо дотримувалися приписів навчального посібника та договору.

На прикладі двох успішних франчайзингових компаній ми можемо розглянути переваги та недоліку такої форми бізнесу.



Коли два бренди випускають таку продукцію, конкуренція неминуча. Але конфлікт між Соса-Кола та Пепсі – унікальна столітня боротьба, яка продовжується досі.

Найцікавіше в цій історії суперництва двох напоїв полягає в тому, що різниці в якості і смаку напоїв між Соса-Кола і Пепсі практично немає, як стверджують дослідники, тобто із закритими очима вам ні за що і ніколи не відрізнити один від одного. Звичайно, в цій боротьбі переважає Соса-Кола. Проте основний фронт війни між вічними спаринг-партнерами йде не через «смакові якості продукту», а через рекламні та маркетингові ходи битви.

Компанії послуговуються такими цінностями:

- Персонал: створити такі умови роботи, щоб люди самі прагнули до максимальної віддачі, на яку вони здатні.
- Планета: бути відповідальним громадянином світу, який вносить реальний внесок і змінює світ на краще.
- Продукція: виробляти напої, які задовольняють і, більш того, передбачають бажання і потреби людей.
- Партнери: сприяти створенню та підтриманню кращої партнерської мережі, формувати тісні відносини, засновані на чесності та довірі.
- Прибуток: забезпечувати максимальний прибуток власникам акцій, але не упускати при цьому з уваги наші загальні обов'язки [2].

Як бачимо, компанії мають багато сильних сторін і мінімум відмінностей у якісних показниках. Через це їх можна визнати сильною парою конкурентів. Розглянемо детальніше ключові фактори та слабкі сторони підприємства Кока-Кола Беверіджиз Україна Лімітед порівняно з Пепсі. Ключові фактори:

Широта асортименту:

- Якість товару;
- Рекламні заходи;
- Стимулювання збуту;
- Стимулювання співробітників;
- Імідж підприємства.

Слабкі сторони:

- Обмежений спектр додаткових послуг;
- Широта асортименту також може бути і слабкою стороною, оскільки, з одного боку, не кожний новий продукт може користуватися популярністю серед потенційних споживачів; а з іншого боку – надмірна кількість продукції ускладнює вибір і також відштовхує споживача (витрати спрямовані на розробку нового продукту не окупаються).

Зазначимо, що Пепсі робить акцент на молоду аудиторію, в той час коли кола вважається «класичним» старим і традиційним напоєм. Продукти Кока-Коли містять кофеїн, оскільки він є складовою горіхів коки, які використовувалися у виробництві. Наразі їх замінили екстрактом, однак вміст кофеїну залишається неминучим.

Недоліки таких компаній спільні. Серед таких недоліків можна виділити такі:

1. Значна чисельність персоналу.
2. Значні витрати на розвиток персоналу.
3. Постійні інновації потребують значних інвестицій.

Таким чином, бачимо, що відомі компанії не потребують реклами. Але такі компанії потребують постійні інновації, як, наприклад, різноманітність смаків. А постійні інновації потребують значних інвестицій.

Висновок. Отже, територію франшизи неможливо нав'язувати споживачам. Покупець не зобов'язаний купувати тільки на території свого проживання, іноді може здійснювати покупки і у франчайзі, що знаходяться на сусідніх територіях.

Франчайзі не має права самостійно продати свою франшизу. Навіть якщо з будь-яких економічних та інших міркувань це може бути вигідно для нього, рішення про покупця франшизи та розподіл отриманої суми між франчайзером та франчайзі належить зазвичай франчайзеру.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Іващенко Г. А.



Література: 1. Безрукова Н. В. Міжнародний франчайзинг як форма освоєння світових ринків: особливості розвитку та вплив на світовий валовий продукт. *Економічний простір*. 2016. № 106. С. 16–25. 2. Бондаренко Н. М. Ринок франчайзингових послуг в Україні: переваги та недоліки. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2020. С. 7–11. 3. Зайцев О. В. Поточний стан франчайзингу в Україні та світі. *Проблеми та перспективи економіки та управління*. 2020. № 1. С. 53–62. 4. Акименко О. Синергетичні детермінанти розвитку промислового виробництва в умовах обрання Україною курсу на євроінтеграцію. URL: <https://scholar.archive.org/work/v32hlzq235a7zaufev3b7amf7y>

Стаття надійшла до редакції 19.02.2023 р.



ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕОРЕТИЧНИХ ПІДХОДІВ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 338.4

Штефан А. О.

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

Анотація. Висвітлено теоретичні підходи до фінансового аналізу та фінансового стану підприємства. Розглянуто основні напрями, за якими проводять аналітичні дослідження фінансового стану підприємства: абсолютну ліквідність, платоспроможність, фінансову стійкість, ділову активність та рентабельність.

Ключові слова: фінансове становище, платоспроможність, ліквідність, фінансова стійкість.



Annotation. Theoretical approaches to financial analysis and the financial state of the enterprise are highlighted. The main directions in which analytical studies of the company's financial condition are carried out are considered: absolute liquidity, solvency, financial stability, business activity and profitability.

Keywords: financial position, solvency, liquidity, financial stability.



Сталий економічний розвиток нашої держави можна охарактеризувати як нестабільний, який несе нашим підприємствам великі потрясіння. Зміни, пов'язані з ризиками, втратами та обставинами триваючої глобальної кризи, сьогодні є звичним явищем. Якщо компанії не встигають за змінами, що охоплюють сучасний світ, вони зазнають краху і банкрутства, тому основним завданням має стати розробка нових механізмів управління фінансовим становищем компанії. Ефективна робота компанії залежить від багатьох факторів, одним із найважливіших є її фінансове становище. Проте на сьогодні немає ні чіткого визначення сутності поняття «фінансовий стан підприємства», ні загальноприйнятого погляду на його трактування. Тому необхідно з'ясувати сутність поняття «фінансовий стан підприємства» та значення фінансового аналізу.

Вивченню дослідження теоретичних підходів фінансового стану підприємства, зокрема, поліпшенню умов фінансової стійкості діяльності господарюючих підприємств присвятили свої праці такі науковці, як: Л. В. Донцова, Г. В. Савицька, А. Д. Шеремет [10], В. В. Ковальов [6].



Метою статті є дослідження теоретичних підходів фінансового стану підприємства.

А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк та Т. С. Смовженко визначають, що фінансовий стан – це стан економічного суб'єкта, що характеризується забезпеченістю підприємства необхідними фінансовими ресурсами, важливими для господарської діяльності, підтримання нормального режиму праці та життя, здійснення грошових розрахунків з іншими економічними суб'єктами та ступенем раціональності їх розміщення [5].

Так, головним завданням управління фінансами підприємства є вивчення фінансового стану підприємства. Особливого значення дослідження фінансового стану підприємства набуває у період розвитку ринкових відносин, створення сприятливого інвестиційного клімату в державі, що сприяє зниженню впливу ризиків і прийняттю вірних рішень для запобігання виникненню кризових ситуацій для компанії [8].

Аналіз фінансової складової діяльності є науковою базою, виходячи з якої приймаються управлінські рішення у бізнесі. Для їх обґрунтування необхідно виявляти та прогнозувати існуючі та потенційні проблеми, виробничі та фінансові ризики, визначати вплив прийнятих рішень на рівень ризиків і доходів, ринкових відносин. Винятково велику роль відіграє фінансове становище підприємства. Це пов'язано з тим, що підприємства, набуваючи самостійності, несуть повну відповідальність за результати своєї виробничо-господарської діяльності перед співвласниками (акціонерами), працівниками, банком та кредиторами.

У сучасній економічній літературі склався єдиний підхід до визначення сутності фінансового становища. Тому доцільно зупинитися на позиціях провідних економістів у цій галузі [3].

Погляди окремих українських і зарубіжних авторів проаналізовано в табл. 1 [6; 10].

Таблиця 1

Визначення поняття «фінансовий аналіз» українськими та зарубіжними науковцями

Автор	Визначення	Ключові слова
Донцова Л. В. [10]	«система спеціальних знань, пов'язана з дослідженням економічних процесів та явищ у їх взаємозв'язку, складаються під впливом об'єктивних та суб'єктивних факторів, це один із найважливіших інструментів отримання інформації, необхідної для ухвалення управлінських рішень»	Економічні процеси, фактори, інструментів
Савицька Г. В. [10]	«науковий спосіб пізнання сутності економічних явищ та процесів, заснований на розчленуванні їх на складові та вивченні їх у всьому різноманітті зв'язків та залежностей»	Економічні явища, залежності
Шеремет А. Д. [10]	«об'єктивно необхідний елемент управління діяльністю підприємства, за допомогою якого визначається сутність господарських процесів, оцінюється фінансова ситуація, виявляються резерви виробництва та приймаються рішення для планування та управління»	Підприємство, фінансова ситуація, виробництво
Ковальов В. В. [6]	«основа для ухвалення рішень на мікроекономічному рівні»	Мікроекономічний рівень

Для більш ефективної реалізації необхідно визначити напрям комплексного фінансового аналізу, сутність поняття «фінансовий стан підприємства». Присутність у значній кількості тлумачення цього поняття свідчить про відсутність єдиного підходу визначення понять. Наведено деякі з них (табл. 2).

Розглянувши різні погляди змісту визначення фінансового становища, можна дійти висновку, що аналіз фінансового стану є складовою комплексного вивчення соціально-економічної діяльності підприємства, і отримує відбиток у:

- раціональності коштів підприємства та їх джерел;
- рівні платоспроможності, ліквідності та конкурентоспроможності підприємства;
- ефективність використання майна підприємства;
- рівні рентабельності продукції;
- ступеню фінансової стійкості підприємств [4].

Найчастіше автори методології фінансового аналізу використовують у термінології поняття «фінансовий стан», але такого визначення йому не дають.

Фінансовий стан – сукупність стану п'яти об'єктів дослідження: ліквідності, платоспроможності, фінансової стійкості, ділової активності, рентабельності.



Таблиця 2

Визначення поняття «фінансовий стан» вітчизняними науковцями

Автор	Визначення	Ключові слова
Берест М. М. [2]	«фінансовий стан – це комплексна характеристика ефективності формування та використання наявних ресурсів підприємства, його реальних та потенційних фінансових можливостей та здатності до виконання зобов'язань перед державою та іншими суб'єктами господарювання, що може бути оцінена за допомогою системи показників»	комплексна характеристика ефективності формування та використання наявних ресурсів підприємства
Поддєрьогін А. М. [9]	«фінансовий стан – комплексне поняття, яке є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємства, визначається сукупністю виробничо-господарських факторів і характеризується системою показників, що відображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів»	комплексне поняття, яке є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин

Таким чином, під фінансовим станом організації слід розуміти можливості організації створювати умови для отримання прибутку, своєчасного погашення зобов'язань з метою запобігання касовим розривам, забезпечення фінансової незалежності та стійкості, а також ефективного використання майна та джерел його формування в умовах, що динамічно змінюються (під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів).

До внутрішніх факторів на фінансову стійкість підприємства вливають: галузева належність суб'єкта господарювання; структура продукції (послуг), що випускається, її частка в загальному платоспроможному попиті; розмір сплаченого статутного капіталу; розмір і структура витрат, їх динаміка порівняно з прибутком; стан майна і фінансових ресурсів, включаючи запаси й резерви.

Суттєво впливають на підприємство взагалі й фінансову стійкість зокрема і зовнішні фактори: економічні умови господарювання; політична стабільність; техніка і технологія; платоспроможний попит споживачів; економічна і фінансово-кредитна законодавча база; соціальна і екологічна ситуація в суспільстві; податкова політика; рівень конкурентної боротьби; розвиток фінансового і страхового ринку [1].

Факторну модель може бути наведено у вигляді :

$$Пд = В - С_p - КВ - УВ - В_c + ІД - ІВ, \quad (1)$$

де $В$ – виторг;

$С_p$ – собівартість виконаних робіт;

$КВ$ – комерційні витрати;

$УВ$ – управлінські витрати;

$П_u$ – відсотки до сплати;

$ІД$ – інші доходи;

$ІВ$ – інші витрати.

Методика економічного аналізу передбачає ціле дослідження впливу причин і умов на результати діяльності компанії з метою поліпшення та збільшення ефективності виробництва.

У вітчизняній практиці роблять розрахунок таких коефіцієнтів:

1. Коефіцієнт абсолютної ліквідності розраховується за формулою:

$$Кабс = (ДС + КФВ) / КО, \quad (2)$$

де $ДС$ – кошти;

$КФВ$ – короткострокові фінансові вкладення;

$КО$ – короткострокові зобов'язання.

Демонструє, яка частка короткострокових боргових зобов'язань може покриватися за допомогою грошей та його еквівалентів у вигляді високоліквідних цінних паперів і депозитів, тобто, абсолютно ліквідних активів організації. Цей коефіцієнт свідчить, яка частина зобов'язань організації може погашатися у час. Норматив цього коефіцієнта: 0,2–0,35.



2. Коефіцієнт платоспроможності розраховується за формулою:

$$K_{п} = BK / ЗСЗ, \quad (3)$$

де BK – власний капітал;

$ЗСЗ$ – загальна сума зобов'язань;

Коефіцієнт платоспроможності є комплексним показником платоспроможності, оскільки він вимірює власний капітал акціонерів щодо загальних зобов'язань. Таким чином, коефіцієнт платоспроможності виявляє фінансовий стан компанії.

3. Коефіцієнт рентабельності сумарного капіталу розраховується за формулою:

$$K_{рск} = П / СВА, \quad (4)$$

де $П$ – прибуток;

$СВА$ – середня вартість активів,

Показник рентабельності сумарного інвестованого капіталу визначає продуктивність усього капіталу, яким володіє підприємство незалежно від джерел його надходження. Він показує, скільки прибутку приносить кожна гривня, інвестована (вкладена) в активи.

4. Коефіцієнт фінансової стійкості розраховується за формулою:

$$K_{фс} = (BK + ДЗ) / СП, \quad (5)$$

де BK – власний капітал;

$ДЗ$ – довгострокові зобов'язання;

$СП$ – сума пасивів.

Коефіцієнт фінансової стійкості показує, яка частина активу фінансується за рахунок стійких джерел, тобто частку тих джерел фінансування, які організація може використовувати у своїй діяльності тривалий час.

5. Коефіцієнт оборотності активів визначається за формулою:

$$K_{oa} = Чарп / СВА, \quad (6)$$

де $Чарп$ – чистий актив реалізації продукції;

$СВА$ – середня величина активів.

Показник характеризує ефективність використання компанією всіх наявних у розпорядженні ресурсів, незалежно від джерел їх залучення. Даний коефіцієнт показує, скільки разів за рік відбувається повний цикл виробництва та обігу, що приносить ефект у вигляді прибутку.

Так, на основі вищевказаних показників для розрахунків про фінансовий стан буде з'ясовано, наскільки підприємство забезпечене власними оборотними коштами, оптимальне співвідношення запасів товарно-матеріальних цінностей з потребами виробництва, а також своєчасне проведення розрахункових операцій і платоспроможність, що є свідченням повної самостійної незалежності та стійкості підприємства, платоспроможності та динамічного функціонування.

Таким чином, при дослідженні теоретичних підходів про фінансовий стан підприємства слід розуміти можливості організації створювати умови для отримання прибутку, своєчасного погашення зобов'язань з метою запобігання касовим розривам, забезпечення фінансової незалежності та стійкості, а також ефективного використання майна та джерел його формування в умовах, що динамічно змінюються під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів. А також оцінка фінансового стану щодо ліквідності, платоспроможності, фінансової стійкості, рентабельності, ділової активності дасть можливість визначити керівництву підприємства спрогнозувати, спланувати роботу таким чином, щоб досягти найкращих результатів.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Холодна Ю. Є.

Література: 1. Базилінська О. Я. Фінансовий аналіз: теорія та практика : навч.-метод. посіб. Київ : КНЕУ, 2009. 328 с. 2. Берест М. М. Фінансовий аналіз як економічна категорія та інструмент обґрунтування управлінських рішень. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки.* 2017. Вип. 23 (3).



С. 53–57. **3.** Гапак Н. М., Капштан С. А. Особливості визначення фінансової стійкості підприємства. *Науковий вісник Ужгородського університету. Сер. : Економіка*. 2014. Вип. 1. С. 191–196. **4.** Головка І. В. Економічний аналіз фінансового стану підприємства : автореф. дис. Київ, 2009. 20 с. **5.** Загородній А. Г., Вознюк Г. Л., Смовженко Т. С. Фінансовий словник. Київ : Знання, 2000. 587 с. **6.** Касич А. О., Харькова Ж. В. Управління конкурентними перевагами підприємства. *Економічний аналіз*. 2016. Т. 25. № 2. С. 79–85. **7.** Коробов М. Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств : [навч. посіб.]. Київ : Знання, КОО, 2006. 378 с. **8.** Косарева І. П., Хохлов М. П., Бірюкова В. В. Дослідження теоретичних основ фінансового стану підприємства. *Економіка та управління підприємствами*. 2018. Вип. 19. С. 101–107. **9.** Поддєрьогін А. М., Білик М. Д., Буряк Л. Д., Булгакова С. О. та ін. Фінанси підприємств : підручник. Київ : КНЕУ, 2008. 552 с. **10.** Мороз О. В., Сметанюк О. А. Фінансова діагностика у системі антикризового управління на підприємствах : монографія. Вінниця : УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2006. 167 с.

Стаття надійшла до редакції 20.02.2023 р.



ІНТЕГРАЛЬНА ОЦІНКА ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ БЮДЖЕТУ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ ІЗ ВИКОРИСТАННЯМ ТАКСОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ

УДК 336.145:352

Юхман В. О.

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

Анотація. Розглянуто застосування методу таксономічного аналізу для визначення інтегрального показника фінансової стійкості бюджету місцевого самоврядування на основі бюджетної звітності Харківської міської ради.

Ключові слова: інтегральний показник, таксономічний аналіз, бюджет місцевого самоврядування, фінансова стійкість бюджету.



Annotation. The application of the taxonomic analysis method to determine the integral indicator of the financial sustainability of the local self-government budget based on the budget reporting of the Kharkiv City Council is considered.

Keywords: integral indicator, taxonomic analysis, local self-government budget, financial sustainability of the budget.



У сучасних умовах однією з головних проблем економічного сектора України є фінансове забезпечення місцевого самоврядування. Вкрай важливим аспектом цієї проблеми є аналіз доходів бюджету. Оцінка доходів потребує чіткого і складного опрацювання та здійснення контролю, тому досить значущим є об'єктивний аналіз та оцінка фінансової стійкості бюджету в органах місцевого самоврядування [1].

Таксономічний аналіз – це зіставлення об'єктів, які характеризуються великою кількістю ознак. Перевагою цього методу є впорядкування багатовимірною статистичного матеріалу в єдину кількісну характеристику, тобто можливість здійснити узагальнену оцінку складного об'єкту або явища.

В основі таксономічного аналізу – розрахунок вектора-еталона розвитку показників фінансової стійкості бюджету, що відображає максимальне або мінімальне для кожного показника значення [2].



Дослідженням питання визначення фінансової стійкості бюджету, проведенням аналізу з використанням таксономічного методу присвячено праці таких вітчизняних і зарубіжних дослідників, як: О. Ляш [3], В. Плюта [4], Н. Сабліна [5], Т. Коритько [6] та ін.

Метою статті є розроблення методичного підходу до інтегрального оцінювання фінансової стійкості бюджету місцевого самоврядування на основі таксономічного аналізу.

Вихідними даними для розрахунку таксономічного показника фінансової стійкості є: доходи та видатки бюджету, трансферти, податкові та неподаткові надходження бюджету за 2018–2021 роки [7] (табл. 1).

Таблиця 1

**Вихідні дані для розрахунку показника фінансової стійкості бюджету
Харківської міської ради, млн грн**

Показники	Роки			
	2018	2019	2020	2021
Доходи бюджету	15 361	15 926	14 210	17 310
Видатки бюджету	15 187	16 364	14 783	17 983
Трансферти	5 941	4 726	2 269	2 806
Податкові надходження	8 710	10 450	11 224	13 750
Неподаткові надходження	546	577	561	623

Розрахунок таксономічного показника фінансової стійкості бюджету Харківської міської ради здійснено на підставі часткових показників:

- коефіцієнт бюджетного покриття, який розраховується як співвідношення доходів і видатків бюджету;
- коефіцієнт стійкості бюджету, що розраховується як відношення офіційних трансфертів до доходів бюджету;
- коефіцієнт бюджетної залежності, який є співвідношенням трансфертів і загальної величини доходів бюджету (з урахуванням трансфертів);
- коефіцієнт податкової самостійності, що рахується як співвідношення податкових надходжень і доходів бюджету;
- коефіцієнт стійкості дохідної бази (відношення суми податкових і неподаткових надходжень бюджету до загальної величини доходів бюджету (табл. 2).

Таблиця 2

**Вихідні дані для розрахунку таксономічного показника фінансової стійкості бюджету
Харківської міської ради**

Показники	Роки			
	2018	2019	2020	2021
Коефіцієнт бюджетного покриття	1,01	0,97	0,96	0,96
Коефіцієнт стійкості бюджету	0,39	0,30	0,16	0,16
Коефіцієнт бюджетної залежності	0,28	0,23	0,14	0,14
Коефіцієнт податкової самостійності	0,57	0,66	0,79	0,79
Коефіцієнт стійкості дохідної бази	0,60	0,69	0,83	0,83

Для стандартизованої матриці необхідно розрахувати середнє арифметичне та середньоквадратичне відхилення за кожним показником упродовж 4 років (табл. 3).



Таблиця 3

Вихідні дані для побудови стандартизованої матриці

Показники	Середнє арифметичне значення показника	Середньоквадратичне відхилення
Коефіцієнт бюджетного покриття	0,98	0,02
Коефіцієнт стійкості бюджету	0,25	0,11
Коефіцієнт бюджетної залежності	0,20	0,07
Коефіцієнт податкової самостійності	0,70	0,11
Коефіцієнт стійкості доходної бази	0,74	0,11

На основі значень середнього арифметичного значення кожного показника та середньоквадратичного відхилення побудовано стандартизовану матрицю за формулами (1)–(4):

$$Z = (Z_{ij}), \tag{1}$$

$$Z_{ij} = \frac{X_{ij} - \bar{X}_i}{\sigma_i}, \tag{2}$$

де середнє значення і-показника рахується за формулою:

$$\bar{x} = \frac{1}{n} \sum_{j=1}^n x_{ij}, \tag{3}$$

середньоквадратичне відхилення і-показника рахується за формулою:

$$\sigma_i = \sqrt{\frac{\sum_{j=1}^n (x_{ij} - \bar{x}_i)^2}{n}}. \tag{4}$$

Результати, отримані з використанням формул подано у табл. 4.

Таблиця 4

Матриця стандартизованих значень

Показники	Роки			
	2018	2019	2020	2021
Коефіцієнт бюджетного покриття	1,46	-0,17	-0,68	-0,62
Коефіцієнт стійкості бюджету	1,22	0,41	-0,83	-0,81
Коефіцієнт бюджетної залежності	1,19	0,47	-0,84	-0,81
Коефіцієнт податкової самостійності	-1,22	-0,41	0,80	0,84
Коефіцієнт стійкості доходної бази	-1,22	-0,41	0,81	0,82

Наступним етапом є формування еталонних рівнів значень показників у системі (за критерієм min-max). Для цього було проведено диференціацію ознак і віднесено кожний з показників до стимуляторів або дестимуляторів. В досліджуваному прикладі коефіцієнт стійкості бюджету та коефіцієнт бюджетної залежності віднесено до дестимуляторів (їх зростання негативно позначається на рівні фінансової стійкості), а коефіцієнти бюджетного покриття, податкової самостійності, стійкості доходної бази – до стимуляторів (їх зростання позитивно впливає на фінансову стійкість бюджету).



Розподіл показників на стимулятори і дестимулятори – це основа для побудови точки-еталона, що характеризує фінансову стійкість бюджету місцевого самоврядування. Вона має такі значення:

$$P_0 = (1,46; -0,83; -0,84; 0,84; 0,82).$$

Далі потрібно визначити відстані до точки еталона за кожним показником за 2018–2021 рр. та розрахувати евклідову відстань (табл. 5).

Таблиця 5

Відстані до точки еталона

Показники	Роки			
	2018	2019	2020	2021
Коефіцієнт бюджетного покриття	0,0000	2,6479	4,5666	4,3189
Коефіцієнт стійкості бюджету	4,2076	1,5327	0,0000	0,0005
Коефіцієнт бюджетної залежності	4,1128	1,7134	0,0000	0,0007
Коефіцієнт податкової самостійності	4,1742	1,5267	0,0006	0,0002
Коефіцієнт стійкості дохідної бази	4,1720	1,5297	0,0001	0,0000

Евклідова відстань розраховується за формулою:

$$d_j = \left(\sum_{i=1}^m (z_{ij} - z_{i0})^2 \right)^{\frac{1}{2}}. \quad (5)$$

У 2018 р. евклідова відстань становила 4,08, у 2019 р. – 2,99, у 2020 р. – 2,14 і у 2021 р. – 2,079.

Далі потрібно порахувати d_0 середнє, середньоквадратичне відхилення та d . На основі результатів попередніх розрахунків ці значення відповідно становлять: d_0 середнє 2,82; середньоквадратичне відхилення 0,94 та $d = 4,70$.

Значення інтегрального показника фінансової стійкості бюджету місцевого самоврядування подано на рис. 1.

Значення інтегрального показника

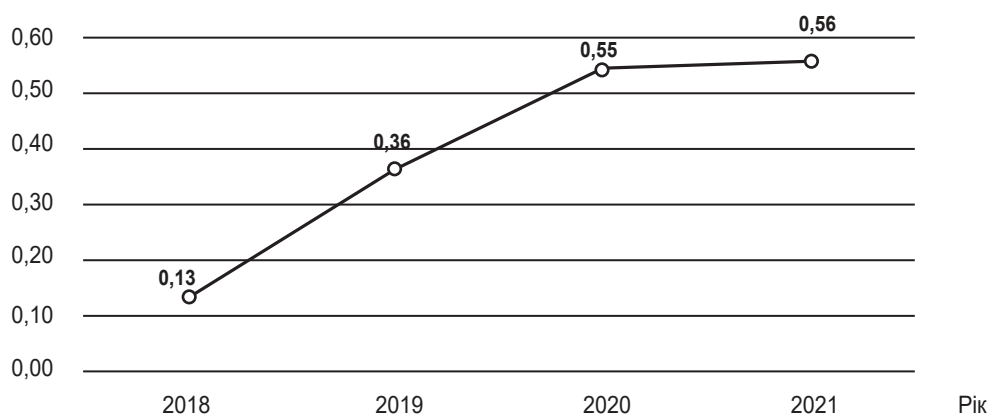


Рис. 1. Значення інтегрального показника фінансової стійкості бюджету Харківської міської ради

Дані рис. 1 показують, що за досліджуваний період (з 2018 по 2021 рр.) найвище значення інтегрального показника фінансової стійкості бюджету Харківської міської ради спостерігається у 2020–2021 роках і становить 0,55 та 0,56, що можна пояснити збільшенням обсягу власних коштів для фінансування видатків. У 2018 р. спостерігається мінімальне значення 0,13, на яке вплинули коефіцієнт податкової самостійності та коефіцієнт стійкості дохідної бази (значення якого у 2018 р. є нижче нормативного 0,6).



У 2020 р. відбулося зростання інтегрального показника на 0,19 порівняно з 2019 р. та у 2019 р. – на 0,23 порівняно з 2018 роком. В цілому спостерігається збільшення впродовж 4 років на 0,43.

Отже, треба зазначити, що коефіцієнт податкової самостійності, коефіцієнт стійкості доходної бази мають позитивний вплив на інтегральний показник, що видно із його зростання впродовж усього досліджуваного періоду та вказує на підвищення фінансової стійкості бюджету. Зниження коефіцієнта бюджетного покриття негативно вплинуло на фінансову стійкість бюджету. Це свідчить про те, що видатки бюджету з кожним роком зростають, а власні доходи зменшуються. Коефіцієнт бюджетної залежності також за 4 роки зменшився, що вказує на зниження залежності місцевого самоврядування від фінансування з державного бюджету.

Для підвищення інтегрального показника фінансової стійкості бюджету органу місцевого самоврядування доцільно розробити відповідну методичку, у рамках якої передбачити впровадження заходів щодо розширення та збільшення джерел доходів бюджету, удосконалення податкового та бюджетного механізму.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент Юшко С. В.

Література: 1. Юшко С. В. Доходи бюджету: оцінка стану та перспектив формування : монографія. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2017. 190 с. URL: http://www.repository.hneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/19819/1/2017-%d0%ae%d1%88%d0%ba%d0%be_%d0%a1._%d0%92.PDF. 2. Андреева Є. Л. Аналіз та оцінювання стану конкурентостійкості підприємств машинобудування. *Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки*. 2013. № 4 (70). С. 315–321. 3. Іляш О. І. Трансформації системи соціальної безпеки України: регіональний вимір : монографія. Львів : ПАІС, 2012. 592 с. 4. Плюта В. Сравнительный многомерный анализ в экономических исследованиях. Методы таксономии и факторного анализа. Москва : Статистика, 1980. 151 с. 5. Саблина Н. В., Теличко В. А. Использование метода таксономии для анализа внутренних ресурсов предприятия. *Бизнес Информ*. 2009. № 3. С. 78–82. 6. Коритко Т. Ю. Методи оцінки фінансової стійкості місцевих бюджетів. *Економічний простір*. 2008. №1 2. С.140–145. URL: http://nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ekpr/2008_12/1/koritko.pdf. 7. Звіт про виконання бюджету Харківської міської територіальної громади. URL: <https://www.city.kharkov.ua/uk/dokumenty/byudzhet.html>.

Стаття надійшла до редакції 20.02.2023 р.

